

Таким образом, выступая механизмом формирования социокультурной памяти, музей представляет собой особый тип социальных институтов, которые отражают социальный подход к познанию, осмыслению истории человечества.

### **Список литературы**

1. Акулич Е. М. Музей как социокультурный институт // Социологические исследования. – 2004. – № 10. – С. 90.
2. Грусман В. М. Музей как институт формирования исторической памяти // Известия Рос. Гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. – 2007. – Т. 8. № 35. – С. 92 – 98.
3. Нора П. Проблематика мест памяти // Франция-память / П. Нора, М. Озуф, Ж. де Пюимеж, М. Винок. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1999. – С. 19.
4. Панченко А. М. Русская культура в канун петровских реформ. – Л., 1984 – С. 201.
5. Чаадаев П. Я. Апология сумасшедшего // Полное собрание сочинений и избранные письма. Т.1. – М.: Наука, 1991. – С. 151.

**УДК 374.01**

**Метлина И. В., Тарасюк О. В.**

### **ПРЕПРОФИЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА КАК ЭТАП ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА**

В работе рассмотрен имидж как культурологический феномен. Определены основные периоды становления представлений об имидже в мировой и отечественной истории. Выделена и обоснована предпрофильная подготовка как один из первых и основных этапов формирования имиджа.

Ключевые слова: имидж, имидж профессии, предпрофильная подготовка.

### **PRE-PROFILE PREPARATION AS A STAGE OF IMAGE FORMATION**

**Metlina I. V., Tarasyuk O.V.**

The article considers the image as a cultural phenomenon. The main periods of the formation of ideas about the image in the world and Russian history are determined. Preprofile preparation is highlighted and justified as one of the first and main stages of image formation.

Key words: image, image of the profession, pre-profile training.

Практический интерес к имиджу как явлению повседневности напрямую связан с переходом к информационному обществу, где происходит

сокращение количества населения, занятого в производственной сфере и увеличивается количество людей, занятых в сфере профессий «человек-человек». В такой ситуации имидж превращается в «ценность, от наличия и качества которой зависит успешность любой деятельности».

В то же время до сих пор остро ощущается отсутствие общей концепции, а, следовательно, и методологической основы изучения имиджа.

Все это позволяет сделать вывод о том, что роль имиджа в социокультурной практике продолжает оставаться невыясненной, теоретической завершенности концепта имиджа в терминах теории и истории культуры не существует. Потребность культурологического осмысления феномена имиджа и делает настоящее исследование актуальным.

В становлении представлений об имидже можно выделить несколько периодов. Первый период – «допонятийный» или «доимиджелогический», продолжавшийся вплоть до 1930-х гг., когда представления о нем рождались в работах ученых, которые не ставили перед собой задачи осмысления этого феномена. В 1920-30-е гг. начинается второй период, когда научные представления о процессах, связанных с возникновением имиджа, формируются главным образом в категориальном поле социологии и психологии, которые позволили обнаружить глубинные пласты взаимоотношений личности и социума. Третий период начинается в 1970-е гг. на Западе и в 1990-е гг. в России, связан со смысловым наполнением понятия «имидж» в зарубежной и российской науке, а также с появлением и становлением имиджелогии как самостоятельной дисциплины [3].

К настоящему моменту определены различные направления в исследовании имиджа, такие как психология имиджа, социология имиджа, политическая имиджелогия, педагогика имиджа, экономика имиджа, эстетическая имиджелогия [3].

В переводе с английского имидж – это образ, изображение. В самом же деле – это непосредственно или преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности или социальной структуре. Именно впечатление, а не оценка как рациональный факт деятельности сознания. Имидж чаще всего заканчивается такой предварительной операцией нашего познания, каковой признано представление. Если об имидже говорить как о конкретной психологической продукции, то он выступает как социальная установка, как ценностный стереотип, как модный символ. Не исключена возможность его одновременного проявления во всех названных сферах психики человека [4].

Из вышесказанного можно сделать следующий вывод: с одной стороны, имидж человека как культурологический феномен формируется, в первую очередь, исходя из профессиональной деятельности человека, а с другой - профессиональная деятельность также оказывает влияние на совершенствование имиджа уже сложившегося профессионала. Поэтому определение предпочтений обучающихся в выборе профессии и формировании

соответствующего имиджа являются параллельными, взаимосвязанными процессами.

