

DOI: 10.17805/trudy.2025.10.3

ПЕДАГОГИКА

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ СТУДЕНТОВ

В. П. Кузнецова

Московский гуманитарный университет

Аннотация: В статье рассматривается проблема профессионального самоопределения молодых людей на этапе получения профессионального образования. Представлены результаты эмпирического изучения, на основе результатов эмпирического исследования разработаны рекомендации для студентов, нацеленные на повышение эффективности процесса профессионального самоопределения.

Ключевые слова: самоопределение; профессиональное самоопределение; самореализация; профессия; студент; личность

PROFESSIONAL SELF-DETERMINATION OF UNIVERSITY STUDENTS

V. P. Kuznetsova

Moscow University for the Humanities

Abstract: The article examines the problem of professional self-determination of young people at the stage of obtaining vocational education. The results of an empirical study are presented, and based on the results of an empirical study, recommendations have been developed for students aimed at improving the effectiveness of the professional self-determination process.

Keywords: self-determination; professional self-determination; self-realization; profession; student; personality

Несмотря на многочисленные исследования, проблема профессиональной ориентации студентов остается все также актуальной. Это связано с тем, что профессиональное самоопределение — сложный процесс, который можно рассматривать с разных точек зрения. Постоянно меняются и внешние условия жизни людей (ситуация в обществе, экономике), и внутренние характеристики самих людей, а именно их ценности, потребности. Именно эти факторы усложняют студентам определиться со своей будущей профессией.

С точки зрения Белых И. Л. самоопределение представляет собой свободное избрание человеком своей судьбы, осуществленную детерминацию (Белых, 2013: 173). Термин «самоопределение» используется в различных областях человекознания (в психологии, социологии, педагогике) для обозначения процесса взросления личности, формирования жизненной перспективы, жизненных планов, выбора профессии».

Климов Е. А. считал, что профессиональное самоопределение — это длительный и многоступенчатый процесс, в котором личность, опираясь на свой внутренний потенциал и учитывая внешние возможности, приходит к выбору профессиональной деятельности, соответствующей его индивидуальным особенностям и требованиям рынка труда (Климов, 2004: 23). Однако этот путь ча-

сто сопряжен с трудностями для студентов, обусловленными недостатком информации о профессиях, отсутствия опыта, внутренней неопределенностью, давлением со стороны близких и возрастными психологическими особенностями. Эти факторы в совокупности затрудняют процесс принятия осознанного решения, которое бы гармонично соответствовало интересам, ценностям личности и требованиям современного рынка труда.

Д. А. Леонтьев, Н. С. Пряжников и др. определяют профессиональное самоопределение как многогранный и развивающийся процесс, в ходе которого личность формирует свою систему отношений к профессиональной среде, раскрывает свои духовные и физические возможности, создает реалистичные профессиональные цели и формирует адекватный образ себя как специалиста.

Профессиональное самоопределение — это не просто выбор профессии, а активный, сознательный и рефлексивный процесс поиска своего места в профессиональном мире, основанный на самопознании, анализе своих возможностей и потребностей общества. Этот процесс характеризуется активностью, сознательностью, рефлексивностью, процессуальностью, ценностной ориентацией, социальной обусловленностью, ответственностью, саморазвитием и динамичностью, предполагая постоянный анализ опыта, оценку действий и корректировку планов на протяжении всей жизни. Выстраивание индивидуального жизненного пути через профессиональную деятельность, наполненную смыслом и ценностями, акцентируя внимание на развитии самосознания и ответственности за свой выбор.

Профессиональное самоопределение студентов в отечественной педагогике традиционно рассматривается как важная составная часть профессионального воспитания, призванного, с точки зрения Юсупова В. З. «обеспечить развитие высоконравственной, ответственной личности, разделяющей традиционные духовные ценности России, обладающей достаточными знаниями, умениями, опытом, личностными качествами для полноценной реализации своего потенциала во всех сферах жизнедеятельности» (Юсупов, 2019: 227).

