

УДК 378.147 (075.8)

DOI: 10.26140/anip-2019-0803-0033

ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ КОМПОНЕНТ В СТРУКТУРЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА

© 2019

Кох Марина Николаевна, кандидат психологических наук,
доцент кафедры «Педагогика и психология»

Сурженко Лариса Викторовна, кандидат психологических наук,
доцент кафедры «Педагогика и психология»

Кубанский государственный аграрный университет

(350044, Россия, Краснодар, улица Калинина, 13, e-mail: slv205@mail.ru)

Аннотация. Ценности информационного общества: предприимчивость, материалистический взгляд на мир, желание человека самоутвердиться через собственные материальные блага, осознание наличия широких возможностей для самоутверждения становятся основой для конкурентного поведения личности и определяют ее конкурентоспособность. Конкурентоспособность – интегральное свойство личности, приобретаемое под влиянием культурных и исторических факторов. Целью данной статьи стало изучение особенностей ценностно-смысловой сферы студентов как подструктуры конкурентоспособности личности; определение связи ценностно-смысловой сферы личности с уровнем развития конкурентоспособности и ее показателей: четкость целей и ценностных ориентаций, трудолюбие, творческое отношение к делу, способность к риску, независимость, способность быть лидером, стрессоустойчивость, стремление к непрерывному профессиональному росту и саморазвитию, к высокому качеству конечного продукта. По результатам исследования выявлены две группы студентов: с высоким и средним уровнем конкурентоспособности. Описано ценностное ядро – ведущие ценности для каждой из выделенных групп, дана сравнительная характеристика ранговой структуры ценностно-смысловой сферы студентов с высоким и средним уровнем конкурентоспособности. Описано состояние ценностно-смысловой сферы выделенных групп студентов по показателям внутренней конфликт (ВК) и внутренней вакуум (ВВ). Выявлены связи ведущих ценностей личности с личностными характеристиками – показателями конкурентоспособности личности.

Ключевые слова: информационное общество, конкуренция, конкурентоспособность, потребность, ценность, ценностно-смысловая сфера личности, культурно-исторические факторы, пристрастное отношение, ценностные ориентации, формирование конкурентоспособности, внутренний конфликт.

VALUE-SEMANTIC COMPONENT IN THE STRUCTURE OF THE STUDENT'S PERSONALITY

© 2019

Kokh Marina Nikolaevna, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor
of the Department "Pedagogy and Psychology"

Surzhenko Larisa Viktorovna, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor
of the Department "Pedagogy and Psychology"

Kuban State Agrarian University

(350044, Russia, Krasnodar, Kalinin Street, 13, e-mail: slv205@mail.ru)

Abstract. The values of the information society: enterprise, materialistic world view, the desire of a person to assert himself through his own material wealth, the awareness of the wide possibilities for self-affirmation become the basis for a person's competitive behavior and determine its competitiveness. Competitiveness is an integral property of an individual, gained under the influence of cultural and historical factors. The purpose of this article was to study the characteristics of the value-sense sphere of students as a substructure of the competitiveness of the individual. Determining the connection of the value-semantic sphere of a person with the level of competitiveness development and its indicators: clarity of goals and value orientations, hard work, creative attitude, ability to take risks, independence, ability to be a leader, stress tolerance, striving for continuous professional growth and self-development, to high quality of the final product. According to the results of the study, two groups of students were identified: with high and medium levels of competitiveness. The core of values is described - leading values for each of the selected groups, a comparative characteristic of the rank structure of the value-semantic sphere of students with high and medium levels of competitiveness is given. The state of the value-semantic sphere of the selected groups of students is described by indicators of internal conflict (VC) and internal vacuum (VC). The relationships of the leading values of the personality with the personal characteristics - indicators of the competitiveness of the person are revealed.

Keywords: information society, competition, competitiveness, need, value, value-semantic sphere of a person, cultural and historical factors, biased attitude, value orientations, the formation of competitiveness, internal conflict.

