
УДК 159.9
ББК 88.411
Т 31

Е.Д. Тельманова

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры автоматизированных систем электроснабжения Института электроэнергетики и информатики Российского государственного профессионально-педагогического университета; E-mail: Telmanova_rsvpu@mail.ru

Г.М. Романцев

Доктор педагогических наук, профессор, ректор Российского государственного профессионально-педагогического университета; E-mail: Gennadi.Romantsev@rsvpu.ru

ТРЕНИНГОВАЯ ФОРМА ОСВОЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РОЛИ РЕМЕСЛЕННИКА-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

(Рецензирована)

Аннотация. В российском обществе остается актуальной проблема маргинального состояния ремесленников-предпринимателей, занятых в «теневом бизнесе». Ремесленник-предприниматель, желающий получить статус в социальной системе в ответ на требования, предъявляемые ему обществом, должен совершать действия, совокупность которых определяется как социальная роль. Социальная роль и содержание деятельности ремесленника-предпринимателя взаимосвязаны, но ролевой тип неоднороден, поэтому по результатам дефиниций содержания деятельности (отдельно ремесленника и отдельно предпринимателя) в статье выполнено осмысление характеристик деятельности ремесленника-предпринимателя и его социальной роли. Максимальная динамика изменения социально-ролевого поведения может быть достигнута в ходе групповых психотерапевтических тренингов или в ходе тренинговой формы обучения. Тренинговая форма обучения позволит сформировать у выпускников образовательных учреждений ремесленного профиля наряду с профессиональными знаниями, навыками и умениями социально-ролевое поведение, присущее только ремесленникам-предпринимателям. В статье обосновываются наиболее эффективные тренинги с использованием такого метода коррекции поведения, как имидж-терапия, или социодраматического подхода к интерпретации человеческих поступков. Авторами предложена модель социализации ремесленников-предпринимателей, на пути к которой необходимо пройти три этапа: экстернализацию, комбинацию и интернализацию.

Ключевые слова: ремесленник-предприниматель, социально-ролевое поведение, социальная роль, интернализация, тренинг.

E.D. Telmanova

Candidate of Pedagogy, Associate Professor of the Automated Systems of Power Supply, Institute of Power Industry and Informatics of the Russian State Professional Pedagogical University; E-mail: Telmanova_rsvpu@mail.ru

G.M. Romantsev

Doctor of Pedagogy, Professor, Rector of the Russian State Professional Pedagogical University; E-mail: Gennadi.Romantsev@rsvpu.ru

THE TRAINING FORM OF LEARNING A SOCIAL ROLE OF A HANDICRAFTSMAN — BUSINESSMAN

Abstract. In the Russian society, a problem of marginal status of handicraftsmen — businessmen engaged in “shady business” remains relevant. A handicraftsman — businessman who wants to get the status in the social system in response to the demands of the society must carry out actions, a set of which is defined as a social role. The social role and the content of the activity of handicraftsman — businessman are interrelated, but the role-type is non-uniform, therefore, according to the results of definitions of the content of the activity (separately for handicraftsman and businessman), the authors give the characteristics of the activity of handicraftsman — businessman and his social role. The maximum dynamics of change of the social-role behavior can be achieved in the course of group psychotherapeutic trainings or during training tuition. The training form of learning will shape a social-role behavior in graduates of educational institutions of a craft profile inherent only to handicraftsmen — businessmen, along with professional knowledge and skills. The paper proves the most effective trainings with the use of such a method of behavior correction as image therapy or sociodrama approach to the interpretation of human actions. The authors propose a model of socialization of handicraftsmen — businessmen, on a way to which it is necessary to pass three stages: externalization, combination and internalization.

Keywords: handicraftsman — businessman, social — role behaviour, social role, internalization, training.

Российские ремесленники как социальная группа в стратификационном пространстве общества до начала XX века была экономически устойчивой и многочисленной. Объясняется это тем, что слой ремесленников был достаточно велик и существовал довольно долго, чтобы стать вероятностной структурой для контропределений реальности российского общества. В этих обстоятельствах в обществе с очень простым разделением труда быть ремесленником в терминах социального предназначения означало быть избранным. Благодаря чему ученики ремесленников, пройдя абсолютную интернализацию в сообществе, социализировались в контрреальности социального слоя ремесленников. Причиной неуспешной социализации ремесленника в современном российском обществе является высокая степень асимметрии между социально определенной реальностью, в которую он *de facto* заключен как в чуждый ему мир, и собственной субъективной реальностью [1]. Соединив социальную реальность и субъективную реальность современного «ремесленника-теневика», можно преодолеть его маргинальное состояние.

