

Секция «Психология»

Ценностные ориентиры будущих специалистов в сфере массовой коммуникации

Воскресенская Наталья Геннадьевна

Аспирант

*Нижегородский государственный педагогический университет,
Психолого-педагогический факультет, Нижний Новгород, Россия
E-mail: sbortnikov@yandex.ru*

В современном российском обществе в ситуации радикальных перемен отношение к нравственным нормам находится на стадии формирования. Вместе с тем размытость, несформированность нравственных ориентиров является одной из распространенных причин маргинального профессионального поведения [1, 2, 3]. Поэтому одной из серьезных проблем, стоящих перед вузами при подготовке будущих специалистов, является формирование у студентов осознания социальной значимости своей будущей профессии. В числе ключевых задач высшего образования, как социального института, должна выступать ориентация студентов на мотивы гуманистического характера (человеческая личность, духовные ценности, творческая самореализация и т.д.) [3, 5]. С целью разработки программы психологического сопровождения профессионально-личностного становления студентов, будущих специалистов в сфере массовой коммуникации, было проведено исследование, направленное на изучение ценностных ориентиров студентов.

Исследование показало, что студенты, перечисляя профессионально-важные качества (ПВК) необходимые в их будущей профессиональной деятельности, первое место отводят личностным ценностям (удельный вес 42% среди остальных, выделенных ими качеств). Из них большей значимостью обладают целеустремленность, ответственность, активность, заинтересованность в своей работе. Вместе с тем выявлено противоречивое отношение к общечеловеческим ценностям, ориентирующим человека на соблюдение нравственных принципов. Такие характеристики, как честность, толерантность, добропорядочность, этичность занимают последние позиции в списках ПВК у студентов, а в ряде случаев, честность и порядочность были отнесены к качествам, препятствующим успешной карьере. Таким образом, выделяемые студентами в качестве ПВК личностные ценности в большинстве своем нацелены на урегулирование взаимоотношений внутри будущего трудового коллектива, осознание же общественного значения своей будущей профессиональной деятельности можно характеризовать как низкое.

Литература

1. Бодров В.А. Психология профессиональной деятельности. Теоретические и прикладные проблемы. М., 2006.
2. Ермолаева Е.П. Психология социальной реализации профессионала. М., 2008.
3. Купрейченко А.Б. Проблемы нравственно-психологической регуляции экономической активности // Проблемы экономической психологии. Т.2.; М., 2005.
4. Митина Л.М. Психология развития конкурентоспособной личности. – М.; Воронеж, 2003.

5. Пряжников Н.С., Пряжникова Е.Ю. Психология труда и человеческого достоинства: учеб. пособие. М, 2005.