Эпоха информационного общества связана с развитием инновационных технологий и информатизацией всех сфер производства, совершенствованием системы сотрудничества и торговли, развитием теории и практики управления, технологического обучения и предоставления образовательных услуг. В центре всех изменений стоит человек, направляемый своими потребностями и ценностями, обретенными в обществе. Достигая одной поставленной цели, человек стремится к другой. Потребности, ценности человека составляют сущность его личности. Соответственно, представители разных исторических эпох олицетворяют квинтэссенцию ценностей своего времени, в каждой личности отражается особенность той эпохи, к которой она принадлежит.

Целью данной статьи является изучение конкурентоспособности студента как интегрального свойства личности, вобравшего в себя основные черты эпохи информационного общества и его связи с ценностно-

смысловой сферой личности. При этом, мы опираемся на идеи отечественных психологов о профессиональном становлении как частном случае общего становления человека в процессе всего жизненного пути. Становление профессионала – один из аспектов развития личности [1, 2]. В течение всей жизни личность корректирует профессиональную деятельность под углом зрения своих ценностных ориентаций. Если же меняются установки, мотивы личности, это влияет и на профессиональное развитие человека [1].

Среда, в которой живет современный человек достаточно противоречива: с одной стороны это обеспеченность всех прав и свобода развития, с другой – потребительская ориентация общества, приоритет материальных благ в структуре ценностей, которые способствуют процессу обезличивания человека. Соответственно, ценностью общества становятся уникальность, талант, выдающиеся способности. В реальной жизни такими

способностями наделено достаточное количество людей, поэтому, личность начинает стремиться достичь мастерства в своем деле, быть первым, чтобы получить максимальное вознаграждение и быть востребованным. Между людьми начинается соперничество, борьба, подобный тип социальных отношений принято называть конкуренцией. Как следствие, вознаграждение получает самый достойный, или, в современной терминологии «конкурентоспособный». Учитывая, что современный человек вобрал в себя многие черты предыдущих эпох, образ «героя» нашего времени складывается из следующих личностных характеристик: это стремление к «здоровому образу жизни» и ценность здорового тела от античности, потребность в саморазвитии, самосовершенствовании как наследие эпохи возрождения, разумность, предприимчивость, материалистический взгляд на мир, плюс желание человека самоутвердиться через собственные материальные блага, осознание наличия широких возможностей для самоутверждения от эпохи просвещения и эпохи зарождения капиталистических отношений. Для современного человека важное значение обрел такой социальный институт как образовательная среда – подсистема социокультурной среды, система исторически сложившихся факторов, обстоятельств, ситуаций и специально организованных педагогических условий для развития личности [3].

Первоначально, термин «конкурентоспособность» использовался зарубежными (И. Ансофф, А. Вайсман, Ф. Вудкок) и отечественными учеными (В.А. Дятлов, Е.Б. Попова, Р.А. Фатхутдинов) применительно к субъектам в экономике, позже в социологии, педагогике, психологии [4].

В центре внимания психологов оказался вопрос конкурентоспособности личности в профессиональной деятельности (Л.М. Митина, А.К. Мишина, Ю.В. Немцова, С.И. Сотникова и др.). В работах ряда отечественных и зарубежных авторов рассматривались структурные компоненты конкурентоспособности: самоопределение, самореализация, самоактуализация личности (Е.А. Ленской, А.И. Мищенко, З.И. Равкина, А. Маслоу, К. Роджерс, Э. Шостром); способность к самообучению, самоутверждению (Е. Мелибруд, К. Роджерс); успешность в жизни (В.Ф. Биркенбиль). Актуализация понятий «конкуренция, конкурентоспособность» в отечественной науке связана с переходом на рыночную экономику и соответствующими изменениями в различных сферах экономики, прежде всего, рынке труда. Рыночная экономика как система, основанная на частной собственности, свободе выбора и конкуренции, опирается на личный интерес, поскольку, именно личный интерес, личные потребности лежат в основе конкуренции и выступают движущей силой развития экономики.

