

гающим развить уверенность в себе, артистизм, владение своим телом и взглядом, преодоление скованности, способность находить лучшие ракурсы и позы, естественно выражать свои эмоции.

1. Коллективный словарь: [сайт]. – URL.: <https://sites.google.com/site/kollektivnyjslovar/home/i/imidz> (дата обращения 20.11.2020).
2. Васильев Г.А., Поляков В.А., Основы рекламы: учеб. пособие. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 719 с.
3. Шепель В.М., Имиджелогия. Как нравиться людям. – Москва: Народное образование, 2002. – 341 с.
4. Томилова М.В. Модель имиджа организации // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998г. – №1 – С.1 – 6
5. Полянская И.Л., Полянский Л.Н. Имидж торгового предприятия: статья // Маркетинг в России и за рубежом: журнал. – 2009г. – №3 – С. 39 – 47
6. Сагинова О., Скоробогатых И., Гафт В. Маркетинговое управление корпоративной репутацией коммерческого банк // Маркетинг. — 2006. – №5 – С. 52–56
7. Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №3 – С. 67–77
8. Бурцева Т.А., Миронова Н. А. Исследование корпоративного имиджа // Маркетинг. – 2008 – №3 – С. 24–34
9. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений. – Москва: Аспект Пресс, 2001. – 376 с
10. Берд П. Продай себя. Тактика совершенствования Вашего имиджа. – Минск. Амалфея, 1997. – 208 с.
11. Концепция модернизации дополнительного образования детей Российской Федерации на период до 2010 года [сайт]. – URL: <http://bestpravo.ru/rossijskoje/lq-postanovlenija/m4w.htm> (дата обращения: 11.11.2020).
12. Об образовании в Российской Федерации. Федеральный закон от 02.12.2019 № 411-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2019. – 04 декабря. – № 54. – Ч.1. – Ст. 67.
13. Газман О.С. Игра как системная потребность детства // Философия и педагогика каникул. – Москва: ВЛАДОС, 1998. – С. 23.
14. Евладова Е.В. Дополнительное образование детей. – Москва: ВЛАДОС, 2002. – 349 с.
15. Куприянов Б.В. Теория и методика социального воспитания школьников в учреждениях дополнительного образования: монография. – Кострома: Искусство, 2009. – 410 с.
16. Луначарский А.В. Что такое образование // О воспитании и образовании. – Москва, 1976. – 361 с.
17. Командный менеджмент: [сайт]. – URL.: <http://www.teammanagers.ru/tmags-429-4.html> (дата обращения: 26.04.2021).

Рубрика: Психологические исследования ресурсов современного человека

УДК 159.9.072

ФОРСАЙТ-СЕССИЯ КАК СПОСОБ КОНСТРУИРОВАНИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПРОФЕССИИ У СТУДЕНТОВ-ПСИХОЛОГОВ

Д.А. Сергеева
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

На данный момент экономического развития нашей страны актуальной проблемой является трудоустройство выпускников ВУЗов по профилю обучения. Имеющиеся сложности обусловлены различными факторами, как объективными, так и субъективными. Психологи труда считают, что размытые представления о своей профессии, условиях труда у выпускников могут являться причиной обозначенной ситуации. В статье представлены результаты эмпири-

ческого изучения представлений о будущей профессии у студентов-психологов первого курса, очерчены имеющиеся проблемные области, предложена конкретная технология, позволяющая объективизировать и содержательно наполнить представления студентов. Предлагаемая форсайт-сессия является для студентов предпочтительной, по сравнению с другими методами работы, так как основана на тесном взаимодействии между участниками и направлена на создание единого представления о ситуации.

Ключевые слова: трудоустройство, профессия, студенты-психологи, представления о профессии, форсайт-сессия.

FORSYTH SESSION AS A WAY TO CONSTRUCT IDEAS ABOUT THE PROFESSION AMONG STUDENT PSYCHOLOGISTS

At the moment, the economic development of our country is a pressing problem is the employment of graduates of universities in the training profile. The difficulties are due to various factors, both objective and subjective. Labor psychologists believe that blurred ideas about their profession, working conditions for graduates can be the reason for the indicated situation. The article presents the results of an empirical study of ideas about the future profession among students-psychologists of the first year, outlines the existing problem areas, proposes a specific technology that allows objectifying and content the ideas of students. The proposed forsight session is preferable for students over other methods of work, as it is based on close interaction between participants and aims to create a single idea of the situation.

Keywords: employment, profession, students-psychologists, ideas about the profession, forsight session.

