



Харитонов Е.В.

Востребованность личности с позиций системного подхода

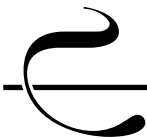
В статье анализируется феномен востребованности с позиций системного подхода, определен характер этой системы, проведен анализ востребованности личности с позиций разных планов: целевого, структурного, компонентного, функционального и генетического; дано определение феномена востребованности.

Ключевые слова: феномен востребованности личности, системный анализ, активность, ценность.

В связи с изменениями, произошедшими в нашей стране за последние десятилетия, особую важность представляет глубокое изучение всего комплекса содержательных социально-психологических феноменов, характеризующих современное общество. Под содержательными социально-психологическими феноменами, прежде всего, понимаются явления, выражающие наполненные смыслом отношение общественного индивида или группы индивидов к окружающему миру: ценности, убеждения, идеалы, социальные установки, социальные нормы, традиции и др. [7]. И.Г. Дубов подчеркивает, что в настоящее время абсолютное большинство отечественных эмпирических исследований, касающихся внутреннего мира людей как социальных существ, направлено на изучение механизмов формирования и взаимодействия различных социально-психологических феноменов в сознании представителей как больших, так и малых групп. При этом игнорируется описание и анализ самих феноменов как таковых [7]. Одним из таких феноменов на наш взгляд является востребованность личности.

Проведенный анализ многообразной литературы позволяет констатировать отсутствие, как теоретической разработки, так и эмпирических исследований данного феномена с применением различных методов и подходов. До сих пор в науке нет понимания сущности востребованности, ее генезиса и особенностей проявления. Кроме того, несмотря на достаточно широкое употребление понятий востребованность – невостребованность в обиходном и научном языке, в большинстве общих толковых, философских и лингвистических словарях отсутствует их определение. Сравнение близких по значению понятий толкового словаря русского языка, а также английских терминов «relevant» (востребованность; релевантный; значимый; существенный; важный), «essential», «relevant», «important» (востребованный) и «dispensable» (необязательный, несущественный), позволил констатировать следующее: быть востребованным – значит быть необходимым, полезным, значимым, производительным, находящим применение своим силам, знаниям и критически направленному уму; быть невостребованным, соответственно, – бесполезным, незначимым и т.д.

В качестве наиболее близких исследованных феноменов можно назвать следующие: отраженное Я как идеальная представленность и продолженность человека в людях (концепция персонализации В.А. Петровского) [13]; экспектации, являющиеся идеальным представлением личности об отношениях к ней окружающих



(К.А. Абульханова-Славская, Е.В. Гордиенко) [1], самоутверждение как «убежденность человека в том, что он чего-то стоит, что он обладает определенной ценностью, и эта ценность – его собственное Я, его идентичность» (Н.Е. Харламенкова) [25] и др.

Выраженный интерес в социологических исследованиях к феномену «избыточности», ненужности, неиспользуемости (т.е., оборотной стороны востребованности) человека подчеркивает масштабность изучаемого явления. Так, по мнению З. Баумана, неизбежным побочным продуктом экономического прогресса являются «человеческие отходы», не нужные этому обществу люди – мигранты, беженцы и др., т.е., огромная масса людей, лишенных адекватных средств выживания [29]. В России таких изгоев – 12 миллионов, причем они – не бомжи, это нормальные люди, которые просто пытаются свести концы с концами, но вместе с тем находятся вне общества. Наиболее типичными представителями этого слоя являются беженцы [28]. Как показало проведенное нами исследование [21], стать невостребованным может каждый до 25 и после 45 лет; по профессии: педагог, врач, инженер, научный работник, пенсионер. Если говорить о невостребованных профессионалах, то, по мнению респондентов, встречаемость таковых в обществе: в среднем – 50 % (с точки зрения студентов); 50-70 % (с точки зрения респондентов зрелого и пожилого возраста). Более 55 % предпринимателей сферы малого бизнеса, работающих на рынках городов, считают себя невостребованными и как профессионалы, и как личности. Люди пожилого возраста уже в 60-70 % случаев отмечают свою невостребованность, ненужность «ни родным, ни стране». В первом случае, можно говорить о ментальном отторжении профессии, наблюдающемся в «эталоне маргинализма» (Е.П. Ермолаева) [9]. Отторжение субъектом профессии, наряду с различными формами переживания кризиса востребованности как противоречия между объективными условиями «избыточности», ненужности, неиспользуемости человека и потребностью личности быть востребованной, мы выявили у значительного числа предпринимателей сферы малого бизнеса, работающих на рынках г. Краснодара [20, 22, 24].