Актуальность исследований структуры конкурентоспособности обусловлена практической значимостью вопроса формирования этого значимого качества личности в наши дни. Е.Г. Белякова отмечает, что интерес к проблеме формирования качеств конкурентоспособной личности обусловлен новыми подходами к кадровой политике в организации и способам отбора персонала, и, как следствие, актуализацией новых задач в вузовском образовании. Согласно автору, исследование структуры конкурентоспособности дает возможность определить стратегию ее формирования и разработать специальный диагностический инструментарий. Е.Г. Белякова предлагает модель конкурентоспособности как интегрального свойства личности, при этом, ведущую роль в системе качеств выполняет ценностно-смысловой компонент, как понимание смысла, «ради чего» такая модель позиционирования в социуме может быть освоена, какие возможности и преимущества открываются, и что личность приобретает в качестве особого инструмента вхождения в профессиональную среду, в рынок труда [5]. Нравственно-этический (нормативно-ценностный) компонент в структуре конкурентоспособности выде-

ляют Л.А. Емельянова, И.П. Данилов, В.И. Денисов. В интерпретации авторов, эта составляющая конкурентоспособности отвечает за выполнение правил поведения субъектами конкуренции, основанных на нравственных нормах жизнедеятельности общества и определяет мотивы личности: утилитарные, связанные с получением материальной прибыли и мотивы творческой самореализации [6].

Таким образом, именно в ценностном компоненте конкурентоспособности отражена сама идея субъекта конкуренции «ради чего» он вступает в конкурентные отношения. Данный компонент является ведущим, поскольку быть конкурентоспособным в определенном обществе – это значит, прежде всего, знать, что ценится в этом обществе. Для того, чтобы обладать регулирующей функцией, ценность должна быть интериоризована, воплощена в личностный смысл. В культурно-исторической психологии (Л.С. Выготский, А.Г. Асмолов, Д.А. Леонтьев) заложена традиция понимания ценности как «идеальной модели должного», интериоризованная субъектом в процессе его участия в общественной практике, указывающая направление желательного преобразования действительности субъектом и выступающая имманентным источником жизненных смыслов, которые объекты и явления действительности приобретают в контексте должного [7, 8]. В зарубежной психологии Э. Фром, на основе представлений о социальном и историческом происхождении собственно человеческих потребностей, строит концепцию типов характера личности [9].

Формирование личностного смысла ценности, ее интериоризация подразумевает пристрастное отношение личности. Человеку свойственно определенным образом дифференцировать ценности общества. Авторы, которые утверждают средовые факторы в развитии ценностей личности говорят о наличии субъективного отношения личности к общепринятым ценностям. В.Н. Мясичев обозначил ценность как осуществляемый в субъект-субъектном взаимодействии план личностных отношений. Наличие отношения дает основание говорить о пристрастности человека, избирательности в предпочтении одних ценностей другим [10]. Избирательное отношение человека к ценностям общества в отечественной психологии фиксируется в понятии «ценностные ориентации личности». Впервые, понятие «ценностные ориентации» было определено в отечественной социологии и социальной психологии А.Г. Здравомысловым и В.А. Ядовым: «Под ценностной ориентацией мы понимаем установку личности на те или иные ценности материальной и духовной культуры общества... Понятия ценностных ориентаций весьма близки к употребляемым в психологии понятиям установки, потребности, интереса» [11]. Ценностные ориентации – эта система ценностных установок личности, которая характеризует избирательное отношение личности к ценностям. Она составляет определенную, иерархически организованную структуру и определяет направленность личности [12].

Предметом нашего исследования стало изучение особенностей ценностно-смысловой сферы студента как подструктуры конкурентоспособности личности. Поскольку, как было отмечено выше, ценностно-смысловая сфера личности является ведущим компонентом конкурентоспособности, именно в ценностном компоненте отражена сама идея субъекта конкуренции «ради чего» он вступает в конкурентные отношения. Показатели ценностно-смысловой сферы связаны с уровнем развития конкурентоспособности и определяют стратегию формирования ее показателей.

Под конкурентоспособностью студента будем понимать способность личности в условиях возрастающей конкуренции на рынке труда уметь обеспечить себя к моменту завершения обучения в вузе гарантированной работой по получаемой специальности в престижной организации с перспективой успешного продвижения

вверх по служебной лестнице [13].