Поскольку не существует единого, общепринятого определения профессионального самоопределения. Анализ работ Е. А. Климова, Д. А. Леонтьева, Н. С. Пряжникова позволяет выделить общие ключевые элементы этого процесса: его процессуальность и динамичность, связь с личностным ростом, активную позицию личности, взаимодействие со средой, а также удовлетворение в выбранной деятельности.

Цель данной статьи заключается в исследовании особенности профессионального самоопределения студентов вуза.

Теоретические методы исследования: структурный анализ, содержательный анализ, сравнительный анализ, метод систематизации, метод обобщения. Основным эмпирическим методом был тест на определение профессионального типа личности Дж. Холланда (модификация А. А. Азбель). Для реализации теста был применён электронный ресурс гугл-формы.

База исследования — Российский государственный гуманитарный университет. Выборка исследования — студенты 2 курса направления подготовки «Реклама и связь с общественностью» (уровень бакалавриата), учебная группа бакалавриата 4 СКР. Всего 17 человек.

Методика «Определение профессионально ориентированного типа личности» Холланда модификации А. А. Азбель предполагает выделение 6 профессиональных типов личности: реалистический (моторный); интеллектуальный (исследовательский); артистический (художественный); социальный; предприимчивый (инициативный); конвенциональный (адаптационный), — группирующихся определенным образом (рис. 1):

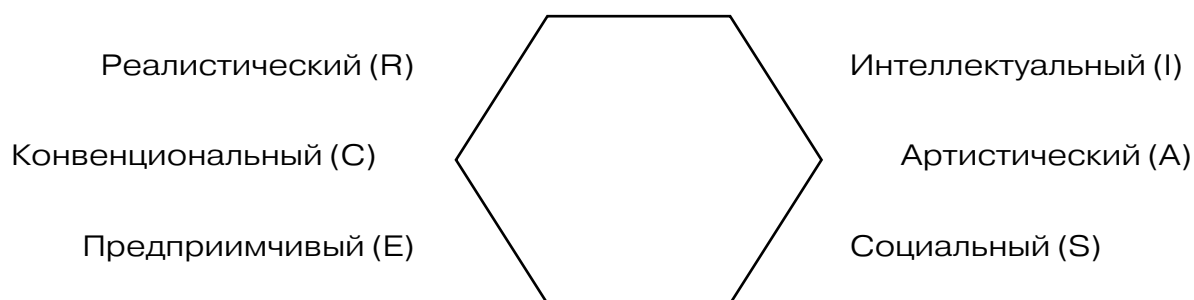


Рисунок 1. Группировка типов личности по Холланду

Всего в тесте 30 вопросов. В каждом вопросе по две профессии. Перед участниками стоит задача выбрать ту профессию, которая наиболее симпатизирует. На основе этих выборов мы можем понять какие три профессиональных личностных типа выражены у наших участников.

После определения для каждого студента трех самых выраженных профессиональных личностных типов, мы определяем наиболее часто встречаемые.

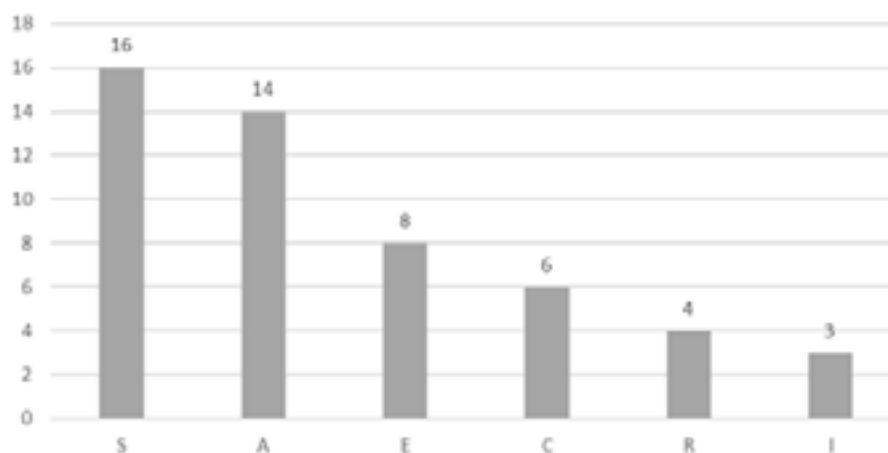


Рисунок 2. Типы личности по Холланду в студенческой выборке

На основе этих данных мы можем сделать следующие выводы: наиболее распространенными типами личности среди студентов направления «Реклама

