

Таким образом, обучение на основе поисковых моделей приводит только к скачкообразному расширению кругозора (посредством целого ряда подготовительных лекций, докладов, семинаров, встреч с экспертами и политическими деятелями, самостоятельной работы с литературой) и критического мышления (через участие в дискуссиях, учебном исследовании) но и к самокоррекции «Я-концепции» творческого саморазвития (через вовлечение студентов в рефлексивный анализ хода и результатов игры) выбранного стиля поведения и общения).

В.П.Зелеева

## САМОАНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

**Введение.** В рамках исследования предполагалось изучить представление респондентами характеристик конкурентоспособной личности и степень осознания собственной конкурентоспособности. Важно было выделить субъективные вербальные характеристики конкурентоспособности и процессе осознания респондентами себя как конкурентоспособности и наличия у них данных характеристик.

**Гипотеза.** Люди с высоким уровнем конкурентоспособности, как правило, осознают себя конкурентоспособной личностью и выделяют важные, на их взгляд, характеристики конкурентоспособной личности, как проявляются конкурентоспособность, барьеры, в реализации конкурентоспособной личности и условия, в которых личность конкурирует. Поэтому данное исследование посвящено изучению субъективных характеристик самоанализа конкурентоспособности.

**Материал и методики.** В качестве респондентов нами были выбраны студенты психологической и экономической специальностей, так как мы предположили, что студентам, выбирающим эти специальности, свойственны высокая самооценка, амбициозность, конкурентность. Всего участвовало 46 экономистов и 32 психолога.

С целью получения субъективных характеристик понятия «конкурентоспособность» нами были проведены следующие методики: письменный опрос, фокусированное групповое интервью и методика определения уровня конкурентоспособности В.И.Андреева. Два первых являются качественными методами и не дают статистических характеристик явления. Они рассчитаны на выявление субъективных позиций в отношении обсуждаемой темы или проблемы. Для качественных методов не используется многочисленная выборка.

**Процедура исследования и его этапы.**

1. Анкета, проведенная со студентами экономического и психологического факультетов, представляла 29 вопросов. Их условно можно разделить на три группы:

а) вопросы, связанные с тем, как представляют себе респонденты конкурентоспособную личность и ее черты (1-10);

б) вопросы, подводящие к осознанию респондентом собственной конкурентоспособности и наличия у него черт конкурентоспособной личности

(11-20);

в) вопросы, ответы на которые позволяют осмыслить наличие конкурентоспособных людей в окружении респондента (21-29).

2. Групповое фокусированное интервью – это интервью, сфокусированное на проблеме, проводимое в группе в условиях групповой дискуссии. В отличие от анкеты, представляющей опосредованные данные, в фокусированном интервью мы наблюдаем непосредственную реакцию респондента, сопровождающую обсуждение заданной темы. Мнения участников не только представляются, осознаются, но и взаимокорректируются в процессе обсуждения.

Данный метод позволяет выявить мотивационные аспекты поведения человека, его представления и ценности. Так как взгляды участников меняются под влиянием других участников фокусированного группового интервью, а ответы получают исследователем на открытые вопросы, мы сталкиваемся со сложностью анализа полученных данных. Кроме того, исследователю приходится сравнивать разные ответы на один вопрос, учитывая контекст ответа и взаимодействие участников.

Качественный анализ заключается в нескольких этапах: работа с первичными данными, анализ полученной стенограммы, систематический тематический анализ, категоризация, классификация субъективных характеристик. Исследователь принимает во внимание не только произнесенные слова или фразы, но и реконструирует их психологический смысл, значение в контексте проведенной дискуссии. Важно выделить основные идеи, общие направления, проходящие через всю дискуссию, ориентироваться в большом количестве деталей и уточнений.

Достоверность данных, получаемых таким методом, и качество анализа зависят во многом от организации и хода дискуссии. Главной задачей ведущего группы и исследователя является направлять обсуждение участников в нужное русло с помощью вопросов, регулировать взаимодействие участников, способствовать выявлению и осознанию новых аспектов темы и их проработке в процессе дискуссии. Необходимо сопоставление данных качественного анализа с данными, полученными количественными методами для их интерпретации.

**Обсуждение результатов.** Можно сделать вывод, как различные характеристики конкурентоспособной личности распределяются по различным респондентам (табл. №1). Больше число респондентов назвали: четкость целей и ценностей ориентаций (25); коммуникабельность, адаптивность (13); способность быть лидером и профессионализм (9); упорство и трудолюбие (8); креативность, творческий подход к делу (7). На основании сравнения идеальной модели конкурентоспособной личности и вербальных характеристик, полученных в процедуре фокусированного группового интервью, мы составили таблицу, которая показывает, что не все названные в модели характеристики выделяются респондентами; кроме того, респонденты назвали дополнительные, не названные в модели конкурентоспособной личности В.И.Андреевым, характеристики: мотив материального благополучия (8) и обладание харизмой (7).