

ПОСОХОВА Анастасия Владиславовна — к.псих.н., доцент кафедры педагогики и психологии Института кибернетики Московского государственного университета информационных технологий, радиотехники и электроники (119454, Россия, г. Москва, пр-кт Вернадского, 78; aposohova@mail.ru)

ДЕЛОВАЯ ХВАТКА КАК ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Аннотация. В работе обосновывается важное личностно-профессиональное свойство предпринимателей – деловая хватка как составляющая их конкурентоспособности. Дается определение деловой хватки. Автор определяет психологическую структуру деловой хватки, раскрывает психологическое содержание ее главных составляющих: нестандартности и практичности мышления, инициативности, мобильности, решительности и др. Показано, что деловая хватка имеет как природно обусловленные психологические составляющие, так и свойства, которые можно успешно развивать с помощью психологических методов и технологий. Автор описывает психологические проблемы и сложности, связанные с формированием и развитием деловой хватки.

Ключевые слова: предприниматель, конкурентоспособность, полипрофессионализм, деловая хватка, предприимчивость

В настоящее время проблема повышения конкурентоспособности отечественных предпринимателей является одной из главных в обеспечении выхода страны из экономического кризиса и достижения экономической безопасности. Определяются пути повышения конкурентоспособности, разрабатываются соответствующие стратегии. Среди них высокую значимость представляют те, которые связаны с проблемой субъективного, или человеческого фактора в предпринимательстве и имеют психологическое содержание. Сущность субъективного фактора состоит в том, что по сути дела все направления обеспечения конкурентоспособности формируют и реализуют люди со своим уровнем понимания проблем, своими внутренними условиями, а главное – уровнем профессионализма. Данная важная роль в ряде случаев может иметь решающее значение, особенно если из-за этого субъективного фактора происходят серьезные ошибки и промахи в оценке масштаба и реальности ситуации, точности прогнозирования и планирования изменений.

Актуальность проблемы повышения конкурентоспособности предпринимателей стимулировала проведение психологических исследований, которые начали осуществляться вслед за психологическими исследованиями самого феномена предпринимательства и конкурентоспособности.

Психологические исследования конкурентоспособности предпринимателей в силу их научной и практической значимости начали развиваться весьма интенсивно. Была определена структура этого личностно-профессионального свойства, описаны важнейшие профессионально важные качества предпринимателей, разработаны психологические модели конкурентоспособности и пр. [Посохова 2014а; Посохова 2014б]. В процессе психологического анализа проблемы и ее экспертного оценивания особо были выделены такие личностно-профессиональные свойства конкурентоспособных предпринимателей, как полипрофессионализм, деловая хватка и предприимчивость. Они стали объектами специальных психологических исследований.

Необходимость наличия полипрофессионализма для обеспечения конкурентоспособности предпринимателей обусловлена тем, что предпринимательская

деятельность относится к категории сложных многофункциональных видов профессиональной деятельности, которые требуют выполнения различных и примерно равноценных функций, имеющих разное содержание и значимость. В связи с этим в предпринимательской деятельности речь должна идти не столько о профессиональной компетентности, сколько о компетентностях, объединенных в одну систему и связанных общей главной целью профессиональной деятельности, в частности специальной, управленческой, организаторской, финансово-экономической, правовой, психологической, социальной, коммуникативной. Иными словами, можно говорить о наличии пространства профессиональных компетентностей у предпринимателей. Соответственно, предприниматель должен быть профессионалом в данных сферах компетентности, т.е. обладать полипрофессионализмом [Посохова 2014в; Посохова 2015]. Исследования в русле данного подхода позволили дать определения полипрофессионализма, разработать психологические модели полипрофессионализма, раскрыть их содержание, определить пути развития. Однако если полипрофессионализм является свойством, которое можно развивать, то есть свойства, обусловленные в основном природными факторами. К ним относится деловая хватка.

Деловая хватка рассматривается многими предпринимателями и исследователями как одна из важнейших составляющих конкурентоспособности. При психологическом исследовании этого личностно-профессионального свойства предпринимателей первые сложности возникли с его определением и раскрытием психологического содержания. Дело в том, что практически отсутствуют психологические исследования деловой хватки, не обосновано каноническое определение этого свойства. На уровне обыденных представлений «хватка» определяется как быстрота и ловкость в работе¹. Специальной разновидностью «хватки» является «деловая хватка». Представители делового мира, выступавшие экспертами по этой проблеме, деловую хватку характеризуют прежде всего как способность или умение увидеть выгоду там, где ее не видят другие, и способность добиться этой выгоды. Из данной характеристики следует, что деловая хватка как личностно-профессиональное свойство предпринимателей и важная психологическая составляющая их конкурентоспособности имеет два уровня проявления:

– первый уровень (когнитивный) связан с умением специфическим образом анализировать ситуацию и имеющуюся информацию, добывать ее (способность увидеть выгоду там, где ее не видят другие); вероятно в этом случае центральную роль играет особый предпринимательский склад мышления;

– второй уровень (регулятивный) обусловлен наличием необходимых средств (умений, прежде всего) и ресурсов для достижения поставленной цели, то есть чтобы добиться увиденной выгоды.