Начало объединению социальной и субъективной реальности может положить процесс социализации ремесленников-предпринимателей, развернутый в учреждениях ремесленного образования. И начинаться социализация должна с процедуры контрдефиниций

реальности и идентичности, дефиниций содержания деятельности и соответствующего ему социально-ролевого поведения ремесленника-предпринимателя в стратификационном пространстве современного российского общества. Понимая, что содержание деятельности ремесленника-предпринимателя определяет его экономическое, культурное и конкурентное поведение, которое социально детерминировано и характеризуется набором сущностных ценностных ориентаций, связанных с его стремлением выйти из маргинального состояния и занять определенный статус в обществе в целом, можно заключить, что социальными константами, лежащими в основе социальной роли российского ремесленника-предпринимателя, являются производство работы по своей специализации с высочайшим мастерством; обеспечение безопасности производимых работ или изделий для клиента; обеспечение эстетики и комфорта производимых изделий; предоставление гарантии качества заказчику; поддержание профессиональной этики в отношениях с коллегами и клиентами.

Исполнение социальной роли ремесленника-предпринимателя обусловлено постоянными и долговременными социальными характеристиками индивида, принадлежащего к данной социальной группе, и варьируются от личности к личности. Неотъемлемой частью ролевого поведения ремесленника-предпринимателя яв-

ляются стереотипы, представляющие собой модель исполнения роли. Поскольку ремесленник-предприниматель в России находится в маргинальном состоянии, имеет смысл выполнить артикуляцию этой роли с использованием социальной памяти, которая сохранила «мертвую» роль российского ремесленника как культурную форму. В то же время модель исполнения роли ремесленника-предпринимателя в любом обществе имеет общее определение. Ремесленник-предприниматель – это производитель качественных работ, товаров или услуг. Он должен обеспечивать доход на капитал и стремиться к собственному росту. Реализуются эти установки с помощью многочисленных сложных социальных связей. Успех предпринимательской деятельности зависит от отрегулированности связей, от тех, кто их регулирует и контролирует, и от социально-ролевого поведения ремесленника-предпринимателя.

Социальная роль ремесленника-предпринимателя относится к конвенциональным ролям. Конвенциональные роли приобретаются индивидом по соглашению и касаются деловых, формальных отношений между людьми, поэтому социальная роль ремесленника-предпринимателя характеризуется стандартизацией, строится на основе прав и обязанностей, но при этом сам ремесленник обязательно вносит в исполнение конвенциональной роли собственную индивидуальность.

Социологом Т. Парсонсом были выделены основные характеристики любой социальной роли: масштаб роли, способ получения роли, степень формализации, виды мотивации [2]. Используя данный способ описания социальной роли, определим характеристики социальной роли ремесленника-предпринимателя:

— масштаб роли ремесленника-предпринимателя ограничен небольшим числом производимых работ, продуктов или услуг и небольшими финансовыми и кадровыми ресурсами ремесленного предприятия, что позволяет функционировать ему только в рамках своей основной деятельности;

— роль достигаемая;

— степень формализации в межличностных отношениях высокая;

— преобладает мотивация достижения.

Мотивация достижения в деятельности ремесленника-предпринимателя станет долговременной только в том случае, если им используется самомотивация, имеющая несколько составляющих:

— внутренняя установка на качественную ремесленную деятельность;

— чувство долга, ответственности перед собой;

— видение конечного результата и осознанное стремление к его быстрейшему достижению.

Ролевой тип ремесленника-предпринимателя неоднороден. Внутри этой роли выделяются как минимум два отчетливых подтипа ремесленника и предпринимателя, которые являются самостоятельными единицами, но совпадают в границах одной социальной страты и в неформальных статусно-ролевых системах. Каждый подтип обладает собственными атрибутами, которые в зависимости от вида социального действия могут соединяться в один. Интегративные атрибуты социальной роли ремесленника-предпринимателя можно классифицировать на статические, динамические и функциональные атрибуты. Статическим атрибутом является социальное происхождение ремесленника-предпринимателя, функциональным – его образ жизни, динамическим – элементы социальной биографии, а именно: уровень профессиональной подготовки (мастер, подмастерье, ученик) ожидания относительно социального будущего, жизненная стратегия и шансы.

