

Гусарова Е.Е.

канд. психол. наук, специалист,
Частное учреждение обеспечения
развития международной
региональной сети атомного
энергопромышленного комплекса
«Росатом – Международная Сеть»,
Москва

e-mail: egusarova@mail.ru

Социально-психологические механизмы формирования образа специальности в процессе профессионального развития

Аннотация

В статье рассмотрены результаты работы по исследованию социально-психологических механизмов и закономерностей формирования образа специальности в процессе профессионального развития на основе атрибутивных теорий. Приводится определение образа специальности, описывается и обосновывается атрибутивная теоретическая модель образа специальности и ее механизмов: личностной, объектной и средовой атрибуции.

Рассмотрена методика проведения исследования, подробно изложены результаты эмпирического исследования образа специальности у лиц, находящихся на различных стадиях профессионального развития (ученики профильных классов, студенты, работающие по избранной специальности). Приведена структура образа специальности с описанием атрибутивных классов и элементов, их составляющих. Описываются типы атрибутивных механизмов и их сочетания, которые присущи каждому из рассмотренных этапов профессионального развития. Показано, какие из этих механизмов являются наиболее эффективными для формирования адекватной профессиональной картины мира.

Автором также приведены возможные направления оптимизации процесса профессиональной подготовки с участием бизнеса и учебных заведений для наилучшей адаптации молодого персонала в профессиональной среде.

Ключевые слова:

теории атрибуции, образ специальности, этапы профессионального развития, структура образа специальности, атрибутивные механизмы формирования образа специальности, метод незавершенных предложений.

Gusarova E.E.

Ph.D. in Psychology, Specialist,
Private Institution for Ensuring the
Development of International Regional
Network of the Nuclear Power Industry
“Rosatom – International Network”,
Moscow

e-mail: egusarova@mail.ru

Socio-Psychological Mechanisms of Specialty Image Formation During Professional Evolution

Abstract

Results of based on attributive theories researches of social and psychological mechanisms and regularities related to specialty image formation during professional development have been considered in this paper. Specialty image definition is presented, attributive theoretical model of the specialty image and its mechanisms of personal, object and environmental attribution is described and justified.

A technique of this research carrying out has been described in the paper too, and results of empirical research of the specialty image related to persons at professional development's various stages (pupils of profile classes, students, specialists working on the chosen specialty) have been also stated in detail. The specialty image structure with description of attributive classes and their elements has been presented.

Types of attributive mechanisms and their combinations which are inherent in each of the professional development considered stages are described in this work too. It has been shown which of these mechanisms are the most effective for formation of an adequate professional picture of the world.

The author has also presented possible directions for optimization of vocational training process with participation of business and educational institutions for the best adaptation of young personnel in the professional environment.

Keywords:

attribution theories, specialty image, professional development stages, specialty image structure, attribution mechanisms for specialty image formation, method of incomplete sentences.

В сегодняшних реалиях, когда человек проводит достаточно много времени на работе, от него требуется постоянная активность, включенность, и вопрос собственной мотивации для максимально комфортного существования в этих условиях выходит для него на первый план. Никакие HR-технологии

внешнего мотивирования и повышения вовлеченности не будут в должной мере срабатывать, если человек внутри себя не найдет искренний интерес к своей профессиональной деятельности, который будет основой для его профессионального и личностного роста. Движение к такой самомотивации

в деятельности возможно, когда человек еще в начале своего профессионального развития (на этапе выбора профессии и в процессе обучения) формирует для себя максимально полную и прозрачную картину специальности и находит собственные пути реализации в ней. В то же время бизнес также заинтересован в получении лучших кадров с необходимым набором знаний, навыков и умений, которые быстро адаптируются к организационной культуре и включаются в рабочий процесс, имеют адекватные ожидания от него [3–7, 10].