Мы с уверенностью можем говорить о том, что профессия является одной из важнейших частей жизни человека: это часть самоидентификации личности, цель человеческих амбиций, то, с помощью чего разные люди оценивают друг друга; в конце концов, это то, благодаря чему функционирует и работает общество.

Серьезной проблемой для выпускников является трудоустройство и адаптация к труду на рабочем месте. Эта ситуация вызвана неопределенностью представлений выпускников о своем профессиональном будущем. Так, нереалистичные представления о будущей профессии и сохранении труда могут стать причиной дальнейшей дезадаптации выпускников, в том числе выпускников-психологов, изучению представлений о профессии которых посвящена данная работа. Её научная новизна обусловлена предлагаемой социальной технологией, которая адаптирована для решения проблемы представлений о будущей у студентов-психологов.

Целью нашей работы является изучение и описание представлений о профессии у студентов-психологов, обучающихся на первом курсе и составление плана форсайт-сессии на основе полученных результатов.

Задачи работы:

1. Рассмотреть понятие «представления о профессии» в психологическом контексте;
2. Подобрать методики эмпирического исследования представлений о будущей профессии;
3. Провести эмпирическое исследование представлений о профессии у студентов психологов, на основе эмпирических результатов сформулировать выводы;
4. Разработать программу, направленную на конструирование представлений о профессии у студентов-психологов.

Объект: представления о профессии.

Предмет: представления о профессии у студентов-психологов.

Эмпирическая выборка: студенты-психологи 1-го курса ВГУЭС, 27 человек.

Выбору профессии всегда предшествует формирование каких-либо представлений о своей будущей профессии. Так же, как без соответствующих знаний нельзя стать специалистом в своей области, нельзя выполнять свои трудовые обязанности без понимания того, что, собственно, необходимо сделать. Пифагор писал: «Не делай никогда того, что тебе не знакомо, но научись всему, что следует знать» [3].

Несмотря на то, что образ профессиональной деятельности и представления о ней формируются на разных этапах жизни человека, формирование представлений о профессии особенно важно изучать в контексте значимости данной темы как для подростков, так и людей чуть более старшего, юношеского возраста – студентов. Для этих возрастных групп выбор профессии и про-

цесс непосредственно профессионализации является особым, переходным этапом становления личности. Так, последним периодом развития личности, анализируемым Выготским Л.С., является период полового созревания, эпоха подростничества. Выготский Л.С. считает выбор профессии ключевым моментом в жизни подростка, который стимулируется и социальными требованиями, и личными мотивами стать самостоятельным, осуществить свои возможности [2].

Основные представления о профессии у человека формируются задолго до поступления в вуз или другое учебное заведение. Образ профессии складывается исходя из различных сфер жизнедеятельности: собственного жизненного опыта, влияния социального окружения, социально-экономической ситуации в стране в целом.

Зиброва С.В. описывает образ профессии как внутреннее образование, в совокупности отражающее личностный процесс формирования профессионального сознания с одной стороны, и внешнее содержание конкретной профессиональной деятельности, непосредственно влияющее на это формирование – с другой стороны. У студентов эта структура выражена как образ будущей профессии, являющийся отражением в сознании учащегося содержания будущей профессиональной деятельности. Образ определяется как субъективная картина мира или его фрагментов [4].

Для изучения представлений о профессии была выбрана ассоциативная методика.

Ассоциативный тест является одной из первых проективных методик и был впервые использован Карлом Юнгом. В данной методике используется некий стимул (стимульное слово), на который респондент должен придумать некоторое количество различных слов-ассоциаций. Методическая база методики строится на следующем утверждении: процесс «извлечения» ассоциаций из памяти является неосознаваемым, эти ассоциации являют собой часть внутреннего содержания сознания.

Результаты ассоциативного теста, в ходе которого студентов разных курсов просили назвать первые пришедшие в голову слова, ассоциирующиеся со словом «психология», с акцентом на то, что подразумевается будущая профессия, были обработаны методом контент-анализа. Сущность данной процедуры заключалась в том, что индуктивным путем, т.е. на основании впечатления от подлежащих анализу ассоциаций были выделены несколько групп представлений о семье и браке: «средства труда», «субъект труда», «предмет труда», «личностные качества профессионала», «результат труда», «профессионал», «цель труда», «условия труда».

Далее было проведено распределение образов и ассоциаций по полученным типам представлений, после чего был произведен ряд математических процедур, целью которых являлось выявление суммарной оценки разнообразия для каждого типа представлений (в %).