Формирование конкурентоспособности личности будущего специалиста представляет собой специально организованный педагогический процесс, направленный на формирование личностных качеств, необходимых будущему специалисту. Критериями оценки этого процесса выступают сформированность у студентов личностных качеств – показатели: четкость целей и ценностных ориентаций, трудолюбие, творческое отношение к делу, способность к риску, независимость, способность быть лидером, стрессоустойчивость, стремление к непрерывному профессиональному росту и саморазвитию, к высокому качеству конечного продукта [14].

На первом этапе исследования были диагностированы показатели конкурентоспособности личности. С этой целью нами был использован тест В. Андреева «Оценка уровня конкурентоспособности», были рассчитаны средние значения для каждого показателя. Анализ компонентов конкурентоспособности показал, что у испытуемых наиболее сформированы такие личностные качества как четкость целей и ценностных ориентаций, стремление к высокому качеству конечного продукта. Показатели по этим параметрам соответствуют высокому уровню развития. Выше среднего уровня сформированы такие качества как трудолюбие, творческое отношение к делу, способность к риску, независимость, способность быть лидером, стремление к профессиональному росту. Низкий уровень сформированности выявлен относительно таких качеств как стремление к непрерывному саморазвитию и стрессоустойчивость.

Дополнительными критериями для анализа послужили поло-ролевые различия испытуемых. Сравнив средние значения компонентов конкурентоспособности в группах юношей и девушек, используя Т-критерий Стьюдента, выявлены достоверные различия по таким компонентам как: цели ($p=0,098$), склонность к риску ($p=0,01$), стремление к лидерству ($p=0,08$). Выраженность этих компонентов значимо выше в группе юношей.

На основе интегрального показателя конкурентоспособности все студенты были разделены на группы с высоким (вошли студенты с уровнем выше среднего, высоким, очень высоким) и средним (вошли студенты с уровнем чуть ниже среднего, средним, чуть выше среднего) уровнем конкурентоспособности.

Следующей задачей нашего исследования было изучение ценностно-смысловой сферы студентов с разным уровнем конкурентоспособности.

Анализ структуры ценностно-мотивационных предпочтений изучался с помощью методики «Уровень соотношения ценности и доступности в основных жизненных сферах» Е.Б. Фанталовой. Разработанная автором методика позволяет диагностировать наличие внутренних конфликтов, особенности смыслообразования и ценностных установок личности [16].

Для автора ценность (Ц) – это высшая цель в представлении личности (дальние жизненные цели, перспективы), составляющие особую плоскость сознания. Другую плоскость сознания – доступность (Д) составляют легко достижимые цели. Е.Б. Фанталова выделяет несколько типов соотношений между этими плоскостями, характер которых определяет глубину внутренних конфликтов. Интегральный показатель методики – индекс расхождения «Ц-Д» по 12 сферам жизни, означающим основные (терминальные) ценности по М. Рокичу. Утверждая универсальность ценностей, он говорил, так же и о том, что все люди обладают одними и теми же ценностями, но, в различной степени. То есть, существует различная степень одной и той же ценности для разных людей. Индекс «Ц-Д» как индикатор внутренних конфликтов в мотивационно-личностной сфере человека указывает на степень расхождения между тем, что «есть» и «должно быть», между «хочу» и «имею», между «хочу» и «могу». В зависимости от его конкрет-

ного значения, состояние мотивационно-личностной сферы описывается как внутренний конфликт (ВК) – означающий превышение Ц над Д, психологическим содержанием которого является состояние, когда ценностный объект малодоступен или не доступен совсем, «желаемое» не совпадает с «реальным»; внутренний вакуум (ВВ) – ощущение внутренней пустоты, когда ценность доступна и не представляет интереса, которому в эмпирическом эквиваленте соответствует превышение Д над Ц. Состояние полного совпадения «желаемого» и «реального» – нейтральная зона (НЗ), отличается отсутствием значительного расхождения между Ц и Д [16].