Разработкой и изучением методов освоения и принятия социальных ролей занимается социальная психология. Наиболее результативна практическая социальная психология, которая позволяет с максимальной динамикой изменять системы ценностных ориентаций и социально-ролевого поведения. Инструментами, с помощью которых может быть освоена социальная роль ремесленника-предпринимателя, явля-

ются групповые психотерапевтические тренинги или тренинговая форма обучения. Направлениями практической психологии, позволяющими овладеть социальной ролью, являются тренинги, где используются такие методы коррекции поведения, как имидж-терапия и социодраматический подход.

На тренингах, основанных на имидж-терапии, предлагается войти в новый образ, сыграть роль ремесленника-предпринимателя, как в спектакле. При этом участник тренинга вынужден поступать иначе, исходя из новой роли, которая задает новые шаблоны поведения.

При социодраматическом подходе социальная жизнь ремесленника-предпринимателя трактуется как «драма». Происходит обретение человеком идентичности как основного механизма социализации, при котором субъектом принимается социальная роль ремесленника-предпринимателя, усваиваются социокультурные образцы и модель требуемого поведения. Социальная идентичность позволяет определить основные принципы консолидации ремесленников-предпринимателей (системообразующая и системосохраняющая роль), устанавливает и видоизменяет значимые для них признаки (предписывающая и символизирующая роль), создает условия для трансляции определенных правил взаимодействия в российском социуме (интернализующая и социализирующая роль).

Социодраматический подход является версией символического интеракционизма или ролевой теории личности. Согласно этой теории, механизм и структура личности связаны с ролевой сущностью. Более того, решающим фактором развития личности будущего ремесленника-предпринимателя является социальная среда, поэтому на первый план выдвигается межличностное взаимодействие ремесленников-предпринимателей со своими заказчиками (интеракции) и ролевое поведение.

Особый интерес для процесса социализации ремесленников-предпринимателей представляет концепция социально-психологического тренинга поведения, разработанная в 1971 г. немецким соци-

альным психологом М. Форвергом. Разработанная на основе теоретических положений советских психологов техника тренинга позволяет сформировать социальное поведение, соответствующее требованиям данной профессии (должности, роли и т.д.). Концепция тренинга имеет главной целью изменение социального поведения. Сначала эмпирическим путем выделяются типы поведения, а затем с помощью специальных групповых форм тренинга актуализируются механизмы психической регуляции, которые влияют на психические процессы, включенные в соответствующее поведение. Программа тренинга строится на основе результатов сравнения образцов поведения данной группы работников с характеристиками требований, предъявляемых к определенной профессии или социальной роли.

Особенностью таких тренингов является введение понятия установки, автором которой является грузинский психолог и философ Д.Н. Узнадзе. Установка в теории социально-психологического тренинга М. Форверга рассматривается как одновременное регулирование поведения в трех формах проявления: избирательной, оценочной, активизирующей. В результате регуляция поведения осуществляется на трех взаимосвязанных уровнях: ожидание, оценка, действие. В структуре каждого уровня регуляции набор частных установок.

Основываясь на теории, разработанной М. Форвергом и Д.Н. Узнадзе в ходе социально-психологического тренинга, используемой до сих пор будущими ремесленниками-предпринимателями, тип психической регуляции социального поведения можно разрушить и лабилизировать. Лабилизация — это процесс, противоположный стабилизации, когда участникам тренинга показывают, что их знания и навыки не способствуют решению актуальных задач, поставленных перед ремесленником-предпринимателем. Далее тренером предлагается новая мотивация и новые ориентиры, которые усваиваются и выучиваются охотно и успешно. Итогом является оптимизация поведения

и научение социальному компетентному поведению, характерному ремесленнику-предпринимателю.

Тренинг имеет две составляющих:

1) Провоцируются те переживания и понимания, которые обладают мотивирующей функцией.