и связи с общественностью» являются Социальный, Артистический и Предпринимательский. Это говорит о том, что большинство студентов обладают качествами, характерными для этих типов.

Социальный (S): люди данного типа гуманны, чувствительны, активны, ориентированы на социальные нормы. Способны к переживанию, умению войти и понять эмоциональное состояние другого человека. Обладают хорошими вербальными (словесными) способностями, готовы входить в контакт с людьми (нуждаются в большом количестве контактов), математические способности развиты слабее. По мнению Сунцовой Я.С., в основном люди этого типа ориентированы на труд, главным содержанием которого является взаимодействие с другими людьми, возможность решать задачи, предполагающие анализ поведения и обучения людей, сферы деятельности, требующие постоянного контакта и общения с людьми (Сунцова, 2009: 40). Высокая представленность социального типа указывает на то, что студенты ориентированы на взаимодействие с людьми, имеют развитые коммуникативные способности, проявляют эмпатию, стремятся помогать другим и хорошо работают в команде. Это очень важно для сферы рекламы и PR, где необходимо строить отношения с клиентами, журналистами, целевой аудиторией.

Артистический (A): Эти люди отличаются креативностью, независимостью и оригинальностью мышления. Большое количество студентов с артистическим типом свидетельствует о развитом творческом мышлении, креативности, нестандартным решениям задач, любви к самовыражению и созданию нового. Это критически важно для разработки рекламных кампаний, создания визуального контента, написания текстов и генерации идей.

Предпринимательский (E): Эти люди отличаются уверенностью в себе, амбициозностью и лидерством. Наличие предпринимательского типа у многих студентов говорит об их лидерских качествах, умении убеждать, организовывать, брать на себя ответственность и стремиться к достижению своих планов. Эти качества необходимы для управления проектами, ведения переговоров с клиентами, продвижения идей и развития бизнеса.

Менее выраженные типы оказались: конвенциональный, реалистический и исследовательский. Все эти типы ценят конкретность и порядок. Конвенциональный структурирует информацию и процессы, реалистический — физический мир, а исследовательский стремится к пониманию через логику и анализ. Они все предпочитают работать с чем-то осязаемым: данными, инструментами или идеями, и вносят ясность и стабильность в свою сферу деятельности.

Реклама и PR — это сфера, требующая как творческого подхода и умения создавать привлекательный контент (Артистический), так и умения общаться с людьми, строить отношения и продвигать идеи (Социальный), а также лидерских качеств и умения добиваться результатов (Предпринимательский).

Проведенное исследование с использованием данной методики показало, что среди студентов направления «Реклама и связи с общественностью» наи-

более распространены Социальный, Артистический и Предпри-нимательский типы личности. Сочетание этих типов (особенно ASE или SAE) представляется наиболее подходящим для успешной карьеры в дан-ной сфере, поскольку отра-жает необходимость как творческого подхода, так и умения общаться с людьми и продвигать идеи.

Полученные результаты полученные результаты послужили основой для разработки рекомендаций по профориентации и выбору специализа-ции для сту-дентов данного направления. Назовём основные из них.

— Для начала развивайте свои сильные стороны: студенту направле-ния «Реклама и связи с общественностью», необходимо активно развивать социаль-ные, артистические и предпринимательские навыки.

— Участвуйте в групповых проектах, различных волонтерских меро-при-ятиях или студенческих организациях, стремитесь к лидерству в ко-мандах для развития организационных и мотивационных способностей, посещайте ма-стер-классы и тренинги по коммуникации, переговорам и публичным выступле-ниям.

