

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

© 2019 Харисанова Евгения Сергеевна*
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kharisanovasseu@gmail.com

В статье рассмотрена и обоснована актуальность изучения процессов, которые связаны с профессиональной мобильностью молодежи в рамках современного общества, проведен анализ существующих концепций многих отечественных ученых, выделены подходы к изучению проблемы профессионального выбора молодых людей.

Ключевые слова: профессиональная мобильность, мобильность, молодежь, рынок труда, научные подходы, социализация.

В настоящее время современное общество с каждым годом все динамичнее и быстрее развивается. Возрастает значимость и скорость социальной мобильности, т.е. перемещение индивидов или социальных групп.

Для того чтобы лучше разобраться в таком феномене как профессиональная мобильность, обратимся к словарям и дадим четкие определения явлению социальная мобильность.

В толковом словаре С.А. Кравченко дает социальной мобильности следующее определение - понятие, посредством которого обозначаются социальные перемещения людей в направлении общественных позиций, характеризующихся более высоким (социальное восхождение) либо более низким (социальная деградация) уровнем доходов¹.

Но мобильность подразумевает не только динамичную характеристику субъекта в его деятельности, но также и затрагивает психическую сферу личности. В период трансформации общества большое влияние на его структуру стали оказывать и социально-психологические факторы, такие, например, как мобильность психики, выражающаяся в отношении к сложившимся условиям, как к дающим возможность проявить себя и самостоятельно принимать решения².

Доктор педагогических наук А.В. Мудрик говорит о том, что одним из самых важных проявлений социализации индивида является именно мобильность. Она может быть рассмотрена как желание индивида изменить не только свое место работы или жительства, но и своего окружения и характера досуга³.

Профессиональная мобильность как разновидность социальной мобильности имеет особое значение для организации и развития структуры общества.

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

Конечно же, основную роль в данном процессе играет молодое поколение, так как именно оно больше всех остальных социальных групп ориентировано на будущее и имеет весьма высокий инновационный потенциал, и при наличии условий и ресурсов может определять дальнейшую перспективу развития общества.

Выпускники высших и средних учебных заведений, получив документы об образовании, интегрируются в социально-профессиональную структуру. В этот момент важно, чтобы общество и государство обеспечило молодых людей достойными условиями для формирования их стратегий профессиональной карьеры, развития профессиональных стремлений, и для достижения желаемого социально-экономического и профессионального положения.

Несоответствие возможностей профессиональной мобильности молодежи ее субъективным притязаниям приводит на уровне общества к нестабильности социальных взаимоотношений⁴, а на уровне индивидов - к разочарованию и бесконечному поиску себя, который может выражаться в виде деструктивного поведения и противозаконной деятельности. В связи с этим изучение процессов, связанных с профессиональной мобильностью молодежи в современном обществе, крайне актуальны.

Проблему профессиональной мобильности молодежи освящали в своих работах многие отечественные ученые, в частности Т. И. Заславская, Л. И. Вачков, Ю. Ю. Дворецкая, А. К. Маркова, Э. Ф. Зеер, Л. В. Горюнова, Н. А. Анисимова, М. М. Абдулаева и другие. Каждый из этих ученых внес свой неоценимый вклад в изучение данной проблемы.

Все существующие концепции профессиональной мобильности молодежи можно объединить по схожим признакам в несколько подходов.

Одним из них является подход к профессиональной мобильности как к форме трудовой мобильности, которая, по мнению Заславской Т. И., является не столько экономическим или социальным, сколько междисциплинарным понятием, выражающимся в профессиональном, территориальном, отраслевом, социальном и других перемещениях индивидов. Является одной из форм адаптации индивида к новым экономическим и профессиональным условиям жизнедеятельности⁵.

Если рассматривать профессиональные и образовательные ориентации индивидов, карьерные устремления молодежи, мотивацию, как фактор социальной и профессиональной мобильности, когда последняя связывается с процессом выбора профессии и профессиональным самоопределением индивидов, можно выделить психолого-ориентированный подход. С позиций данного подхода, профессиональная мобильность рассматривается сквозь призму внутренних свойств индивида. Профессиональная мобильность обуславливается как совокупность личностных характеристик и особых форм поведения (склонность к постоянному самосовершенствованию, творчеству и самоактуализации, способность проявлять инициативность, предприимчивость в обществе, на рабочем месте и т. д.), которые проявляются в процессе смены индивидом своей профессиональной деятельности⁶. В условиях быстро меняющейся социальной реальности, нестабильной, подверженной постоянным трансформациям социальной структуры, это становится важным фактором способности молодежи найти себя, определить свое место и реализовать свой потенциал в профессиональном сообществе.