Для формирования образа специальности в рамках профессионального развития личности необходимо понимание тех механизмов, которые лежат в основе ее восприятия индивидом. Под образом специальности мы понимаем совокупность представлений о знаниях, умениях, навыках специалиста, сферах применения знаний, положения специальности на рынке труда, представителях профессионального сообщества, формируемых в основном в результате теоретической и практической подготовки в учебном заведении с помощью коммуникативного взаимодействия в ходе учебного процесса и дополнительно под воздействием других факторов. Несколько лет назад нами было проведено исследование социально-психологических механизмов и закономерностей формирования образа специальности в процессе профессионального развития.

В основу теоретической модели были положены атрибутивные теории. Как в любом процессе социального познания, в рамках профессиональной сферы субъект пытается придать определенный смысл реальности, связанной с его собственной специальностью посредством различных возможных источников, в результате формируется, «выводится» (в терминах атрибутивных теорий) ее образ [1, 2, 9]. Один из разработчиков атрибутивных теорий, Г. Келли, в своей модели анализа вариаций называет три основных вида причин для объяснения поведения человека: личностные, объектные и обстоятельственные (средовые). В приложении к нашей модели формирования образа специальности они характеризуют содержательные компоненты этого образа. С этой точки зрения образ специальности представляется структурой различных компонентов, базирующихся на восприятии специальности посредством личностного, объективного и средового аспектов. **Преобладание отдельных характеристик в этом образе указывает на преобладающий тип атрибутирования (аналогично «локусу каузальности» Г. Келли) [1].**

Учет всех этих характеристик позволяет сконструировать следующую атрибутивную модель образа специальности. Учебная программа является

«стимулом», «объектом», ее восприятие обеспечивает объектную атрибуцию; наличие в образе характеристик, связанных с учебной специальностью в конкретном ее понимании возможно благодаря механизму *объектной атрибуции*. Специальность воспринимается нами с точки зрения личностных характеристик специалиста или представлена конкретными личностями — носителями данной специальности. Присутствие этих компонентов в образе обуславливается механизмом *личностной атрибуции*.

Характеристики, связанные с положением специальности на рынке труда, ее статусом, востребованностью на рынке профессий, областью применения приобретенных знаний и навыков, обуславливаются механизмом *средовой атрибуции*. Наглядно эти механизмы мы отобразили в рис. 1.

Нами было проведено эмпирическое исследование, в котором приняли участие 276 человек, представители различных этапов профессионального развития: ученики профильных классов школы, студенты 1, 3, 5 курсов и работающие по специальности (социология, менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе). Для обеспечения валидности эксперимента вышеописанная выборка включала контрольные группы.

Инструментарий был основан на проективном методе незавершенных предложений. Каждому участнику предлагалось завершить фразу: «Специалист в области [*название специальности, по которой обучается/работает респондент*]...», а затем классифицировать получившиеся высказывания и выделить критерии этой классификации. Выделение обоснований для классификации предложений самими респондентами в ходе групповой дискуссии или самостоятельно являлось необходимым для дальнейшей однозначной интерпретации полученных данных [7, 8].

В процессе обработки все завершенные предложения были классифицированы в 17 компонентов, основанных на сходных критериях, а затем были укрупнены в атрибутивные классы и охарактеризованы как результаты действия того или иного атрибутивного механизма. Анализ полученных данных по всем группам респондентов привел к конструированию обобщенной структуры образа специальности (см. рис. 2).

Каждый из выявленных механизмов обуславливает восприятие специальности, а компоненты, сформированные посредством его действия, находят отражение в образе специальности. *Механизм личностной атрибуции* связывает поступающую в разных формах и из разных источников информацию о специальности и те характерные компо-