Когнитивный уровень связан с поисково-оценочной аналитической деятельностью. Такая деятельность отличается еще и обязательным наличием прогностического компонента. Предприниматель с деловой хваткой постоянно моделирует ситуацию, прогнозируя возможность получения прибыли от чего-то, представляет в воображении возможные исходы или последствия, мысленно их воспроизводит, вербализует, анализирует. Если прогноз получается позитивным, начинается поиск путей и средств (методов, приемов) получения этой прибыли. На заключительном этапе этой аналитической деятельности осуществляется оценка возможной прибыли. Только потом принимается окончательное решение. Хотелось бы отметить, что такие компоненты аналитической деятельности, как «увидеть», «вообразить», «представить» и др., являются важными пси-

¹ Ожегов С.И. 1980. *Словарь русского языка*. М.: Русский язык.

хологическими составляющими деятельности со значительным креативным или творческим компонентом. Таким образом, получается, что наличие у предпринимателя деловой хватки свидетельствует об его склонности творчески решать предпринимательские задачи, о креативности личности предпринимателя.

Проведенный психологический анализ проблемы исследования и экспертная оценка показали, что признаками или составляющими деловой хватки являются: 1) нестандартность мышления; 2) практичность мышления; 3) инициативность; 4) мобильность; 5) активность; 6) предприимчивость; 7) решительность; 8) настойчивость; 9) способность к расчетливому риску [Посохова 2014а].

Важно подчеркнуть, что отмеченные психологические составляющие деловой хватки можно не только успешно оценивать, но некоторые из них – и развивать. Рассмотрим их психологическое содержание подробнее.

В психологии нестандартность мышления рассматривается как способность находить новые, необычные, но эффективные решения. При нестандартном мышлении используются идеи, в основном в виде озарений, которые невозможно получить, следуя обычной логике. Нестандартность мышления коррелирует с креативностью, лишней раз подтверждая, что деловая хватка – это проявление профессионального творчества в предпринимательстве. Данный вид мышления способствует выходу на новые уровни, благодаря снижению «ограничительных рамок и барьеров». Важно отметить, что существует связь нестандартности мышления с инновационной направленностью личности и инновационной активностью (Е.Г. Чирковская и др.). Для оценки и развития нестандартности мышления используются ряд методов (провоцирование новых идей, генерирование идей, вызов идеи и др.), а также методы активизации поиска идей и «мозговые атаки».

Практичность мышления близка к понятию «практическое мышление», которое непосредственно связано с решением практических задач (по С.Л. Рубинштейну и Б.М. Теплову). Этот вид мышления является наглядно-действенным, связанным с умением быстро переходить от размышления к действию, т.е. в нем доминирует не только когнитивная, но и регулятивная функция, а результаты постоянно подвергаются проверке практикой. Практичность мышления тесно связана со спецификой профессиональной деятельности, когда в основном решается круг однотипных задач, поэтому профессиональная компетентность является залогом эффективности практического мышления.

Инициативность является способностью личности, проявляющейся как внутреннее побуждение и способность начать новое дело, самостоятельно ставить цели и принимать решения. Инициативность относится к интеллектуально-волевым свойствам. Инициативность связана с мобильностью как способностью к быстрому переключению на решение других задач. Мобильность в свою очередь связана с умением действовать быстро и оперативно.

Другие качества, являющиеся составляющими деловой хватки, являются волевыми.

Таково общее психологическое содержание деловой хватки как важной составляющей конкурентоспособности предпринимателей. Полученные результаты позволяют еще в процессе обучения предпринимательству оценивать потенциал этого личностно-профессионального свойства и в определенном диапазоне осуществлять его развитие, что имеет большое практическое значение.

Близким к деловой хватке по своему содержанию является другое важное личностно-профессиональное свойство предпринимателей – предприимчивость. Предприимчивость определяется как способность предпринимать что-то в нужный момент, находчивость, изобретательность и практичность [Посохова 2014а]. Предприимчивость рассматривается также и как способность достигать

предпринимательских целей за счет собственной инициативы, изобретательности, готовности к риску [Мещерякова 2008].

В последние годы понятие предприимчивости получило дальнейшее содержательно-смысловое развитие. Сейчас предприимчивость трактуется как деловая активность, содержанием которой являются решительные и нестандартные действия, носящие инновационный характер, дающие существенный положительный, в частности экономический, эффект и прибыль [Алленова, Алленова 2011]. Из данных определений следует, что предприимчивость ближе ко второму уровню проявлений деловой хватки.

Из результатов психологических исследований следует, что предприимчивые люди в бизнесе, обладающие деловой хваткой, существенно отличаются по своим психологическим характеристикам от представителей других профессий. Особенно это проявляется в направленности на достижение конкретного желаемого результата. Они отличаются большей изобретательностью, решительностью, целеустремленностью и упорством. Предприимчивые люди с деловой хваткой весьма оперативны в своей деятельности, т.е. все делают очень быстро, работают на опережение.

