

Профессиональная позиция в практическом мышлении*

Солондаев В.К. (Ярославль)

Солондаев В.К. Профессиональная позиция в практическом мышлении // Психология – наука будущего: Материалы международной конференции молодых ученых «Психология – наука будущего», 1-2 ноября 2007 г., Москва / Под ред. А.Л. Журавлева, Е.А. Сергиенко – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007 С. 392-395.

Еще Б.М. Теплов писал о специфике ответственности мышления практика: «Работа практического ума непосредственно вплетена в практическую деятельность и подвергается ее непрерывному испытанию, тогда как работа теоретического ума обычно подвергается такой проверке лишь в конечных результатах. Отсюда та своеобразная ответственность, которая присуща практическому мышлению» (Теплов Б.М., 1990; стр 31). Субъект практического мышления по мере решения разнообразных практических задач накапливает опыт последствий сбора информации и поиска решения, опыт реализации найденных решений. На этой основе в дальнейшем субъект определяет требования к решению – условия мыслительной задачи (описание этого феномена приведено в работах Ю.К. Корнилова и сотрудников), т.е. в структуре опыта постепенно складываются характеристики приемлемого для субъекта решения разных задач, которые направляют с самого начала – с момента принятия стимульной ситуации как проблемной. Так проявляется преобразующая направленность или направленность на реализацию.

В рамках данной работы мы будем рассматривать практическое мышление как мышление в процессе труда.

Е.А. Сергиенко экспериментально доказано наличие градаций или уровней субъектности. Исходя из этого, правомерно предположить наличие уровней субъектности и в практическом мышлении. Именно понятие субъекта позволяет объяснить индивидуальный способ деятельности, который складывается у каждого опытного профессионала. В терминологии В.Д. Шадрикова это явление обозначается как индивидуальный стиль деятельности, который никогда не совпадает, например, с нормативно одобренным способом

* Работа подготовлена при финансовой поддержке гранта Президента Российской Федерации по государственной поддержке ведущих научных школ Российской Федерации, № проекта НШ-5262.2006.6

деятельности. Не случайно К.А. Абульханова отмечает, что эпицентром композиции ресурсов, которые человек, становящийся субъектом, использует в деятельности, является саморегуляция и «субъективная приемлемость, но не только результата деятельности, но и самого способа ее осуществления, ее качества, степени трудности, которую субъект определяет для себя субъект заранее или постфактум» (Абульханова К.А., 2002; стр 43).

Мы считаем, что практик с необходимостью должен вырабатывать собственное отношение и к разного рода ограничениям в своей деятельности, и к тем последствиям, которые влечет за собой соблюдение или нарушение таких ограничений. Это отношение строится на основе иерархии мотивов деятельности, но не является исключительно мотивационным феноменом. Актуальные мотивы деятельности должны быть опредмечены и операционализированы таким образом, чтобы в новой или в стандартной ситуации поведение практика не противоречило его мотивам.

Для работы с описанными феноменами в нашей практике организационного консультирования используется конструкт профессиональная позиция субъекта деятельности. Профессиональная позиция – частично осознанное и рефлексивное отношение человека к своей профессиональной деятельности, складывающееся на достаточно высоких уровнях субъектности. Профессиональная позиция включает набор «рамочных» условий деятельности (например, условий успешного решения типичных задач), оценку значимости этих условий для субъекта, субъективное и эмоциональное отношение к ним. Профессиональная позиция не является ни сугубо когнитивным, ни сугубо мотивационным или эмоциональным феноменом, а представляет собой сложно организованное единство перечисленных составляющих, которое является для субъекта внутренним критерием успешности решения профессиональных задач.

На высших уровнях субъектности человек осуществляет максимально осознанное рефлексивное выделение себя из процесса деятельности, приобретая возможность осознанного отношения к требованиям деятельности.

Не всякий практик является субъектом в нашем понимании, и это разделение оказалось полезным в практике консультирования.

Поэтому нам потребуется как-то обозначить и тот психологический феномен, который используется как внутренний критерий успешности решения профессиональных задач на низком уровне субъектности. Обозначим его как имплицитную теорию деятельности – функциональный аналог наивной физики по отношению к практической деятельности – осознаваемые любым человеком представления о своей практической деятельности (содержании, способах выполнения, организации, личной и социальной значимости и др.). Имплицитная теория деятельности отличается от профессиональной позиции субъекта своей обезличенностью, отсутствием рефлексивного отношения к самому себе и требованиям деятельности. в имплицитной теории деятельности участники деятельности представлены обезличенно – функционально.

Приведем пример организационного консультирования, в котором ярко проявился феномен профессиональной позиции. Исследование проводилось нами совместно с Ю.А. Полетаевым и ООО АСМИ «Росс».

Одно из предприятий – производителей железобетонных изделий (далее – ЖБИ) обратилось с заказом на исследование, в результате которого планировалось получить рекомендации по оптимизации ассортимента и системы сбыта ЖБИ. В процессе исследования опрашивались представители крупных, средних и мелких строительных предприятий Ярославской области – потребители ЖБИ. Выборка составила более 500 человек, в число которых вошли представители почти всех крупных и более половины средних и мелких строительных организаций области. В опросе принимали участие лица, принимающие решения о закупках, у которых мы еще до проведения исследования имели все основания предполагать достаточно высокий уровень субъектности в изучаемой деятельности.

Оптимизация ассортимента и сбыта продукции - достаточно тривиальная маркетинговая задача, которая в описываемом случае, однако не могла быть решена традиционными методами маркетинга. В ходе опроса, по специально

разработанной процедуре респонденты оценивали наиболее крупных производителей ЖБИ по 9 параметрам: качество изделий; ассортимент; уровень цен; система скидок; удобство для покупателей системы сбыта; надежность производителя, соблюдение оговоренных условий; условия, удобство отгрузки и доставки; легкость получения информации об ассортименте и стоимости ЖБИ; месторасположение производителя. По результатам исследования нами был сделан вывод о том, что оценки отражают не объективное положение вещей, а субъективную семантику предприятий – производителей ЖБИ. Явные аутсайдеры рынка получали столь же высокие оценки у своих клиентов, что явные лидеры – у своих. Следовательно, принятие решения о закупке ЖБИ не является результатом сугубо рационального маркетингового анализа. Иначе говоря, решение принимается на основе личного опыта, но не по результатам сравнения нескольких предложений с калькулятором в руках.

На основе доказанной В.А. Лефевром теоремы о существовании и единственности рефлексии реалиста мы сформулировали основное предположение о существовании и единственности оптимально с точки зрения маркетинга.

Регрессионный анализ позволил нам выделить параметры, существенные для выбора поставщика ЖБИ на крупные строительные предприятия, и параметры, существенные для выбора поставщика ЖБИ на средние и мелкие строительные предприятия. Для крупных строительных предприятий в равной степени были значимы 5 из 9 оцениваемых параметров, а для средних и мелких только 3 из 9. Общими оказались такие параметры как качество продукции и наличие в ассортименте необходимых позиций, что вполне объяснимо. Отличающиеся параметры характеризуют специфику крупных предприятий, связанную с поддержанием стабильности поставок ЖБИ и удобствами, создаваемыми для крупного потребителя.