Во втором случае для большинства людей пожилого возраста на фоне профессиональной и личностной деидентификации характерным является «ментальное отторжение» профессионального опыта и жизни, в целом [16-19, 23]. Полученные результаты перекликаются с точкой зрения З. Баумана, согласно которой, в настоящее время «избыточным» может стать каждый, оканчивающий школу или университет, хотя раньше бездомные и лишние относились к четко очерченному социальному слою, порождались конкретной социальной ситуацией [29].

Обращение внимания социологов к феномену востребованности как к социальному явлению, выражающемся в ненужности, неиспользуемости человека и его возможностей, не соответствующих фактически сложившимся в данном обществе требованиям, подчеркивает его макросоциальный характер. Но анализ макросоциальных факторов, потенцирующих развитие личностных кризисов в период трансформационных изменений в обществе носит социологический характер и не затрагивает личностной, психологической стороны этого явления. То, что становится объектом пристального внимания социологов может глубоко корнями уходить во



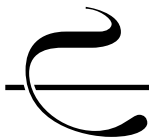
внутриличностные проблемы, одним из основных противоречий которых выступает рассогласование между актуальным потенциалом личности и социальными возможностями его проявления и. В эпоху глобальных социально-экономических и культурных перемен все более значимой становится проблема личностных кризисов, обусловленных изменениями значимых сторон системы отношений личности [14]. Проведенные нами исследования дают основание утверждать, что кризис востребованности является именно таковым, а это, в свою очередь, обуславливает важность системного подхода в изучении феномена востребованности личности.

По мнению Б.Ф. Ломова, сама природа психического такова, что в процессе ее исследования необходимо рассматривать ряд разнопорядковых отношений: отношение отражения к отражаемому объекту (отражение как образ объекта, понимаемый в широком смысле), отношение отражения к его носителю (отражение как функция мозга), отношение отражения к поведению (отражение как регулятор поведения). Все эти отношения реализуются в едином процессе, динамика которого зависит от конкретных условий его протекания. Таким образом, из самой сути психических явлений вытекает необходимость сочетания нескольких планов анализа [12]. Востребованность как сложное психическое образование, многоуровневое, строящееся иерархически, обладающее динамикой, имеющее связи с другими психологическими образованиями (активность, смысл, ценность, внешняя среда, общение, профессиональная деятельность и др.), может выступить объектом системного анализа.

Исследование востребованности с позиций системного анализа предполагает определение характера этой системы. Основаниями для классификации систем выступают следующие критерии: вид отображаемого объекта; отрасль науки, в рамках которой проводится системное исследование; вид формализованного аппарата представления системы; степень связи с внешней средой, уровень сложности и степень организованности. Итак, по характеру «востребованность личности» может быть определена как сложная психологически детерминированная, открытая самоорганизующаяся система, имеющая два плана проявления: внутренний и внешний.

Во внутреннем плане традиционно выделяемые три компонента можно представить соответственно как образы востребованной личности, т.е. Значимой для других (когнитивный), переживание своей значимости для другого (эмоциональный) и актуализация деятельности по сохранению субъективного соответствия между желаемым и действительно проявляемым уровнем значимости для другого (мотивационно-поведенческий).

Внешний план востребованности проявляется отражением системы «Я – другие». Это объективное (реальное) отношение других ко мне как к Значимому другому и/или компетентному профессионалу. Характеризуя социальные представления как составляющие индивидуального сознания личности, в котором уже связаны представления о других и о себе, К.А. Абульханова и Е.В. Гордиенко включили в совокупность этих отношений четвертую составляющую – отношение других ко мне, его ожидание, экспектацию [1]. В этой связи важно отметить, что внешний план проявления востребованности тесно связан через экспектации с внутренним



планом, в частности когнитивный компонент включает не только образ востребованной личности, но и согласно диалоговому характеру сознания [3] – предвидение, предчувствие мнения другого о своей ценности, значимости (экспектации).