Если деловая хватка и предприимчивость подкреплены еще и лидерскими качествами, конкурентоспособность предпринимателя наверняка будет очень высокой [Зазыкин, Смирнов 2010]. Лидерские качества для деловой хватки, безусловно, являются необходимыми, потому что предпринимательская деятельность является деятельностью не только сложно совмещенной, но и совместной, причем осуществляемой в условиях противоборства.

Если у предпринимателя ощущается серьезный недостаток развития деловой хватки, это в психологическом отношении — очень серьезная ситуация. Дело в том, что деловая хватка является как природно обусловленным свойством, так и в определенной мере подлежащим развитию, хотя развивать ее довольно сложно. Отсутствие деловой хватки приводит к тому, что предприниматель не будет видеть выгоду там, где она может быть, а это — «упущенные возможности», «упущенная выгода».

Можно ли помочь предпринимателям с недостатком деловой хватки? Ответ на этот вопрос положительный. Психологическая помощь должна осуществляться по нескольким направлениям. Первое связано с повышением креативной составляющей в их деятельности за счет освоения креативных технологий, например мозговых атак и др. Второе — это «работа по образцу», т.е. освоение опыта предпринимателей с хорошей деловой хваткой. Третье — развитие волевых качеств, таких как решительность, настойчивость, упорство. Четвертое — повышение активности, уплотнение своего «временного ресурса», стремление научиться действовать оперативно. Безусловно, это положительно скажется на деловой хватке, повысит ее, правда, здесь многое зависит от психологических особенностей самого предпринимателя, особенно от его настроения на развитие.

Список литературы

Алленова Н.Н., Алленова Е.Г. 2011. *Акмеологические механизмы формирования предприимчивости управленческого персонала*. М.: МААН.

Зазыкин В.Г., Смирнов Е.А. 2010. *Психология и акмеология лидерства*. М.: ЭЛИТ. 304 с.

Мещерякова С.В. 2008. *Патриотизм как ценностно-смысловое образование в структуре личности российского предпринимателя*: дис. ... к.псих.н. Тамбов: ТГУ. 190 с.

Посохова А.В. 2014а. Конкурентоспособность предпринимателей: результаты психолого-акмеологического исследования. — *Человеческий капитал*. № 8(68). С. 64-67.

Посохова А.В. 2014б. *Конкурентоспособность предпринимателей (психолого-акмеологические аспекты проблемы)*. М.: АПКППРО. 128 с.

Посохова А.В. 2014в. Психолого-акмеологические основания проблемы полипрофессионализма. — *Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова*. Т. 20. № 3. С. 93-96.

Посохова А.В. 2015. Психолого-акмеологические аспекты проблемы полипрофессионализма. — *Акмеология*. № 1. С. 45-50.

POSOKHOVA Anastasiya Vladislavovna, Cand.Sci.(Psych.), Associate Professor of the Chair of Education and Psychology, Moscow State Institute of Radio-Engineering, Electronics and Automation (78 Vernadskogo Ave, Moscow, Russia, 119454; aposohova@mail.ru)

BUSINESS ACUMEN AS A CHARACTERISTIC FOR COMPETITIVENESS OF ENTREPRENEURS

Abstract. The article substantiates the importance of personal and professional property of business – it is business acumen as a component of their competitiveness. The author gives a definition of business acumen, the psychological structure of business acumen, reveals the psychological content of its main components, such as non-standard and practical thinking, initiative, mobility, determination and others. The author shows that business acumen has as natural psychological components, so properties that you can successfully develop with the help of psychological methods and technologies. The article describes the psychological problems and difficulties associated with the formation and development of business acumen.

Keywords: entrepreneur, competitiveness, multi-professionalism, business acumen, entrepreneurial spirit

КЛЕЩИНА Наталья Николаевна – к.пед.н., доцент Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского (Первый казачий университет) (109004, Россия, г. Москва, ул. Земляной Вал, 73; knata-82@mail.ru)

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО МАНИПУЛЯЦИИ В ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

Аннотация. В статье рассматриваются языковые средства манипуляции, используемые в англоязычных современных средствах массовой информации. Приводится исторический аспект появления и развития газетного стиля. Раскрываются роль и функции газетных заголовков. Подробно рассматривается, какое внимание журналисты уделяют языковой игре в заголовках статей в настоящее время.

Ключевые слова: языковая игра, каламбур, омофоны, полисемия, метафора, манипуляция

Появление первых англоязычных газет датируется XVII в. Их характерным свойством было содержание, состоящее только из новостей, без каких-либо комментариев, которые рассматривались как нарушение принципов журналистики. К началу XIX в. газетный язык приобрел разнообразие стиля, связанное с коммуникативными целями и собственной системой языковых средств.

Сегодня каждый из нас сталкивается с огромным числом информационных материалов, новостных сообщений в печатных СМИ и в Интернете. Огромную роль при подаче материала играют заголовки, являющиеся «лицом» любого издания. Заголовки имеют следующие основные функции: привлечь внимание