— Экспериментируйте с различными формами творческого самовы-раже-ния, такими как написание текстов, дизайн, фотография, видеосъемка и создайте портфолио, демонстрирующее ваш творческий потенциал, сле-дите за трендами в рекламе и дизайне, вдохновляясь работами профессио-налов.

— Компенсируйте недостающие качества из невыраженных професси-о-нальных личностных типов. Например, для улучшения реалистичного типа вам может подойти адаптирование своих идей под практические условия, а так-же ограничение бюджета и времени. Для развития исследо-вательских данных подойдет анализ данных, анализирование статистики и исследование целевой аудитории. Можете использовать аналитические ин-струменты для оценки эф-фективности рекламных кампаний. Для прогресса конвенциональных способно-стей подойдет планирование работы, выпол-нение в точные сроки. Также пойдет на пользу изучение основ делопроиз-водства и документооборота.

— Находите проекты, где можно объединить свои социальные, арти-сти-ческие и предпринимательские навыки. Например, разработка креатив-ной ре-кламной кампании для благотворительной организации или органи-зация меро-приятия для продвижения нового продукта. Также работайте в командах, каждый участник обладает своими уникальными сильными сто-ронами, что приводит к обмену опытом и знаниями друг друга.

Результаты исследования обоснованности выбора направления обу-чения среди студентов, изучающих рекламу и связи с общественностью (PR), выяви-ли наличие у первокурсников выраженных представлений о будущей профес-сиональной деятельности. Анализ этих представлений позволил выделить две основные группы будущих специалистов, в значи-тельной степени соответству-ющие социальному и артистическому типам личности по Холланду. Студенты с выраженным социальным типом более ориентированы на работу в сфере ком-

муникаций, налаживании связей с общественностью, управлении репутацией и создании социального воздействия. Этот выбор тесно связан с социальным типом личности по Холланду, характеризующимся потребностью в общении, помощи другим и решении социальных проблем. А студенты с артистическим типом стремятся к творческой работе в рекламе, созданию креативного контента, разработке кампаний и визуальных решений. Этот выбор соответствует артистическому типу личности по Холланду, для которого важны самовыражение, нестандартное мышление и эстетическая составляющая профессиональной деятельности.

Также, стоит отметить, что данное исследование имеет некоторые ограничения. Это небольшой размер выборки. Поэтому будущие исследования могут продолжить нашу работу в этой области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Белых И. Л. (2013) Самоопределение личности: философский, социо-логический, психологический, педагогический аспекты // Вестник Красно-ярского государственного аграрного университета, С. 170–173.

Климов Е. А. (2004) Психология профессионального самоопределения: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Академия, — 235 с.

Сунцова Я. С. (2009) Диагностика профессионального самоопределения: учеб. — метод. пособие. — Ижевск: Удмуртский университет, 112 с.

Юсупов В. З. (2019) Профессиональное воспитание студентов вуза: понятие, структура, генезис развития // Знание. Понимание. Умение. № 2. С. 216–231.

Кузнецова Вероника Павловна, обучающийся 4-го курса бакалавриата направления подготовки «Психолого-педагогическое образование» Московского гуманитарного университета. Научный руководитель — Юсупов В. З., доктор педагогических наук, профессор. Адрес: 111395 Россия г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (499) 374–74–59, Эл. адрес: pp@mosgu.ru

Kuznetsova Veronika Pavlovna, a 4th-year undergraduate student in the field of Psychological and Pedagogical Education at Moscow University for the Humanities. The scientific supervisor is V. Z. Yusupov, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor. Address: 5 Yunosti St., Moscow, 111395, Russia. Tel: +7 (499) 374–74–59, Email: pp@mosgu.ru

Для цитирования:

Кузнецова В. П. Профессиональное самоопределение студентов. № 3. С. 66–71.
DOI: <https://www.doi.org/10.17805/trudy.2025.10.3>