

Общая стратегия для всех участвующих в помощи профессионального самоопределения

1.4 Основные стратегии организации профориентационной помощи

Традиционно выделяют две основные стратегии (подходы) в профессиональном самоопределении: диагностическую (диагностико-рекомендательную) и развивающую. Но можно представить и несколько дифференцированные направления работы, разбив их условно на две группы: допустимые подходы и недопустимые (нежелательные) подходы.

Допустимые стратегии:

тестологическая (в основе — стандартизированные испытания профпригодности); информационно-просветительская (главная идея — вооружить клиента необходимой информацией, а там уж он «сам разберется»); рационалистическая. Предполагается, что профессиональный выбор и вообще самоопределение можно «рационально просчитать». Наиболее популярны сейчас разработка и использование компьютерных методов при принятии решения, что вполне обосновано при условии рассмотрения компьютера только как вспомогательного средства; «глубинная», психоаналитическая стратегия, основанная на выявлении «внутренних» стремлений самоопределяющегося человека и направление этих стремлений в позитивное русло; «гуманистическая-психотерапевтическая», основанная на положительном отношении к уникальности и целостности самоопределяющегося человека. При всей привлекательности и эффективности многих психотерапевтических процедур следует признать что гуманистические психологи «недооценивают роль социума в формировании личности» (по Б. В. Зейгарник), хотя самоопределяется человек именно в пространстве общества и культуры. К сожалению, многие клиенты-пациенты, у которых «осуществился личностный рост» на занятиях в психотерапевтических группах (о чем они любят радостно сообщать со странными улыбочками), часто неспособны понять, что происходит в окружающем мире; организационно-управленческая. В основе — реально работающая система профориентации, предполагающая взаимодействие самых разных социальных институтов: школы, психологических центров, общественных организаций, предприятий, учебных заведений и т.п., что, конечно же, облегчает работу конкретного профконсультанта; «частичные услуги», предполагающие ограниченную помощь, например только профдиагностика или только профинформирование, или помощь в принятии решения. Многие профконсультанты вынужденно работают в режиме «частичных услуг», так как не всегда возможно оказать полноценную помощь; идеологическая

(воспитательная, мировоззренческая). В основе — предположение о том, что на жизненные выборы оказывают сильное влияние господствующие в обществе идеи. Например, идея «служения царю и отечеству» в дореволюционной России, или идеи «индустриализации», «освоения целины» и т. п. в советские периоды истории страны. Очень интересно понять, какие идеи господствуют в обществе сейчас (возможно, для каких-то масс людей это идея «накопительства любыми путями» или идея «поскорее и подальше уехать из этой страны», а для каких-то людей — это стремление не потерять совесть в такой сложной ситуации). К сожалению, все это мало исследовано, но, может быть, это самое главное в профессиональном и личностном самоопределении; «принудительная». Подобная стратегия — для особых случаев, Например: при выборе рода войск для призывника, при распределении работ среди заключенных. В ряде случаев это выбор профессии и места работы, которые явно не соответствуют высокой квалификации безработного в условиях развала производства. На первый план здесь выходит помощь в обретении смысла даже в случае самого непривлекательного и даже унижительного выбора; активизирующая стратегия, в основе которой лежит реальное взаимодействие с клиентом и выведение его на уровень субъекта построения своей жизни. Важным условием такой стратегии является активная, творческая позиция самого профконсультанта, поскольку клиент и консультант фактически образуют единую систему и в каком-то смысле стремятся к тому, чтобы стать одним субъектом решения профконсультационной проблемы.

Нежелательные стратегии: стратегия «обмана». В консультационной практике нередко возникает проблема, кого «обманывать» — клиента или начальника-заказчика (оба обязывают психолога работать определенным образом и строго наказывают за иные варианты работы). Если удастся переубедить (или «просветить») заказчика или администратора, то лучше делать все так, как подсказывает совесть и квалификация, а в отчетах рапортовать, что работа выполнена «как положено». Опыт показывает, что при некотором навыке это вполне достижимо. Опыт также показывает, что начальство иногда догадывается о «хитрости» психолога, но не наказывает его так как он соблюдает «правила игры» и не стремится публично доказывать, что начальство ведет себя неправильно и некорректно; стратегии «самообмана». Здесь психолог оказывает непосредственную помощь или просто «манипулирует» клиентом (и иногда даже понимает это), но находит оправдание такой работе. Часто основой такого оправдания является «полное удовлетворение»: пациентов, которые несут психологу-манипулятору цветы, восторжено рассказывают о нем своим знакомым и т. п. [14]