

РАЗДЕЛ 5. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

SECTION 5. PEDAGOGICAL SCIENCES



УДК 316.472.4

ББК 60.54

Anufrieva Evgeniya Vladimirovna,
candidate of philosophical sciences,
assistant professor of the department
of history, culture and sociology
of Volgograd State Technical University,
Volgograd,
e-mail: ev_anufrieva@mail.ru

Efimov Evgeny Gennadiyevitch,
candidate of historical sciences,
assistant professor of the department of history,
culture and sociology
of Volgograd State Technical University,
Volgograd,
e-mail: ez07@mail.ru

Nebykov Ilya Alexandrovitch,
candidate of historical sciences,
assistant professor of the department of history,
culture and sociology,
dean of Krasnoarmeysk
mechanical-metallurgical department
of Volgograd State Technical University,
Volgograd,
e-mail: decanmmf@vstu.ru

Ануфриева Евгения Владимировна,
канд. филос. наук, доцент кафедры
истории, культуры и социологии
Волгоградского государственного
технического университета,
г. Волгоград,
e-mail: ev_anufrieva@mail.ru

Ефимов Евгений Геннадиевич,
канд. истор. наук, доцент кафедры
истории, культуры и социологии
Волгоградского государственного
технического университета,
г. Волгоград,
e-mail: ez07@mail.ru

Небыков Илья Александрович,
канд. истор. наук, доцент
истории, культуры и социологии,
декан Красноармейского механико-
металлургического факультета
Волгоградского государственного
технического университета,
г. Волгоград,
e-mail: decanmmf@vstu.ru

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ (СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ)

PUBLIC OPINION AS THE FACTOR OF DEVELOPMENT OF SOCIAL NETWORKS IN RUSSIA (SOCIAALLY-PEDAGOGICAL ASPECTS)

В статье рассматривается процесс формирования общественного мнения в отношении социальных сетей и его связь с внедрением их в образовательный процесс. На примере США рассматривается механизм формирования негативного образа социальных сетей в социальном и педагогическом аспектах. Делается вывод о влиянии общественного мнения не только на социальное восприятие сетей в образовательной среде, но и на их научное исследование. Анализ телевидения (на примере канала «Вести») как фактора формирования общественного мнения показывает, что на сегодняшний день сложился негативный образ социальных сетей в СМИ. Значительная роль отводится правонарушениям с использованием социальных сетей в ходе проведения ЕГЭ. Подчеркивается большая роль государства и СМИ в формировании образа социальных сетей.

The article has examined the process of establishing the public opinion regarding the social networks and its connection with their introduction into the process of education. The mechanism of establishing the negative image of social networks in the social and pedagogical aspects has been reviewed on the example of the USA. The conclusion regarding the impact of the public opinion on the social perception of networks in the educational environment, as well as on their scientific examination has been made. Analysis of TV (on the example of 'Vesti' channel) as the factor of establishing the public opinion has demonstrated that currently the negative image of the social networks in mass-media has been created. The considerable role is played by the infringements of the law using social networks during conducting the unified state exam. It has been underlined that the state and mass-media play significant role in establishing the image of the social networks.

Ключевые слова: Федеральный государственный образовательный стандарт, социальные сети, общественное мнение, моральная паника, телевидение, компетенции, интернет-сети, девиантные поступки, образование, учебный процесс.

Keywords: Federal state educational standard, social networks, public opinion, moral panic, TV, competences, Internet networks, deviational deeds, education, process of learning.

Одним из отличий Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) стало появление требований к освоению компетенций, требующих освоения и использования студентами социальных сетей и Интернета. Наличие компетенций по использованию интернет-сетей является отражением внимания к Интернету как динамично развивающейся среде, использование которой уже стало неотъемлемой и обыденной социальной практикой миллионов людей по всему миру. В России значительных успехов в привлечении пользователей добились ресурсы «ВКонтакте» и «Одноклассники», суммарная аудитория которых на июнь 2013 года составляет более 50 млн человек [1].

Целью данной статьи является изучение влияния общественного мнения на развитие социальных сетей в обществе в целом и сфере образования в частности.

Для достижения этой цели нами были поставлены следующие задачи:

1. Описать механизм влияния общественного мнения на развитие социальных сетей.
2. Рассмотреть влияние общественного мнения на процесс внедрения социальных сетей в образовательный процесс.
3. Проанализировать образ социальных сетей в общественном мнении в России.