Проанализировав результаты, полученные с помощью методики, мы получили ранговые оценки по ценностям в выделенных группах испытуемых. Данные отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Ценностная сфера студентов с разным уровнем конкурентоспособности

| Ценности | Высокий уровень конкурентоспособности | | Средний уровень конкурентоспособности | | t-Студента |
|---|---------------------------------------|----------|---------------------------------------|----------|------------|
| | ранг | ср. балл | ранг | ср. балл | |
| Активная, деятельная жизнь | 10 | 3,23 | 10 | 4,06 | 0,187 |
| Здоровье | 3 | 6,87 | 3 | 7,93 | 0,054** |
| Интересная работа | 8 | 4,62 | 7 | 5,68 | 0,141 |
| Красота природы и искусства | 12 | 1,46 | 12 | 1,5 | 0,929 |
| Любовь | 2 | 7,53 | 4 | 6,63 | 0,329 |
| Материально-обеспеченная жизнь | 5 | 6,53 | 2 | 7,99 | 0,003*** |
| Наличие хороших и верных друзей | 4 | 6,85 | 9 | 4,44 | 0,019*** |
| Уверенность в себе | 6 | 6,54 | 5 | 5,8 | 0,542 |
| Познание | 9 | 4,46 | 8 | 4,63 | 0,840 |
| Свобода как независимость в поступках и действиях | 7 | 5,15 | 6 | 5,75 | 0,577 |
| Счастливая семейная жизнь | 1 | 8,62 | 1 | 8,18 | 0,829 |
| Творчество | 11 | 1,85 | 11 | 3,18 | 0,021*** |

Примечание: * – коэффициент значим при $p < 0,1$; ** – коэффициент значим при $p < 0,05$; *** – коэффициент значим при $p < 0,01$

Из данных таблицы следует, что ценностные иерархии студентов с высоким и средним уровнем конкурентоспособности различаются незначительно. Ценностное ядро обеих групп составляют ценности, связанные с межличностными отношениями («Счастливая семейная жизнь», «Любовь» и «Наличие хороших и верных друзей»), а также ценности «Здоровье» и «Материально-обеспеченная жизнь».

Далее нами была рассчитана доля студентов, отличающихся определенным состоянием ценностно-смысловой сферы по параметрам ВК и ВВ относительно 12 сфер жизни, означающих основные (терминальные) ценности по М. Рокичу. В группе с высоким уровнем конкурентоспособности к наиболее «малодоступным» ценностям, порождающим ВК личности отнесены ценности: «Материально-обеспеченная жизнь» (61,5 %) и «Счастливая семейная жизнь» (62 %). Следует отметить, что при высокой значимости этих ценностей для студентов они выступают как малодоступные, о чем свидетельствует наличие у большого процента студентов ВК по этим показателям. Примечательно, что состояние ВВ, то есть когда ценность доступна и не представляет интереса связана с ценностью «Активная деятельная жизнь». Что, вероятно, связано с тем, что студенты с высоким уровнем конкурентоспособности уже ведут достаточно активную общественную жизнь и эта ценность для них не является ресурсом для развития.

Примечательно, для 68,8 % студентов со средним уровнем конкурентоспособности в ранг «малодоступных» также попала ценность «Материально-обеспеченная жизнь», а вот ценность «Счастливая семейная жизнь» для них оказалась более достижимой, поскольку лишь для 31,5 % студентов недоступность этой ценности провоцировала ВК.

Малая доступность для обеих групп ценности «Материально-обеспеченная жизнь» объясняется нами отсутствием опыта профессиональной деятельности, невозможностью обеспечить себя материально.

В «хвосте» ценностных иерархий обеих групп оказались ценности «Красота природы и искусства»,

«Творчество (возможность творческой деятельности)», «Активная, деятельная жизнь», «Познание» и «Интересная работа». Анализ соотношения «Ценность-Доступность» относительно этих ценностей показал большое количество ВВ, что говорит о переживании студентами относительно этих ценностей состояния, когда доступный объект не представляет интереса, сопровождается ощущением «внутреннего балласта», «избыточности присутствия», ненужности, никчемности. Это свидетельствует о том, что, с одной стороны, студенты обладают хорошим ресурсом для развития (доступность этих ценностей), с другой – такие важные для самореализации в профессиональной деятельности ценности как «Активная, деятельная жизнь», «Познание», «Творчество» не являются для них значимыми и, следовательно, не выполняют смыслообразующей функции.