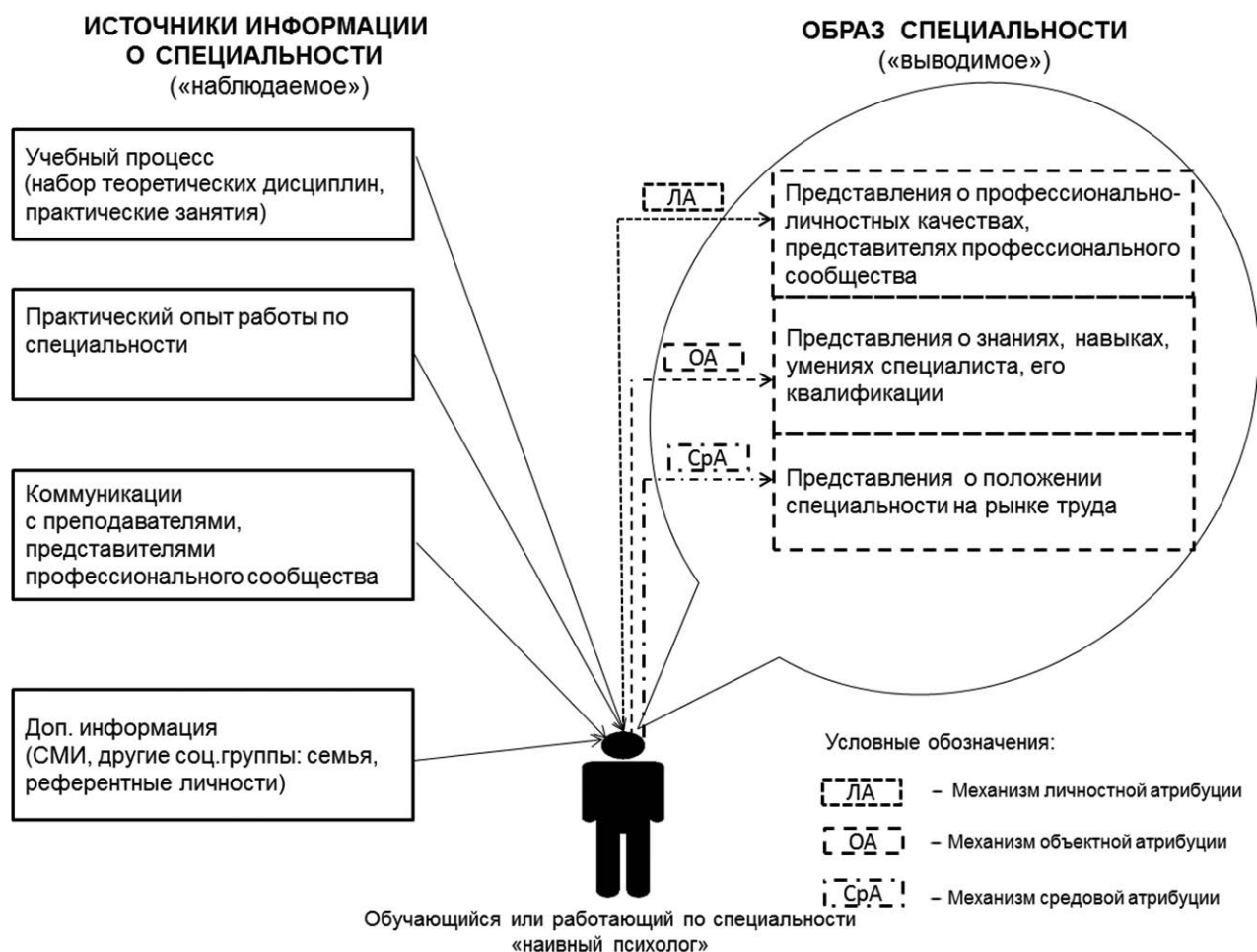


Рис. 1. Атрибутивная модель формирования образа специальности

ненты возникающего образа специальности, которые описывают ее как набор качеств личности носителя специальности, как взаимоотношения представителей специальности, как Я-концепцию специалиста, как конкретную персону и описывают личностный смысл, отношение к этой специальности. Действие механизма *объектной атрибуции* заключается в связи с поступающей в разных формах и из разных источников информации о специальности и тех характерных компонентов возникающего образа специальности, которые описывают ее как набор знаний, навыков, умений, дальнейшее совершенствование в профессиональном развитии, наличие специальной подготовки – образования, квалификации специалиста. Механизм *средовой атрибуции* обеспечивает связь поступающей в разных формах и из разных источников информации о специальности и тех характерных компонентов ее образа, которые описывают положение на рынке труда, включающее в себя аспекты экономического,

социального статуса, конкретных сфер применения данной специальности, ее специфику.