Методологической основой нашего исследования является теория социального конструирования технологии голландского ученого В. Бейкера. По его мнению, любой технический объект развивается в ходе взаимодействия нескольких социальных групп, включающих производителей, пользователей (сторонников) данной технологии и ее противников. Ключом к успеху новой технологии является формирование ее позитивного имиджа в глазах рядовых пользователей, что особенно важно в случае, если между собой конкурируют технически схожие объекты [2, р. 12–40]. Это выражается в различных практиках, которые используют производители, в том числе грамотное использование СМИ. В эпоху становления социальных сетей этот аспект стал особенно важен, поскольку традиционные СМИ (прежде всего телевидение) являлись одновременно и способом создания позитивного имиджа новой технологии, и ее конкурентом.

Определяющим для любой социальной сети является момент преодоления ею последствий «моральной паники». Поскольку пользователями сетей являются обычные люди, способные к совершению тех или иных девиантных поступков, то очевидно, что ни одна сеть не может создать абсолютно безопасное виртуальное пространство. В общественном мнении ситуация выглядит абсолютно противоположным образом, поскольку именно социальная сеть считается причиной совершения людьми противоправных действий.

Примером может служить история развития социальных сетей в США, где в 2007 году в общественном сознании прессой и телевидением было сформировано мнение о том, что социальные сети угрожают безопасности детей, поскольку являются удобным местом для совершения про-

тивоправных действий педофилами. На телевидении был запущен проект, в рамках которого в социальных сетях сотрудники полиции вступали в контакт с педофилами, выдавая себя за несовершеннолетних пользователей сети MySpace. После на место выезжала съемочная группа, которая фиксировала момент контакта подростка с подозреваемым и его задержание полицией. В результате MySpace, усугубив свое положение нежеланием передавать полиции данные пользователей для проверки, закрепила за собой негативный имидж и вступила в пору кризиса, уступив первое место Facebook [3]. Когда государственные органы в 2007 году предъявили ряд требований Facebook, касающихся обеспечения безопасности, то сеть пошла на значительные уступки, объявив о введении нескольких десятков уровней безопасности, что не только обеспечило ей позитивный имидж, но и сделало регистрацию в ней статусным символом. Это частично позволило нивелировать негативное отношение к социальным сетям, однако внесло определенные коррективы в виде принятия различных локальных актов, регламентирующих действия в сетях.

Развитие социальных сетей диктовало необходимость их внедрения в учебный процесс. Аудиторией крупнейшей социальной сети Facebook в основном являлись студенты, которые достаточно быстро стали осваивать новую технологию и самостоятельно использовать ее как часть учебного процесса. Это было связано с политикой компании, которая изначально ввела ограничение на регистрацию на сайте. Сначала регистрироваться разрешалось только студентам университетов, а затем и колледжей. На сегодняшний день 80% молодых американцев используют социальные сети, которые стали для них неотъемлемой частью повседневных социальных практик [4, р. 12].

С точки зрения теоретической базы неоспоримо влияние на внедрение социальных сетей в учебный процесс исследований американского ученого Александра Остина, директора Института исследований Высшего образования. В частности, речь идет о так называемой теории вовлеченности, которая базируется на утверждении, согласно которому успеваемость студентов будет расти в зависимости от степени их включенности как в академические, так и в социальные аспекты жизни учебного заведения [5].

Социологи применяли для выяснения эффективности использования социальных сетей различные методы, среди которых можно выделить эксперимент, позволяющий наиболее наглядно показать действенность той или иной методики. Результаты всех значимых исследований на сегодняшний день можно разделить на позитивные, негативные и нейтральные (подробнее см. [6]).

Анализируя эти исследования, мы можем указать, что социологические методы позволили говорить об эффективности использования социальных сетей в учебном процессе при выполнении нескольких базовых условий. Первым из них является создание системы контроля использования студентами социальных сетей. Руководящим лицом здесь выступает преподаватель или другой сотрудник университета, который должен определять цель и задачи использования социальных медиа в учебном процессе. Вторым условием является четкое понимание приоритетного направления использования социальных сетей: либо как способа вовлечения в жизнь учебного заведения, либо как средства повышения качества образования. Это определяет методы использования ресурса.

Однако научные аргументы оказались заложниками общественного мнения, сформированного СМИ. В середине

апреля 2009 года на заседание Американской Ассоциации исследований в области образовании (AERA) был заявлен доклад об использовании сети Facebook и академической успеваемости студентов. Аннотация сообщала, что использование этой сети могло быть связано с низкими результатами обучения, однако для журналистов, многие из которых не прочитали ничего, кроме этой аннотации, это означало новые заголовки в стиле: «Facebook – причина низкой успеваемости» [7].

