

**«МОДА НА ПРОФЕССИЮ» КАК ФАКТОР ВЫБОРА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ УЧАЩИХСЯ**

Цель статьи – проанализировать образовательные стратегии школьников, выявить факторы, влияющие на выбор образовательных стратегий, рассмотреть феномен «мода на профессию» в качестве одного из доминирующих факторов выбора образовательной стратегии. Опираясь на результаты социологического исследования, автор показывает, что жизненные планы большинства сегодняшних выпускников школ связаны с получением высшего образования. Однако у многих школьников, как правило, еще не сформирована готовность к профессиональному самоопределению. Индивидуальные предпочтения школьников в профессиональной сфере во многом складываются под влиянием социального феномена «мода на профессию».

Ключевые слова: образовательные стратегии, профессиональное самоопределение, высшее образование.

Социально-трудовая сфера современной России характеризуется, с одной стороны, исключительным динамизмом, с другой – противоречивым характером. Противоречивость социально-трудовой сферы обусловлена рядом обстоятельств. Во-первых, еще не забыты и играют значительную роль прежние трудовые и общественные стандарты, представления и принципы, но при этом еще не сформированы правовые и нравственные нормы, отвечающие рыночным основам и либерально-демократическим принципам. Во-вторых, произошли существенные деформации в отраслевой и профессионально-квалификационной структуре занятости, профессиональных ориентирах и предпочтениях: значительно снижен не только престиж рабочих профессий, но и труда в бюджетных отраслях экономики. В-третьих, произошли изменения и в мотивационной сфере: большинство тех, кто предпочитает рабочие места, ориентируются на деятельность, не требующую длительной подготовки и глубоких профессиональных знаний, но приносящую быстрые доходы. Кроме того, теневая экономика и неформальная занятость существенно снижают роль государственных гарантий.

В сложившихся обстоятельствах возрастает роль государственной системы содействия занятости молодежи, в основе которой лежат профессиональная ориентация и обучение. Стратегия на развитие профильного и предпрофильного образования позволяет выявить индивидуальные профессиональные способности и трудовые установки школьников.

* © Овчинников Д.Е., 2010

Овчинников Дмитрий Евгеньевич, кафедра социологии, политологии и экономики Самарского филиала Московского городского педагогического университета, 443081, Россия, г. Самара, ул. Стара Загора, 76.

В силу возрастных особенностей у школьников, как правило, еще не сформирована готовность к профессиональному самоопределению. Поэтому главной задачей профессиональной ориентации школьников являются определение и развитие их индивидуальных предпочтений. Выявлению профессиональных предпочтений школьников было посвящено социологическое исследование, проведенное лабораторией социологических исследований Центра развития образования городского округа Самара. Исследование показало, что профильное обучение и предпрофильная подготовка являются важными факторами профессионального самоопределения школьников и формирования их профессиональных предпочтений [1]. Существенная проблема заключается в том, что социально-профессиональной идентификации школьников свойственны противоречия, имеющие личностно-психологический характер. Они обусловлены, с одной стороны, завышенной самооценкой, а с другой – слабым и весьма абстрактным представлением о рынке труда, выбираемой профессии, будущем социальном статусе.

В этой связи особую актуальность приобретают социологические исследования профессиональных ориентаций и предпочтений школьников и их родителей, которые позволяют выявить основные социальные и социально-психологические параметры, влияющие на выбор будущей профессии школьниками. Результаты социологических исследований социальных и профессиональных предпочтений школьников и их родителей могут быть эффективно использованы в организации профориентационной работы в школах (профиль и предпрофиль), а также являются важным информационным источником для принятия государственных и корпоративных решений по организации системы предпрофессиональной и профессиональной подготовки и системы подготовки кадров.

Социально-профессиональные предпочтения молодежи находят свое продолжение в отраслевых ориентирах, которые определяются не только сложившейся структурой экономики, спросом и предложением на рынке труда, но и ценностными установками молодых людей, представлениями о престиже той или иной профессии, модой на нее, оценкой собственных личных способностей и возможностей.

Социологическое исследование «Мода на профессию как фактор выбора образовательной стратегии учащихся», проведенное при участии автора в апреле–июне 2009 г., посвящено анализу образовательных стратегий современных школьников, выявлению факторов, влияющих на выбор образовательной стратегии, а также анализу феномена «мода на профессию» как одного из доминирующих факторов выбора образовательной стратегии. Предмет исследования – феномен «мода на профессию» как фактор формирования образовательной стратегии. Объект исследования был представлен тремя группами: учащиеся 10–11-х классов средних общеобразовательных школ г. Самары и Самарской области; родители учащихся 10–11-х классов средних общеобразовательных школ г. Самары и Самарской области; учителя средних общеобразовательных школ г. Самары и Самарской области.