Достоверно значимые различия ценностных иерархий студентов с разным уровнем конкурентоспособности выявлены относительно ценностей «Материально-обеспеченная жизнь», «Творчество», «Здоровье (физическое и психическое)». Значимость этих ценностей выше у студентов со средним уровнем конкурентоспособности, т.е. для них более значимым является отсутствие материальных трудностей, возможность творческой самореализации и здоровый образ жизни. Для студентов с высоким уровнем конкурентоспособности большую значимость имеет возможность дружеского общения, поддержки, о чем свидетельствует более высокая значимость ценности «Наличие хороших и верных друзей» по сравнению со студентами со средним уровнем конкурентоспособности.

Результаты корреляционного анализа компонентов конкурентоспособности и ценностных ориентаций отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Коэффициенты корреляции Пирсона между составляющими конкурентоспособности и ценностными ориентациями

| Переменные | Коэффициенты корреляции Пирсона |
|---|---------------------------------|
| Здоровье (физическое и психическое) & трудолюбие | 0,289* |
| Здоровье (физическое и психическое) & независимость | - 0,489*** |
| Интересная работа & четкие цели | 0,489*** |
| Материально-обеспеченная жизнь & четкие цели | 0,335** |
| Уверенность в себе & независимость | 0,427** |
| Познание & креативность | - 0,360** |
| Познание & стрессоустойчивость | - 0,390** |
| Свобода & независимость | 0,367** |
| Творчество & стрессоустойчивость | 0,355** |

Примечание: * – коэффициент корреляции значим при $p < 0,1$; ** – коэффициент корреляции значим при $p < 0,05$; *** – коэффициент корреляции значим при $p < 0,01$.

Результаты свидетельствуют о наличии прямой связи между ценностями «Интересная работа», «Материально-обеспеченная жизнь» и наличием четких целей как характеристики личности. То есть, чем ценнее для студентов интересная работа и материально-обеспеченная жизнь, тем четче у них сформировано представление о ближайшем будущем, они понимают, чего хотят и могут добиться. Высокий уровень автономности и независимости связан с высокой значимостью ценностей «Свобода как независимость в поступках и действиях» и «Уверенность в себе (свобода от внутренних противоречий, сомнений)». Ценность творческой деятельности повышает стрессоустойчивость личности студента. Ценность здоровья напрямую связана с трудолюбием личности. Полученная обратная корреляционная связь ценности «Познание» с творческим отношением к делу указывает на то, что чем выше значимость потребности расширения своего образования, кругозора, общей культуры,

тем ниже уровень развития способности к творчеству. Сниженный уровень стрессоустойчивости также связан с повышением значимости интеллектуального развития, на что указывает обратная корреляционная связь ценности «Познание» и стрессоустойчивости.

Таким образом, проведенное нами исследование позволяет сделать вывод о том, что ведущим компонентом конкурентоспособности является ценностно-смысловая сфера личности, представляющая собой, прежде всего, понимание смысла того, «ради чего» реализуется в социуме конкурентное поведение и, которая, имеет социально-культурное происхождение. По результатам исследования были выделены группы студентов с высоким и средним уровнем конкурентоспособности по показателям четкость целей и ценностных ориентаций, трудолюбие, творческое отношение к делу, способность к риску, независимость, способность быть лидером, стрессоустойчивость, стремление к непрерывному профессиональному росту и саморазвитию, к высокому качеству конечного продукта.