2) Участники тренинга обучаются частным типам поведения ремесленника-предпринимателя с помощью многочисленных упражнений, пока не овладевают ими до такой степени, что смогут самостоятельно и произвольно применять их.

В ходе тренингов необходимо проводить психодиагностическое тестиро-

вание, позволяющее на основе сравнения эмпирических данных с данными, полученными от групп, не прошедших тренинг, выполнять мониторинг процесса освоения социальной роли ремесленника-предпринимателя.

Разбив процесс социализации ремесленников-предпринимателей на этапы, необходимо выбрать общую концепцию последовательности действий. У японских специалистов в области менеджмента Икуджиро Нонака и Хиротака Такеучи [3] социализация начинается с создания поля взаимодействия (Рисунок №1).



Рисунок №1. Поле взаимодействия

Согласно рисунку, на этапе экстернализации происходит обмен неформальным знанием между членами группы в ходе диалога и коллективного размышления. На этапе комбинации вырабатывается новый продукт или система управления. Далее в процессе практического обучения происходит интернализация корпоративных знаний. Социализация, по мнению японских исследователей, создает дружественное знание, экстернализация — концептуальное знание, комбинация — системное, а интернализация — операционное.

Процесс усвоения социальных ценностей и норм поведения, присущих современному ремесленнику-предпринимателю, вполне может осуществляться по той же концепции И. Нонака, Х. Такеучи. Но идеология, лежащая в основе функционирования поля взаимодействия модели, несколько иная. Социализация в предлагаемой модели является не промежуточным витком в спирали знаний, а заключительной фазой в процессе обучения ремесленников-предпринимателей. На пути к социализации необходимо пройти три этапа: экстернализацию, комбинацию и интернализацию (рис. 2).

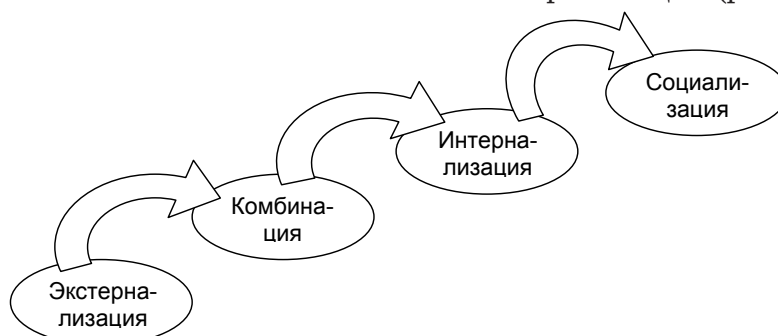


Рисунок №2. Процесс социализации ремесленников-предпринимателей

На первом этапе экстернализации путем вовлечения членов учебной группы в диалог и обсуждение происходит выделение ценностных установок каждого члена группы. Далее на этапе комбинации происходит знакомство, обсуждение и актуализация полученных знаний о системе ценностей, социальном поведении и социальной роли ремесленника-предпринимателя. Процесс интернализации осуществляется на социально-психологических тренингах, на которых социальные ценности и социальная роль ремесленника-предпринимателя переводятся участниками тренинга на внутренний уровень собственного «Я».

Подводя итоги, можно утверждать, что дефиниции социально-ролевого поведения ремесленника-предпринимателя и тренинги, основанные на имиджетерапии и социодраматическом подходе, а также социально-психологический тренинг поведения, разработанный М. Форвергом, позволят осуществить интернализацию социальной роли ремесленника-предпринимателя участниками тренинга, что в дальнейшем обеспечит успех социализации ремесленников-предпринимателей в стратификационном пространстве российского общества.

Примечания:

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
2. Talcott Parsons The Structure of Social Action. N. Y.: McGraw-Hill, 1937.
3. Икуджиро Нонака, Хиротака Такеучи Компания — создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. М.: Олимп-Бизнес, 2011. 366 с.

References:

1. Berger P., Luckmann T. Social Construction of Reality. Treatise on the sociology of knowledge. M.: Medium, 1995. 323 pp.
2. Talcott Parsons The Structure of Social Action. New York: McGraw-Hill, 1937.
3. Ikudzhiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi. Company as a creator of knowledge. The origin and development of innovations in Japanese firms. M.: Olimp — Business, 2011. 366 pp.