В результате исследования также была установлена специфика сочетания вышеперечисленных механизмов в перцептивном пространстве специальности в зависимости от стадии профессионального развития. Так, образ специальности у представителей группы «**ученики профильных классов**» определяется в основном механизмом личной атрибуции (66,5% высказываний относятся к компонентам образа, формируемым посредством этого механизма) и конкретно индивидуально-личностными качествами специалиста (38% высказываний). Представления о навыках, знаниях в основном ошибочны. Представления о положении специальности на рынке труда минимальны (10,5%). Сферы деятельности специалиста часто не отражают специфики специальности. Образ определяется непосредственным опытом взаимодействия индивида с представителями профессии – преподавателями-соци-



Рис. 2. Структура образа специальности

ологами и психологами. Обучение в профильных классах не дает осознанного отношения к будущей специальности. На этой стадии будущий специалист фактически не представляет ее сущность. В сознании индивида специализированные и неспециализированные знания, навыки смешиваются, при этом констатируется необходимость получения высшего образования как такового.

Образ специальности в период обучения в вузе обуславливается действием механизма *личностно-объектной атрибуции*. Образ специальности в сознании студентов на начальном и основном этапе профессионального обучения в вузе представлен, прежде всего, личностными, интеллектуальными характеристиками, специализированными и неспециализированными знаниями и навыками, а также статусом специальности на рынке труда. Так, для студентов 1 курса доля высказываний, относящихся в образ специальности к действию механизма личностной атрибуции, составляет 36; 39,5 и 39% соответственно по трем выборкам (экспериментальной и двум контрольным), а высказывания, относящиеся к действию механизма объектной атрибуции, — 44,6; 43,3 и 43,2%.

Фактически, близка модель образа специальности и на 3 курсе. Так, механизм личностной атрибуции характеризует 42,2; 40,2 и 38,4% высказываний, а объектная атрибуция навыков и знаний специалиста составляет 44,9, 47 и 42,1% от всех завершенных предложений. Особенностью образа специальности на 3 курсе является появление «проблемных» аспектов, относящихся к учебному процессу, что говорит о тенденциях к рефлексивному характеру восприятия специальности.

Модель образа специальности на завершающем этапе обучения (студенты 5-го года) обучения несколько отличается: увеличивается доля завершенных предложений, акцентирующих внимание на средовых атрибутах специальности. Так, процент высказываний, демонстрирующий действие механизма личностной атрибуции в конструировании образа специальности, составляет по трем выборкам студентов 34; 24,4 и 25% соответственно; процент завершенных предложений, относимых к действию механизма объектной атрибуции, — 37,3; 43,8 и 42,7%; предложения-индикаторы механизма