Экономический подход рассматривает профессиональную мобильность как процесс, связанный с функционированием рынка труда, его стремлениями и

условиями к развитию, при этом анализируется формирование рабочей силы на рынке труда и влияние данных факторов на перемещение молодежи.

Выделенные подходы анализируются с точки зрения их познавательных возможностей при изучении проблем профессиональной мобильности молодежи с учетом современных тенденций сферы труда и профессий.

Таким образом, проведя анализ данных подходов к профессиональной мобильности молодежи, можно сделать вывод, что психолого-ориентированные подходы и концепции уделяют большее внимание именно внутренним побуждениям к профессиональному продвижению, а экономический подход больше акцентируется на внешних мобильных факторах, которые так или иначе оказывают влияние на индивида.

Рассматривая социальную, в частности профессиональную мобильность человека, мы даем ему определенные характеристики, дающие возможность реализовать себя и достичь немалых результатов в профессиональной деятельности. Но при этом мобильность определяется и социальными взаимосвязями с другими индивидами. Выбор профессии и будущего социально-профессионального статуса для многих людей является определяющим фактором для профессиональной мобильности.

¹ Кравченко С.А. Социологический энциклопедический русско-английский словарь М.: Астрель, АСТ, Транзиткнига, 2004. - 511 с.

² Чеджемов Г.А. Основные факторы социальной стратификации российского общества в условиях его трансформации // Вестник Самарского государственного экономического университета- 2006. №7 (25).-С. 141

³ Макарова С.Н Успешная профессиональная социализация: основные подходы к исследованию. Вестник Челябинского государственного университета 2013г. с.65

⁴ Реутова М. Н. Профессиональная мобильность молодежи: двадцать лет спустя // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Белгород: Изд-во ФГАОУ ВПО "Белгородский государственный национальный исследовательский университет", 2016. № 6. С. 188-199.

⁵ Заславская Т. И. Трудовая мобильность как предмет экономико-социологического исследования // Методологические проблемы социологического исследования мобильности трудовых ресурсов. Новосибирск, 2010. 57 с.

⁶ Сушенцева Л. Л. Проблема профессиональной мобильности в контексте междисциплинарного подхода // Теория и методика профессионального образования. 2015. № 1. 7 с.

PROFESSIONAL MOBILITY AS A FACTOR OF SOCIALIZATION YOUNG PEOPLE

© 2019 Kharisanova Evgenya Sergeevna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: kharisanovasseu@gmail.com

The article substantiates the relevance of studying the processes related to the professional mobility of young people in modern society, analyzes the existing concepts of various foreign and Russian scientists, and outlines approaches to studying the problem of the professional choice of young people.

Keywords: mobility, professional mobility, youth, scientific approaches, labor market, socialization.

УДК 330

Код РИНЦ 04.00.00

ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ЭМОЦИЙ В РЕКЛАМЕ

© 2019 Хасбиулина Вероника Руслановна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: hasbiulina.nika@mail.ru

В статье освещены главные факторы влияния рекламы на потребителя. Рассмотрены основные элементы и методы рекламы. Показана роль эмоций в привлечении внимания потребителя.

Ключевые слова: реклама, производитель, потребитель, товар, заинтересованность, эмоции, внимание.

Реклама - это высокосодежательный и сознательный процесс, в котором задействованы специалисты разнообразных сфер деятельности.

В прошлом веке реклама получила статус общественного института, формулирующей социальные и экономические теории общественной жизни. Она имеет многообразные механизмы воздействия на психику человека, является основным способом продвижения товаров на рынке. Обращаясь к повседневным сферам человеческого общения, реклама создает определенные стереотипизированные формы, выраженные в имиджах, которые являются ее специфическим механизмом социализации¹. Исследователи считают, что именно реклама побуждает нас приобрести порой то, что и не требовалось. Именно поэтому перед производителем стоит задача охватить как можно больше сфер действия, демонстрируя свой товар по радио- или теле-коммуникациям².

Структура рекламы включает в себя следующие элементы:

1. Умение заинтересовать. Один из главных элементов, поскольку, привлекая внимание потенциальных потребителей, увеличивается спрос на рекламируемый товар или услугу.

2. Уровень влияния на эмоции потребителей рекламы. Чувства, которые вызывает реклама.

3. Информативность. Насколько точно изложена информация, показана действенность рекламируемого объекта.

Для современного, развитого общества реклама выполняет функцию, принадлежащую ранее искусству. Философы считают, что человек, на сегодняшний день, является

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель кафедры социологии и психологии.