Системный подход в психологии предполагает анализ с позиций разных планов: целевого, структурного, компонентного, функционального и генетического [26].

Генетический анализ предполагает рассмотрение явления в развитии, раскрытие природы субъекта через совокупность его отношений к миру. В человеческом бытии разнообразные виды активности реализуются, прежде всего, в совокупности отношений человека к природе, себе и другим людям. Только в рамках совместного бытия возникает то, что позволяет субъекту превысить уровень и перейти границу прежних возможностей, что собственно и обуславливает возникновение активности [15]. В рамках психологического знания понятие активности используется в неспецифическом и специфическом значениях. В неспецифическом значении понятие активности связывают с поиском и осмыслением тех характеристик психического, которые выходят за пределы адаптивной, приспособительной деятельности индивида [8]. В своем специфическом значении категория активности предстает как особое качество, уровень психического явления, которое раскрывается через отношение со своей противоположностью – пассивностью. Причем под пассивностью в различных областях современной психологии чаще всего представляют «не просто представления об отсутствии какой-либо активности, или об ее меньшей интенсивности, а идеи о качественно другом, более низком уровне функционирования психического. В своем специфическом значении психологическое содержание активности отражает не столько количественные, сколько качественные характеристики психических явлений» [5, 6].

Анализ динамики проявления своевременности активности личности в персонегенезе позволил нам предположить, что первоначально проявление активности в специфическом значении сопровождается переживанием ее востребованности, постепенно трансформируясь и приобретая содержательное, смысловое наполнение (неспецифическое значение). Начиная свое развитие от переживаний ребенком востребованности через потребность быть нужным, любимым, значимым, данный феномен постепенно трансформируется в ценность для личности. В процессе развития личности происходит изменение детерминант, смена системных оснований, причем на разных стадиях развития формируются и разные системы психологических качеств, обуславливающих динамику изучаемого феномена. В ходе социализации через идентификацию с теми или иными референтными социальными группами и общностями востребованность как ценность для личности переходит в ранг личностной ценности. Трансформация смысла востребованности заключается и в переоценке значимости для личности отдельных составляющих данного феномена, и в дальнейшей динамике статуса его как личностной ценности: от созидательной ценности через ценность переживания к ценности отношения.

Целевой анализ. Согласно основным определениям личностной ценности, это «консервированные» отношения личности с миром, отражающие инвариантные



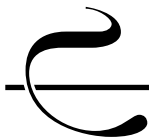
аспекты общечеловеческого опыта [11]; осознанные, «отрефлексированные» наиболее общие смысловые образования [4]. То есть, востребованность представляет собой целостное образование, являющееся частью большего целого – жизненного опыта субъекта. Целевое назначение востребованности – интегрировать все субъективные представления о средствах и результатах активности личности (будь то профессиональной, коммуникативной и пр.) в единое образование, позволяющее в дальнейшей активности достигать желаемого практического или иного значимого результата. Тот или иной компонент востребованности (когнитивный, эмоциональный и мотивационно-поведенческий) так или иначе участвует в достижении цели. Системные основания, то есть уровни, которые лежат в основе функционирования системы востребованности личности, это, прежде всего те, которые обеспечивают его основные функции (то есть позволяют системе решать ее основные задачи): репрезентации, интеграции, мотивации.

В качестве уровней, лежащих в основе функционирования системы можно представить также модусы жизнедеятельности: обладания, социальных достижений и служения, выделенные А.Р. Фонаревым [15]. Автор, представляя их как этапы становления личности профессионала, определяет их как целостную характеристику взаимодействия человека с миром, представленную множеством взаимосвязанных друг с другом отношений, которые определяют, каким образом строится все бытие человека.

Структурный анализ позволяет выделить три уровня востребованности, соответствующие трем уровням смысловых структур [11]. Востребованность как личностная ценность относится к высшему уровню систем смысловой регуляции и выступает смыслообразующей по отношению ко всем остальным структурам. Второй иерархический уровень смысловой регуляции образуют мотивы, смысловые конструкции и диспозиции. Третий уровень образуют личностные смыслы и смысловые установки конкретной деятельности, порождаемые как мотивом этой деятельности, так и устойчивыми смысловыми конструктами и диспозициями личности.