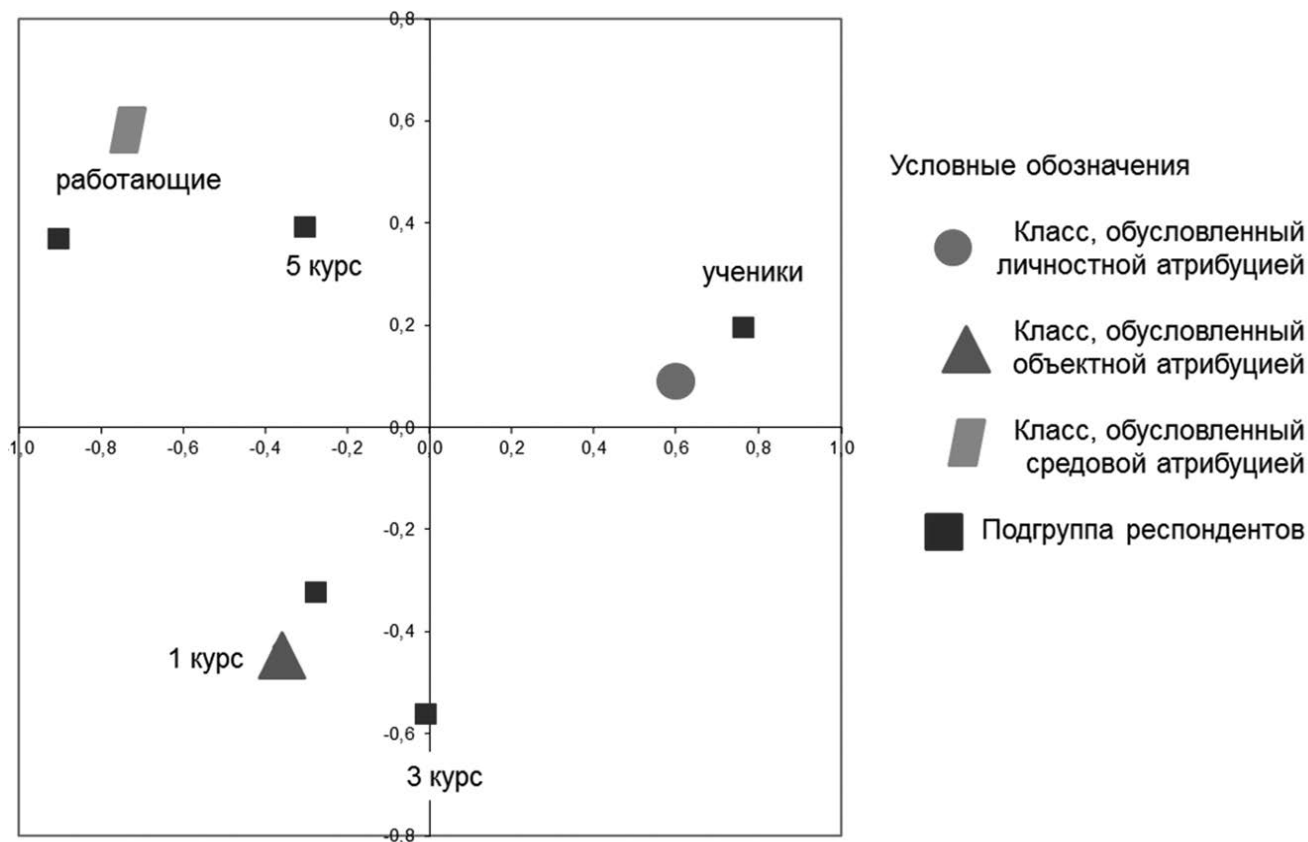


Рис. 3. Графическое пространство соответствия атрибутивных классов в образе специальности и этапов профессионального развития

средовой атрибуции составляют 28,7; 31,8 и 32,8%. На заключительных этапах обучения заметны тенденции к изменению механизма личностно-объектной атрибуции на объектно-средовую. Основное отличие образа специальности у выпускников заключается в увеличении доли завершенных стимулов, относящихся к атрибутивному классу «Рынок специальности», что свидетельствует о возрастании роли механизма средовой атрибуции в построении образа, что говорит о «переходном» характере механизмов атрибутирования, их непостоянстве у выпускников. Изменчивость ведущих механизмов атрибутирования связана с началом профессиональной деятельности студентов и приобретением ими практического опыта по специальности.

При этом активное действие механизмов личностной и личностно-объектной атрибуции по-прежнему ведет к смещению образа в сторону личности, и даже не профессионально-значимых качеств, а обобщенного набора социально одобряемых характеристик, что, безусловно, отвлекает внимание от содержательных аспектов будущей специальности и возможных сфер приложе-

ния полученных знаний. Часто даже выпускники вуза не имеют адекватного образа собственной специальности, что может являться существенным тормозом для их адаптации на рынке труда. Механизм объектно-средовой атрибуции становится ведущим в формировании образа собственной специальности на более поздних этапах профессионализации, в группе работающих, когда индивид осуществляет профессиональную деятельность по полученной специальности. Этот механизм приобретает основное значение за счет снижения доли компонентов, описывающих специалиста как личность, и возрастания доли компонентов, трактующих специальность с точки зрения ее средовых атрибутов. Не менее значим в описании образа на этом этапе компонент специальных знаний, умений, навыков.