Достижение основной цели исследования предполагало реализацию следующих исследовательских задач:

1. Выявить представления основных участников образовательного процесса о достаточном уровне образования.
2. Проанализировать образовательные и профессиональные планы старшеклассников.
3. Изучить мотивы выбора профессии старшеклассниками.
4. Выявить представления старшеклассников и студентов о будущей профессии.
5. Изучить представления основных участников образовательного процесса о моде.
6. Изучить представления основных участников образовательного процесса о влиянии моды на выбор профессии.
7. Выявить представления основных участников образовательного процесса о «модных» и «немодных» профессиях.

Проведенное исследование показало, что и учащиеся, и родители, и педагоги считают высшее образование необходимым уровнем образования для современного молодого человека. В группе учащихся и родителей их доля составила по 86,9 % соответственно, в группе учителей – 62,7 %. Лишь немногие респонденты считают достаточным среднее или среднее профессиональное образование, при этом наибольшая их доля приходится на группу школьных учителей. Каждый десятый педагог (11,4 %) отметил, что для сегодняшних школьников вполне достаточно среднего образования, а 18,7 % учителей считают достаточным среднее профессиональное образование (табл. 1).

Таблица 1

**Представления о необходимом уровне образования
(в % от числа опрошенных)**

Уровень образования	Доля опрошенных		
	Учащиеся	Учителя	Родители
Среднее	3,2	11,4	2,6
Среднее профессиональное	3,0	18,7	4,9
Высшее	86,9	62,7	86,9
Ученая степень	6,0	1,4	4,6
Трудно сказать	1,0	5,9	1,0
Итого	100,0	100,0	100,0

Выстраивая образовательные стратегии, выпускники школ ориентируются, в первую очередь, на свои жизненные и профессиональные планы. Проведенное исследование показало, что жизненные планы выпускников школ связаны прежде всего с продолжением обучения и поступлением в вуз. Четверть опрошенных учащихся планируют в будущем совмещать обучение в вузе с работой, также считает и каждый десятый родитель. Доля учащихся, связывающих свои жизненные планы исключительно с работой, не превышает 1 % (табл. 2).

Таблица 2

**Жизненные планы выпускников
(в % от числа опрошенных)**

Жизненные планы	Доля опрошенных	
	Учащиеся	Родители
Поступление в вуз	71,2	83,2
Совмещение обучения в вузе и работы	25,5	10,6
Работа	0,8	1,0
Другие планы	1,0	2,4
Неопределенные планы	1,4	2,7
Итого	100,0	100,0

Исследование показало, что многие респонденты достаточно поверхностно представляют себе профессию, по которой собираются в будущем работать. Полное и подробное представление о профессии имеют 40,2 % учащихся. Остальные респонденты отметили, что либо представляют профессию в общих чертах, либо имеют очень смутное представление о профессии (табл. 3).

Таблица 3

**Представления о выбранной профессии
(в % от числа опрошенных)**

Представления о профессии	Доля опрошенных	
	Учащиеся	Родители
Полное и подробное представление	40,2	39,6
Представляет в общих чертах	30,8	52,8
Смутное представление	19,0	5,8
Затрудняюсь ответить	10,0	1,8
Итого	100,0	100,0

Рейтинг специальностей, которые привлекают учащихся и их родителей, возглавляют экономические, инженерно-технические и инженерно-экономические специальности, юриспруденция, компьютерные технологии и менеджмент (табл. 4).

Таблица 4

**Распределение ответов на вопрос:
«По какой специальности планируете обучаться в вузе?»
(в % от числа опрошенных)**

Специальность	Доля опрошенных	
	Учащиеся	Родители
Экономика	32,0	21,6
Инженерно-технические и инженерно-экономические специальности	13,3	16,2
Юриспруденция	7,1	8,1
Менеджмент	5,2	5,4
Дизайн	3,0	5,4
Психология	1,5	2,7
Журналистика	—	5,4

Окончание табл. 4

Специальность	Доля опрошенных	
	Учащиеся	Родители
Педагогика	0,8	8,1
Компьютерные технологии и программирование	7,4	5,4
Туризм	0,8	8,1
Реклама		2,7
Правоохранительные органы	0,2	2,7
Строительство, архитектура	1,9	8,1
Маркетинг	1,3	-
Стилистика	0,5	-
Медицина	2,9	-
Бухгалтерия	0,9	-
Связи с общественностью	1,3	-

Распределение предпочтений учащихся и их родителей относительно специальностей позволило нам сделать предположение о существовании феномена «мода на профессию» и влиянии модных тенденций на выбор образовательной стратегии учащихся в целом и на формирование их профессиональных предпочтений в частности.

Феномен моды представляет интерес для специалистов в различных областях изучения общественных явлений: экономистов, философов, историков, психологов, культурологов, социологов. На наш взгляд, именно социологическое изучение моды может привести к наиболее адекватному ее описанию и объяснению, поскольку процессы распространения и смены модных образцов отражают факты ценностной динамики и социальной стратификации. Мода связана с повседневным проявлением ценностей в жизни людей, изучая которые социолог может оказаться ближе к пониманию общества в целом.