О. Г. Грохольская выделяет, что профессиональная деятельность характеризует то общее и существенное, что определяет индивидуальность человека, которая проявляется в самостоятельном стремлении к активному саморазвитию и наращиванию творческого потенциала, инициативном обогащении себя в общении с другими субъектами труда и на этой основе культивирование своего стиля деятельности [1].

Ситуация выбора профессии сегодня характеризуется высокой степенью неопределенности и непредсказуемости. Выбирая, субъекты пытаются оценить социально-экономический статус представителей профессиональной группы, востребованность профессии в будущем, возможные перспективы профессионального роста и другие факторы, определяющие сегодня престиж профессий.

Зачастую оценка не базируется на интересе к профессии и реальном знании ее атрибутов, прежде всего содержания будущей профессиональной деятельности. Поэтому в выборе профессии все большую роль начинает играть ее образ как некий комплекс внешних стилевых впечатлений от профессии, формируемых под воздействием различных коммуникативных источников [2].

В настоящее время, для успешного определения сферы своей будущей профессиональной деятельности, в связи с развивающимися общественными потребностями, социальным заказом государства актуальным становится знакомство старшеклассников с миром профессий. Раннее выявление образовательной области, успешной для каждого обучающегося, должно создать положительную их мотивацию к обучению. Главное, в этом случае, на ранней стадии грамотно определить склонности обучающегося с целью оказания ему педагогического содействия в выборе своей будущей образовательной траектории. При этом предпрофильная подготовка является одной из возможностей профессионального самоопределения обучающихся и главный акцент здесь сделан на формировании навыков и умений для реальной профессиональной деятельности, жизни.

Предпрофильная подготовка в современных условиях, когда интенсивно изменяются перечни профессий, появляются совершенно новые, изменяется структура профессиональной деятельности существующих, способствует укреплению связей между образованием, социальной средой и рынком труда.

Актуальность предпрофильной подготовки заключается в знакомстве старшеклассников с реальными потребностями рынка труда в профессиях, максимальной подготовке их к решению социальных проблем, осознанному выбору направления дальнейшей трудовой деятельности и, как следствие, формированию благоприятного имиджа.

Для обучающегося основное значение приобретает ценностно-ориентационная активность, связанная со стремлением к автономии, правом быть самим собой. Как субъекта учебной деятельности его характеризует качественно новое содержание этой деятельности, а мотивы достижения занимают центральное место среди других мотивов.

Из всего вышесказанного следует, что предпрофильная подготовка направлена на достижение результатов освоения основной образовательной программы. Но в первую очередь, это достижение личностных и метапредметных результатов, которые заключаются в умении общаться, организовывать и анализировать свою познавательную деятельность. Предпрофильная подготовка помогает педагогам отследить, как формируются и развиваются личностные качества обучающихся.

Предпрофильная подготовка как неотъемлемый компонент создания будущего имиджа специалиста, призвана формировать комплекс внешних стилевых впечатлений от профессии.

### **Список литературы**

1. Грохольская О. Г., Никандров Н. Д. Введение в профессиональную деятельность: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 050700 «Педагогика». – М.: Дрофа, 2011. 192 с.

2. Каюмов А. Т., Каников Ф. К., Исхакова Н. Р. Учащаяся молодежь крупного индустриального города о престиже профессий // Социологические исследования. – 2013. – № 8. С. 87–95.

3. Черёмушникова И. К. Имидж в смысловом пространстве культуры: диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук: 24.00.01. – Волгоград, 2011. 341 с.

4. Шепель В. М. Имиджелогия: учебное пособие. – М., 2002. 403 с.

5. Lyzhin A. I. Structural and Functional Model of Training Future Masters of Vocational Training for the Organization of Teaching and the Production Process in Terms of Networking / E.M. Dorozhkin, O.V. Tarasyuk, A.I. Lyzhin, O.P. Krotova & N. L. Sherstneva // International Journal of Environmental and Science Education. – 2016. – Vol. 11. — № (15). — P. 8323-8334. (0,9/0,3 п.л.).

**УДК 377.5**

**Моисеев Е. Ф., Пахомова Л. Н.,**  
научный руководитель Тарасюк О В.

### **ТРАДИЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ОБУЧЕНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА**

Статья посвящена традициям в сфере профессионального образования, которые органически сочетаются с инновациями. Традиции являются одним из факторов формирования и развития профессиональной культуры и компетенций будущего специалиста.