Исследование показало, что в группе работающих по специальности завершенные стимулы относятся в основном к классу «Знания, умения и навыки специалиста» – 41,8 и 44,9% (для экспериментальной и контрольной групп – представителей различных специальностей) и к классу «Рынок специальности» – 36,1 и 35,5% соответственно. На выборке

респондентов-социологов (обучающихся и работающих по специальности) мы построили графическое пространство взаимосвязи атрибутивных механизмов и этапов профессионального развития, используя анализ соответствий (см. рис. 3).

Как показал анализ, точки пространства, означающие различные виды атрибутирования, лежат в близости от точек, представляющих различные стадии профессионального развития. Данная модель наглядно позволяет нам судить о превалирующих механизмах атрибутирования в процессе профессионального становления. Например, точка, демонстрирующая личностную атрибуцию («Характеристики специалиста как личности»; «Профессиональное сообщество»), лежит в непосредственной близости от точки, обозначающей первый этап профессионального развития – профильные классы. Точка объектной атрибуции («Знания, умения и навыки специалиста») близка к группе респондентов первого и третьего курсов. Средовая атрибуция («Рынок специальности») максимально близка к группе «работающие по специальности». Расположение точки пятого курса, который находится фактически на равном расстоянии от всех трех типов атрибуции, можно расценивать как наличие тенденций к изменению образа специальности в этот период и переход от личностно-объектного типа атрибуции к объектно-средовому, как это имеет место у группы «работающие по специальности».

Результаты исследования позволяют утверждать, что наиболее значимым для формирования адекватного действительности, оптимального образа специальности является механизм объектно-средовой атрибуции, отражающий в образе специальности основные знания и навыки, которыми должен обладать специалист и сферы его возможной деятельности. Наличие четкой и полной картины специальности в данном аспекте будет способствовать мотивированному освоению учебной программы в вузе. Обучение в вузе должно иметь целостный характер, но реально учебный процесс в сознании студентов является зачастую «отрывистым», изучение различных дисциплин представляется изолированным, не связанным друг с другом и с практикой. Этот факт может быть объяснен действием «нежелательных» в данном случае типов атрибуции, что приводит к снижению эффективности формирования образа специальности. Образ специальности выступает регулятором профессионального развития личности. Поэтому, чем полнее и глубже отражается специальность в сознании индивида, тем большими возможностями он обладает в ее освоении.

Механизм личностно-объектной атрибуции должен замещаться на более ранних стадиях профессионального развития (на втором, третьем курсах) на механизм объектно-средовой атрибуции под влиянием специальных мероприятий. Формирование адекватного и прозрачного образа специальности должно стать отдельным направлением в наших учебных заведениях, поскольку это будет способствовать повышению уровня осознанности обучающихся и существующих в профессии людей и добавит мотивации на разных этапах профессионального развития. С практической точки зрения это может быть реализовано в рамках теоретических курсов введения в специальность; будущие профессионалы должны понимать, какие механизмы строят их профессиональную картину мира, и иметь возможность ее регулирования.

Возрастанию роли объектно-средовой атрибуции как наиболее эффективной способствует включение студентов в практическую деятельность по специальности уже на ранних этапах обучения в вузе. Это возможно и в рамках производственных практик, и в рамках обеспечения участия студентов в отдельных проектных работах, и в рамках коммуникации с бизнес-средой – потребителями будущих кадров. В этом смысле работающим инструментом являются регулярные встречи с представителями профессии (от специалистов до топ-менеджеров), их живое общение с молодежью, основанное на актуальном представлении о текущем рынке специальности и реальных бизнес-кейсах. Получение обратной связи от бизнес-среды поможет вузам включать в учебные планы дисциплины, максимально приближенные к практической деятельности и обеспечивающие востребованность и конкурентоспособность выпускников вуза в различных отраслях.