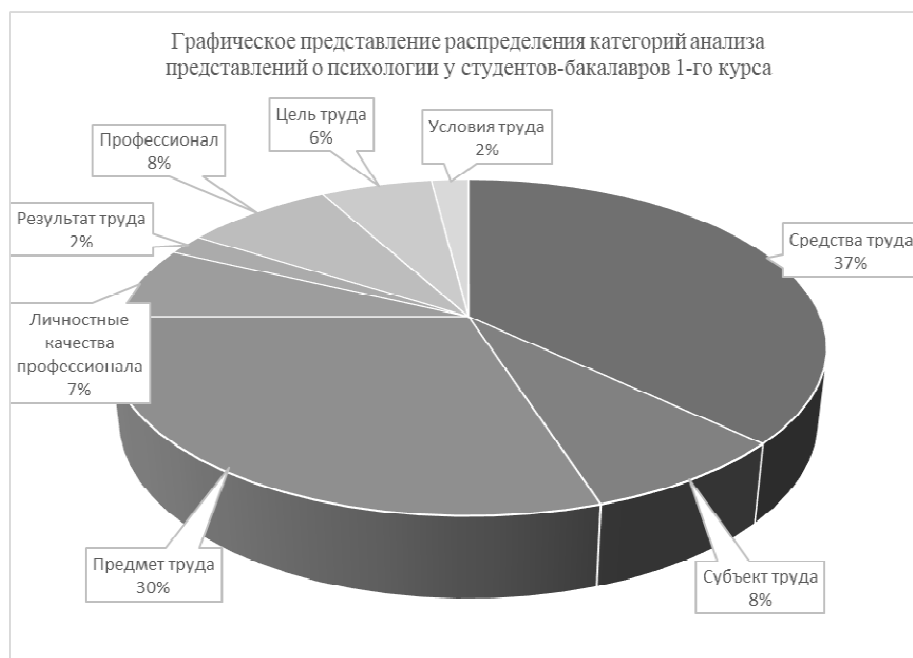


Рис. 1. Графическое представление распределения категорий анализа представлений о профессии у студентов-бакалавров 1-го курса

Как видно из результатов, большую часть занимают такие категории, как «Средства труда» и «Предмет труда». На первом месте находится категория «Средства труда» (38%), представленная такими ассоциациями, как: «знание» (4), «рефлексия» (4), «консультация» (3), «психоанализ» (3) и т.д. В этой категории находятся ассоциации, характеризующие средства труда, с помощью которых работает психолог.

На втором месте по вкладу в общее разнообразие ассоциаций у студентов 1-го курса находится категория «Предмет труда», занимающая 31% от общего разнообразия. Категория представлена следующими ассоциациями: «эмоции» (4), «проблемы» (4), «характер» (3), «чувства» (2) и т.д. Эту категорию составили ассоциации, представляющие предмет труда – то, с чем работает психолог.

Менее всего оказались представлены такие категории, как «результат труда» (2%) и «условия труда» (2%). Такие результаты могут говорить о том, что у студентов данной группы недостаточно сформированы представления о том, как должна происходить их деятельность и в каких условиях, какими должны быть результаты труда психолога.

Также в целом можно отметить, что представления о профессии у студентов данной группы достаточно унифицированы, не специализированы. В результате исследования было отмечено небольшое количество ассоциаций, которыми оперируют студенты, описывая будущую профессиональную деятельность, а также то, что большинство ассоциаций были достаточно общими.

Можно говорить о том, что в целом, ассоциации, полученные в результате данного исследования, являются нормой для студентов первого курса, у которых в начале обучения достаточно много общеобразовательных предметов. Однако, другое наше исследование, результаты которого здесь не представлены, говорят о том, что ассоциации студентов третьего курса психологов также являются достаточно унифицированными.

Таким образом, мы приходим к выводам о необходимости активизации процесса формирования представлений о профессии у студентов-психологов. Наиболее оптимальным на данный момент методом активизации этого процесса мы считаем проведение форсайт-сессии.

Под форсайт-сессией подразумевают процесс определения позиций заинтересованных лиц по отношению к общему для них будущему [1]. Иными словами, в ходе форсайт-сессии происходит моделирование и прогнозирование будущего группы лиц, участвующих в этом проекте.

Длительность форсайт-сессии составляет 2 часа. Данная программа состоит из следующих этапов:

Установочный блок: вводный диалог, постановка целей форсайт-сессии. Длительность: 10 минут.

Образ будущего и профессии психолога в будущем: студенты делятся на 2 или 3 группы (в зависимости от количества человек), затем в группах отвечают на следующие вопросы: как изменится мир в будущем (через 10 лет)? Как это скажется на профессии психолога? Какие изменения произойдут в сфере профессионального обучения? Длительность: 45 минут.