Мода стала предметом исследовательского интереса уже в XIX веке, с момента зарождения социологии. В классический период социологии сформировались два принципиальных подхода к истолкованию социальной природы феномена моды. Первый из них связан с попыткой объяснения распространения и смены модных образцов, подражанием манерам высшего класса – аристократии (Г. Тард, Г. Спенсер, Г. Зиммель). Второй подход связан с именами В. Зомбарта и Т. Веблена и объясняет феномен моды с позиций демонстративного потребления. В середине XX века Г. Блумер, стремясь объединить уже существующие подходы, предложил функциональную трактовку моды как механизма конформного, социально санкционированного обновления социокультурных норм, характерного для современного общества [4].

Современные исследователи потребления и моды [2, 3] отмечают, что мода является одним из факторов, формирующих стили жизни и потребления, влияющих на предпочтения молодежи в самых различных сферах жизнедеятельности.

Как показало проведенное исследование, большинство опрошенных полагают, что в целом поведение человека во многом определяется модой. Лишь

примерно каждый десятый в каждой группе опрошенных отметил, что поведение человека практически не зависит от моды (табл. 5).

Таблица 5

**Распределение ответов на вопрос:
«В какой степени поведение человека определяется модой?»
(в % от числа опрошенных)**

Варианты ответов	Доля опрошенных		
	Учащиеся	Учителя	Родители
Практически полностью определяется модой	14,9	3,1	30,7
В значительной степени определяется	36,0	47,2	31,9
Определяется в незначительной степени	24,5	27,0	18,1
Практически не зависит от моды	14,4	13,5	11,6
Трудно сказать	10,3	9,3	7,7
Итого	100,0	100,0	100,0

Проведенное исследование показало, что лишь немногие респонденты осознают влияние моды на выбор профессии. Примерно треть опрошенных в каждой группе считают, что мода в значительной степени определяет выбор профессии. При этом наиболее высока доля таких ответов в группе учителей. Остальные респонденты полагают, что мода в незначительной степени влияет на выбор профессии либо не влияет совсем (табл. 6).

Таблица 6

**Распределение ответов на вопрос:
«В какой степени мода влияет на выбор профессии?»
(в % от числа опрошенных)**

Варианты ответов	Доля опрошенных		
	Учащиеся	Учителя	Родители
Влияет в значительной степени	29,1	36,1	23,2
Влияет в незначительной степени	40,0	46,5	43,4
Практически не влияет	19,7	10,0	20,9
Трудно сказать	11,1	7,4	12,6
Итого	100,0	100,0	100,0

В целом проведенное исследование показало, что жизненные планы большинства сегодняшних выпускников школ связаны с получением высшего образования. Однако у многих школьников, как правило, еще не сформирована готовность к профессиональному самоопределению. Достаточно высока доля школьников, имеющих весьма смутное представление о профессии.

Индивидуальные предпочтения школьников в профессиональной сфере во многом складываются под влиянием социального феномена «мода на про-

фессию». Об этом свидетельствуют предпочтения школьников относительно будущей специальности. Рейтинг предпочтений выпускников возглавляют экономические и инженерно-экономические специальности, юриспруденция, менеджмент и специальности, связанные с компьютерными технологиями.

Библиографический список

1. Отношение учащихся 9-х классов к профильному обучению на старшей ступени общеобразовательной школы: аналитический сборник «Стимул № 7». Самара: Издательство МГПУ, 2005.
2. Гофман А.Б. Новая теория моды и модного поведения. 3-е изд. СПб.: Питер, 2004.
3. Ильин В.И. Потребление как дискурс. СПб.: Интерсоцис, 2008.
4. Ятина Л.И. Мода глазами социолога. СПб.: Элексис Принт, 2006. С. 6–7.

*D.E. Ovchinnikov**

THE «FASHION ON A TRADE» AS A FACTOR OF THE CHOICE OF EDUCATIONAL STRATEGY OF SCHOOLBOYS

The goal of this article is to analyse educational strategy of schoolboys, to reveal the factors influencing on a choice of educational strategy, to consider a phenomenon «fashion on a trade» as one of the dominating factors of the choice of educational strategy. According to the results of sociological research, the author shows that life plans of the majority of today's graduates of schools are connected with higher education reception. However, the readiness for professional self-determination of many schoolboys is not formed. The individual preferences of schoolboys in professional sphere develop under the influence of a social phenomenon «fashion on a trade».

Key words: educational strategies, vocational self-determination.

* *Ovchinnikov Dmitriy Evgenievich*, the Dept. of Sociology, Political Science and Economics, Samara Branch of the Moscow City Teacher's Training university, Samara, 443081, Russia.