Целесообразным является выделение трех важных составляющих феномена востребованности в соответствии с тремя различными сферами проявления активности: личностной, социальной и профессиональной. Стоит отметить, что каждую из указанных составляющих можно представить как отдельные системы, тесно связанные друг с другом. Глубинный уровень – личностный проявляет себя опосредованно, обуславливая характеристики внешнего уровня: социального и профессионального. Важнейшим условием выявления взаимоотношений между разными подсистемами в каждом конкретном случае является определение «системообразующего фактора» [2, 10, 12]. В качестве фактора, благодаря которому различные механизмы объединяются в целостную функционально-динамическую систему, предстает востребованность как личностная ценность.

Анализ внутренней организации системы востребованности как личностной ценности позволяет предположить, что это полиструктурное образование, включающее в себя когнитивные, эмоциональные и мотивационно-поведенческие и структуры.



Компонентный анализ показывает, что востребованность личности, являясь частью большего целого – жизненного опыта субъекта, включена в социальное и профессиональное пространство. Границы востребованности как открытой к внешним связям, готовой к изменениям системы, динамичны и в достаточной мере условны. Систему «востребованность личности» образуют сформировавшиеся в его коммуникативной и профессионально-трудовой деятельности интегрированные в целостное психическое образование представления о себе как востребованном (т.е., значимом, ценном) субъекте общения и профессиональной деятельности. Анализ эмпирических данных позволяет предположить, что в экстремальных условиях существования границы системы «востребованность личности» становятся закрытыми, что и обуславливает в дальнейшем наступление кризиса востребованности.

Функциональный анализ. Востребованность как личностная ценность носит функциональный характер в том смысле, что может выступать в качестве мощного мотивационного блока, побуждающего личность к активности, нацеленной на реализацию, использование, применение имеющегося опыта в своей профессиональной деятельности и жизненной практике. Феномен востребованности выполняет функции презентации (позволяющую человеку выступать активным субъектом общения и профессиональной деятельности) и репрезентации (с которой связано формирование образных обобщений, субъективных критериев и оценок, установок и т.п.). Благодаря репрезентации, востребованность обеспечивает оценочно-прогностическую функцию, смысл которой заключается в «примеривании» субъектом на себя новых форм жизненной, социальной и профессиональной активности.

Таким образом, системный подход является методом, благодаря которому возможным становится научное познание феномена востребованности во всех его проявлениях. Так, исследование личностных особенностей людей пожилого возраста показало, что их вынужденное пребывание в геронтологическом центре проявляется в снижении психологического статуса, сопровождающемся увеличением интровертированности и нейротизма этих людей, заострении личностных черт, выраженной экстернальности по всем шкалам [16]. Дальнейший анализ показал, что полученные особенности связаны прежде всего с переживанием этими людьми собственной невостребованности [17, 19, 23]. Аналогичную картину мы выявили и при исследовании предпринимателей сферы малого бизнеса [20, 22].

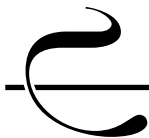
Итак, востребованность личности – это сложное полисистемное динамическое психическое образование, многоуровневое, строящееся иерархически, имеющее связи с другими психологическими образованиями (активность, смысл, ценность, внешняя среда, общение, профессиональная деятельность и др.). Будучи целостным по психологической сути, оно является частью большего целого – жизненного опыта субъекта. Экзистенциальное предназначение востребованности состоит в интеграции всех субъективных представлений о средствах и результатах активности личности в единое образование, позволяющее в дальнейшей активности достигать желаемого практического или иного значимого результата. Востребованность личности – это многомерная, многоуровневая и динамическая система субъективных отношений



личности к себе как к «Значимому для других» и/или компетентному профессионалу. Анализ кризиса востребованности как системного кризиса отношений личности невозможен без учета следующих характеристик востребованности как системы: элементы системы описываются с учетом их «места» в целом; построение систем иерархичное, один и тот же «материал», субстрат, выступает в системном исследовании, как обладающий одновременно разными характеристиками, параметрами, функциями и даже разными принципами строения; исследование системы неотделимо от исследования условий ее существования; свойства целого порождаются из свойств элементов и, наоборот, свойства элементов порождаются из характеристик целого [27].