Сейчас бизнес-среда в лице крупных западных работодателей уже реализует работу со студентами и выпускниками, для таких компаний это одно из приоритетных направлений для выращивания кадров. Разрабатываются специальные обучающие программы, регулярно читаются лекции и проводятся мастер-классы, устраиваются чемпионаты по решению бизнес-кейсов, в некоторых вузах даже создаются собственные кафедры компаний. Этот опыт надо укреплять и расширять. Учебные заведения тоже должны быть открыты для взаимодействия с бизнесом, чтобы совместными усилиями формировать эффективные кадры для различных сфер.

Литература

1. Андреева Г.М. Психология социального познания [Текст] / Г.М. Андреева. – М., 1997.
2. Башмаков В.И. Социология труда: учебное пособие [Текст] / В.И. Башмаков. – М., 1999. – 294 с.
3. Горбаткин Д.А. Теоретическая модель функционирования социально-психологических механизмов в структуре имиджа организации [Текст] / Д.А. Горбаткин // Вестник университета. – 2003. – № 1(6). – С. 36–48. – (Социология и управление персоналом).
4. Красовский Ю.Д. Сценарии организационного консультирования [Текст] / Ю.Д. Красовский. – М., 2003. – 367 с.
5. Князев В.Н. Психологические основы ситуационного подхода к управлению персоналом [Текст]: автореф. дис. ... д-ра психол. наук / В.Н. Князев. – М., 1998.
6. Куртиков Н.А. Социальный объект управления – коллектив [Текст] / Н.А. Куртиков. – М., 1977. – 200 с.
7. Сергиенко С.К. Современные отечественные технологии оценки и развития управленческого персонала [Текст] / С.К. Сергиенко. – М.: Книжный мир, 2004. – 206 с.
8. Бурлов А.В. Метод неоконченных предложений в изучении образа культурный человек [Текст] / А.В. Бурлов, Г.Г. Татарова // Социология: 4М. – 1997. – № 9. – С. 5–64.
9. Утлик Э.П. Личность в психологии и менеджменте [Текст]: учебное пособие / Э.П. Утлик. – М., 2003. – 228 с.
10. Филиппов А.В. Современные проблемы психологии управления [Текст] / А.В. Филиппов. – М., 2004.

References

1. Andreeva G.M. *Psikhologiya socialnogo poznaia* [Psychology of Social Cognition]. Moscow, 1997.
2. Bashmakov V.I. *Sociologia truda* [*Labour Sociology*]. Moscow, 1999. 294 p.
3. Gorbatkin D.A. Theoretical model of socio-psychological mechanisms functioning in organization image structur. *Vestnik universiteta. Ser. Sociologia i upravleniye personalom* [University Bulletin. Series. Sociology and Human Resource Management]. 2003, I. 1(6), pp. 36–48. (in Russian)
4. Krasovsky Y.D. *Scenarii organizatsionnogo konsultirovaniya* [Scenarios of organizational consulting]. Moscow, 2003. 367 p.
5. Knyazev V.N. *Psikhologicheskie osnovi situatsionnogo podhoda k upravleniyu personalom. Dokt. Diss.* [Psychological basis of situational approach in respect of human resources management. Doct. Diss.]. Moscow, 1998.
6. Kurtikov N.A. *Socialniy object upravleniya – kolektiv* [Collective as a social object of management]. Moscow, 1977. 200 p.
7. Sergienko S.K. *Sovremenniye otechestvennye tehnologii otsenki i razvitiya upravlencheskogo personala* [Modern technologies of assessment and development of the managing staff]. Moscow, Knizhniy mir Publ., 2004. 206 p.
8. Burlov A.V., Tatarova G.G. Method of incomplete sentences in study of cultural man image. *Sociologia: 4M* [Sociology: 4M]. 1997, V. 9, pp. 5–64. (in Russian)
9. Utlik E.P. *Lichnost v psikhologii i managmente* [Person in psychology and management]. Moscow, 2003. 228 p.
10. Filippov A.V. *Sovremennyye problemi psikhologii upravleniya* [Modern problems of management psychology]. Moscow, 2004.