Ядром ценностно-смысловой сферы современного студента являются ценности, связанные с межличностными отношениями («Счастливая семейная жизнь», «Любовь» и «Наличие хороших и верных друзей»), а также ценности «Здоровье» и «Материальное благополучие». Результаты исследования позволили выявить, что состояние внутреннего конфликта в ценностно-смысловой сфере студентов обеих групп в большей мере связано с ценностью «Материально-обеспеченная жизнь». Также выявлено, что более конкурентоспособные студенты отличаются наличием внутреннего конфликта, связанного с ценностью «Счастливая семейная жизнь», т.е. они более склонны к выстраиванию профессиональной карьеры в ущерб созданию семьи, видят свою самореализацию прежде всего в профессиональной деятельности. В числе доступных ценностей, соответственно, не выполняющих смыслообразующие функции для современного студента, находятся ценности «Красота природы и искусства», «Творчество (возможность творческой деятельности)», «Активная, деятельная жизнь», «Познание» и «Интересная работа».

Таким образом, для большинства современных молодых людей ресурсом в формировании конкурентоспособной модели поведения является прежде всего ценность «Материально-обеспеченная жизнь». Существуют устойчивые положительные связи компонентов ценностно-смысловой сферы личности с такими личностными характеристиками как четкость целей и ценностных ориентаций, высокий уровень автономности и независимости, стрессоустойчивость, трудолюбие. Выявлены и отрицательные связи между уровнем сформированности способности к творчеству и значимостью потребности расширения своего образования, кругозора, общей культуры. Показано, что значимость интеллектуального развития снижает стрессоустойчивость личности современного студента. Полученные результаты являются основанием для построения стратегии и определения направлений работы по формированию конкурентоспособности личности студента в условиях образовательной среды вуза.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Маркова А.К. Психология труда учителя: книга для учителя. М.: Просвещение, 1993. 192 с.
2. Пряжников Н.С. Пряжников Е.Ю. Психология труда и человеческого достоинства. М.: Академия, 2005. 405 с.
3. Андрейченко Г.В. Философия. Учебник для вузов. М.: Юнити-Дана, 2006. 240 с.
4. Туктаров Ф.Р. Конкурентоспособность личности в современном трансформирующемся обществе: социально-философский анализ: диссертация...доктора философских наук: 09.00.11. Ростов-на-Дону, 2007. 264 с.
5. Белякова Е.Г. Структурно-содержательная модель конкурентоспособности как качества личности // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. 2017. Том 3. № 2. С. 189-198.
6. Емельянова Л.А., Данилов И.П., Денисов В.И. Концептуальные представления о конкуренции и конкурентоспособности субъектов

деятельности как социально-психологических феноменов // Вестник Чувашского университета. 2012. №1. С. 374-380.

7. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени // Психол. обозрение. 1998. №1. С. 13-25

8. Сурженко Л.В. Ценности личности: философский и психологический анализ // Научный журнал КубГАУ. № 65 (01), 2011 г. [электронный ресурс].

9. Фромм Э. Человек для самого себя // Психоанализ и этика. М.: Республика. 1993. 285 с.

10. Мясищев В.Н. Структура личности и отношение человека к действительности // Психология личности: Тексты / под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, А.А. Пузыря. М.: Изд-во МГУ, 1982. - С. 35-38.

11. Здравомыслов А.Г. Ядов В.А. Отношение к труду и ценностные ориентации // Социология в СССР. Т.2. -М.: Мысль, 1966. С. 197-198.

12. Давыдова К.Д. Социальная установка как психологический феномен // Социальная психология и философия. М., 1975. - С. 63-64.

13. Резник С.Д. Основы личной конкурентноспособности: Учеб. пособие. М.: Инфра – М, 2009. 342 с.

14. Андреев В.И. Конкурентология: учебный курс для творческого саморазвития и конкурентноспособности. Казань, 2006. 470 с.

15. Фанталова Е.Б. Диагностика и психотерапия внутреннего конфликта. Самара: Бахрах-М, 2001. 127 с.

16. Е. Фанталова Ценности и внутренние конфликты. Теория, методология, диагностика. Verlag: Lap Lambert akadeik Publishing – Saarbrücken, 2012.

Статья поступила в редакцию 25.07.2019

Статья принята к публикации 27.08.2019