Литература

1. Абульханова К.А., Гордиенко Е.В. Представления личности об отношении к ней значимых других // Психологический журнал. – Т. 22. – № 5. – 2001.
2. Анохин П.К. Принципы системной организации функций. – М.: Наука, 1973.
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М., 1979.
4. Братусь Б.С. К проблеме человека в психологии // Вопросы психологии. – № 5. – 1997.
5. Джидарьян И.А. Категория активности и ее место в системе психологического знания // Категория материалистической диалектики в психологии. – М.: Наука, 1988.
6. Джидарьян И.А. Счастье и удовлетворенность жизнью в русском обществе // Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики / Под ред. К.А. Абульхановой, А.В. Брушлинского, М.И. Воловиковой. – М.: Издательство «Институт психологии РАН», 1997.
7. Дубов И.Г. Социально-психологическая феноменология больших групп российского общества. Автореф. дис... докт. психол.н. – М.: Государственный университет управления, 2004.
8. Знаков В.В. Психология субъекта и психология человеческого бытия // в кн. Субъект, личность и психология человеческого бытия / Под ред. В.В. Знакова и З.И. Рябикиной. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
9. Ермолаева Е.П. Социальные функции и стратегии реализации профессионала в системе «Человек-профессия-общество» // Психол. журнал. – 2005. – № 4.
10. Кузьмин В.П. Принцип системности в теории и методологии К. Маркса. – М.: Политиздат, 1980.
11. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – М.: Смысл, 2003.
12. Ломов Б.Ф. О системном подходе в психологии // Вопросы психологии. – 1975. – № 2.
13. Петровский В.А. Личность в психологии и парадигма субъектности. – Ростов-н/Д: Феникс, 1996.
14. Солдатова Е.Л. Нормативные кризисы развития личности взрослого человека. Автореф. дис.... докт. психол. наук. – Екатеринбург, 2007.



15. Фонарев А.Р. Психологические особенности личностные становления профессионала. – М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЕК», 2005.
16. Харитоновна Е.В. Анализ личностных особенностей людей пожилого возраста // 3-я Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. – М.: Психологический институт РАО, 2003.
17. Харитоновна Е.В. Особенности социально-психологической адаптации в пожилом и старческом возрасте // Акмеология: личностное и профессиональное развитие человека: Материалы Международной научной конференции. – М.: «ЭКО», ООО «ПКЦ Альтекс», 2004.
18. Харитоновна Е.В. Психологический портрет пожилого человека // Методологические проблемы современной психологии: иллюзии и реальность. Материалы Сибирского психологического форума. – Томск, 2004.
19. Харитоновна Е.В., Уджуху Б.Р. Социально-психологические аспекты одинокой старости // Материалы VIII Международной научной конференции «Здоровье семьи – XXI век». – Пермь: Изд-во Перм. Ун-та, 2004. – С. 292-294.
20. Харитоновна Е.В. Психологические особенности современного российского предпринимательства // Материалы межрегиональной научно-практ. конференции: «Прикладная психология как ресурс социально-экономического развития современной России». – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005.
21. Харитоновна Е.В. Возрастные особенности представлений о невостребованной личности // «Социокультурные проблемы современной молодежи». Материалы международной научно-практической конференции. – Новосибирск, 2006.
22. Харитоновна Е.В. Проблема профессионально-личностной невостребованности в условиях современного российского предпринимательства // Психология адаптации и социальная среда: современные подходы, проблемы, перспективы. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
23. Харитоновна Е.В. К вопросу о профессионально-личностной невостребованности в пожилом возрасте // Психология адаптации и социальная среда: современные подходы, проблемы, перспективы. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
24. Харитоновна Е.В. Профессиональная деидентификация как предиктор кризиса невостребованности // Материалы IV Всероссийского съезда РПО «Психология – будущему России». – Т. 3. – Москва–Ростов-на-Дону: Изд-во КРЕДО, 2007.
25. Харламенкова Н.Е. Самоутверждение подростка. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.
26. Шадриков В.Д. Проблемы системогенеза профессиональной деятельности. – М.: Наука, 1982.
27. Юдин Э.Г. Системный подход и принцип деятельности. – М., 1978.
28. Яницкий О.Н. Модерн и его отходы // Социологический журнал. – 2004. – № 1/2.
29. Bauman Z. Wasted lives. Modernity and its outcasts. Cambridge, UK: Polity Press, 2004.