Образ будущего и актуальные навыки: студенты делятся на 2 или 3 группы (в зависимости от кол-ва человек). Студенты готовят ответ на вопрос: какие навыки и способности надо возвращать в себе сейчас, чтобы в будущем стать успешным специалистом? Длительность: 20 минут.

Мое место и моя роль – «Что в мире будущего делаю я?»: Индивидуальное задание: каждый участник кратко описывает то, как видит себя в будущем. Длительность: 15 минут.

Карта будущего: Студенты выполняют следующее упражнение: «Начертите карту своего успешного будущего. Ваши глобальные цели обозначьте как пункты местности, в которых вы хотели бы оказаться. Придумайте и напишите названия для «пунктов-целей», к которым вы стремитесь в своей личной и профессиональной жизни. Длительность: 30 минут.

Предполагается, что данная работа, включающая активную деятельность мышления и воображения студентов, а также групповую работу, позволит обозначить им необходимые способности, обуславливающие успешную профессиональную деятельность, которые, в том числе, будут способствовать плодотворной учебной деятельности. Данная схема форсайт-сессии также предполагает раскрытие потребности в познании своей будущей профессии, стремлении развиваться в данном направлении.

1. Акмаева Р.И. Формирование и развитие методов и инструментов эффективного менеджмента на российских предприятиях. – Астрахань: Изд-во АГТУ, 2006. – 416 с.

2. Выготский Л.С. Детская психология // Собр. соч. в 6 т. Т. 4 / под ред. Д.Б. Эльконина. – Москва: Педагогика, 1984. – 432 с.

3. Жмудь Л.Я. Пифагор и ранние пифагорейцы.– Москва, 2012. – 449 с.
4. Зиброва С. В. Профессиональное сознание: репрезентация и образ профессии: дис. ... канд. психол. наук. – Красноярск, 1999. – 122 с

Рубрика: Журналистика

УДК 070.447:791.43

КИНОКРИТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

А.В. Синичникова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В данном исследовании рассматривается кинокритика как жанр сетевой кинокритики, особенности ее развития и формы существования в традиционных искусствоведческих изданиях, а также на таких платформах как Instagram и YouTube.

Ключевые слова: кинокритика, кинокритика, блог, социальная сеть, Instagram, YouTube.

FILM CRITICISM ON SOCIAL MEDIA

This study examines film review as a genre of online film criticism, features of its development and forms of existence in traditional art criticism publications, as well as on platforms such as Instagram and YouTube.

Keywords: film criticism, film review, blog, social network, Instagram, YouTube.

Кино было и остается самым массовым видом искусства. Актуальность данного исследования заключается в том, что в наши дни профессиональная кинокритика переживает если не свой кризис, то точно свое перерождение. Классические журналы о кино переходят на сетевой формат, в котором приходится играть по новым правилам, и тем не менее, остаются все-таки больше материалом для элитарной группы пользователей.

В то время как интернет-критика переживает свой расцвет. На различных интернет-ресурсах появляется все больше энтузиастов готовых говорить о кино на широкую аудиторию. Пусть рецензии в социальных сетях, возможно, и уступают в профессионализме классическим критическим изданиям, но они набирают большую аудиторию, провоцируют вокруг себя дискуссию, и для многих авторы выступлений становятся лидерами мнений. Наше внимание будет направлено именно на кинокритику как основной критический жанр в сетях.

В нашей работе мы обратили внимание на то, в чем особенности современной критики, чем отличается сетевая критика от традиционной. Новизна исследования в изучении успешных блогов о кино, а также тенденции развития кинокритики в социальных сетях. Методы: сравнительный анализ, синтез, сопоставление, наблюдение.

Цель – изучение кинокритики в социальных сетях.

Задачи:

1. Изучить научную литературу о кинокритике как жанре журналистики.
2. Установить роль кинокритики в жизни современного человека.
3. Проанализировать блоги о кино и форму существования кинокритики в них.

Объект исследования – современная кинокритика как особый вид коммуникации.

Предмет – кинокритика в сети Интернет.

Материалом для исследования послужили такие YouTube каналы, как: «КиноПоиск», «ЧБУ», «Эпизоды», «BadComedian», «...and Action!», «Квинтэссенция», «ШЕСТНАДЦАТЬ НА ДЕВЯТЬ», «Искусство Кино», а также блоги в Instagram: «Пьяный киношник», «Понимай кино», «Коротко о кино» и др.

Методологическую основу выпускной квалификационной работы составили книги и статьи, посвященные проблемам кинокритики таких авторов, как: Аникиев Р. А.[1], Ефременко А.А. [3], Брежнева, Д. Д.[2], Корконосенко С. Г. [5], Сергунина Н.А. [6], Иовлева А. В. [4], а