Попытки научного сообщества опровергнуть категоричные заявления в СМИ были безуспешными. Уже на следующий день после начала «моральной паники» один из ведущих исследователей по социальным сетям Э. Хаггитари опубликовала пост (13.05.2009), в котором указала на явное искажение фактов, изложенных в аннотации СМИ. В частности, речь шла о неверной цифре респондентов (219 вместо 114), а также о произвольной интерпретации выводов докладчика [8]. Профессионально занимаясь исследованием социальных сетей, Э. Хаггитари привела данные массива исследования более чем тысячи студентов, в ходе которого не было выявлено никаких заметных корреляций между уровнем образования и использованием социальных сетей. В дальнейшем множество преподавателей, в том числе не связанных с социологией, привели целый ряд результатов уже проведенных исследований, подтверждавших отсутствие негативного влияния Facebook на успеваемость студентов [9].

Несмотря на то что результаты исследований не дали однозначно негативной оценки использования социальных сетей, общественное мнение уже было сформировано. После превращения названия научной статьи в освещение сенсации мало кого из журналистов волновали дальнейшие исследования. Последствием скандала можно считать появление новых правовых норм в отношении социальных сетей на уровне штатов. Так, в 2013 году в штате Миссури были приняты поправки в «Акт Защиты Студентов Эми Хестир», согласно которым теперь учебное заведение может обязать учащихся и преподавателей общаться только через контролируемые школой ресурсы. Соответственно свободное общение между преподавателями и студентами в социальных сетях при некоторых условиях могло оцениваться как противоправное действие.

Так же, как и на Западе, в России Интернет уже стал частью института образования, а социальные сети являются повседневной практикой молодежи. Социальные сети также стали для молодежи новыми пространствами социализации, заменив привычные социальные практики в виде прогулок в парке или походов в кино. Однако само по себе наличие массовой аудитории пользователей сетей еще не является достаточным условием их полноценного внедрения в учебный процесс.

Более глубокое изучение процесса внедрения социальных сетей в образовательный процесс показывает, что для их полноценного использования необходимы ряд дополнительных условий.

Во-первых, это интерес к социальным сетям в гуманитарной науке. Так, к примеру, хотя социальная сеть Facebook была создана в 2004 году, в 2005-м была опубликована всего одна статья о ней в научных журналах гуманитарной направленности, в 2006 году – 9, в 2007 году – 22, и только в 2008-м – 70, после чего количество публикаций стало расти в геометрической прогрессии [10]. Для сравнения укажем, что социальная сеть «ВКонтакте» была создана в 2006 году, а к августу 2013-го в базе РИНЦ можно найти только 47 статей, содержащих ее название в заголовке.

Во-вторых, решающим фактором исследования сетей является создание позитивного имиджа, создание которого имеет прямое отношение к росту научных исследований, поскольку, как указывал Э. Бейкер, потенциально опасные или неудачные изобретения редко пользуются вниманием научного сообщества до тех пор, пока не будет доказано обратное [2, p. 12].

Говоря об общественном мнении в отношении социальных сетей, мы опираемся на постулат, согласно которому социальные проблемы не существуют объективно, а являются результатом коллективного определения (Г. Блумер) [11, с. 150], то есть процессом соприкосновения различных мнений и интересов консолидированной аудитории медиа [12, с. 64]. На формирование коллективного определения сильное влияние оказывают СМИ, доминирующим из которых в России на сегодняшний день является телевидение. По данным ВЦИОМ, на август 2012 года из центрального телевидения информацию получают 98% россиян [13], что позволяет нам рассматривать анализ образа социальных сетей на телеканале как фактор формирования общественного мнения.

Как показал проведенный нами анализ материалов российского телевизионного канала «Вести» в 2012 году, в основном социальные сети освещаются нейтрально или негативно (табл.) (подробнее см. [14]).

Таблица

Структура сообщений о социальных сетях на ТРК «Вести» в 2011–2012 годах

	2011	2012	Всего
Всего сообщений	1282	1220	2502
Проанализировано	1105	1131	2236
Позитивные	282	221	503
Нейтральные	575	524	1099
Негативные	248	386	634

Что касается образовательной сферы, то, к сожалению, на сегодняшний день социальные сети ассоциируются прежде всего с махинациями в области ЕГЭ. В 2011 году в рамках информации о социальных сетях на ТРК «Вести» количество сообщений об их использовании с целью «облегчения» сдачи ЕГЭ составило 29, в 2012-м – 10, а на период с января по август 2013 года – 24. Добавим к этому, что косвенным образом к формированию негативного имиджа социальных сетей в образовательной сфере имеют отношение сообщения о интернет-аддикции в сетях, различных формах их использования в правонарушениях в отношении детей и подростков и т. д.

Учитывая, что в силу ряда субъективных и объективных обстоятельств внедрение социальных сетей в учебный процесс проходит стихийно, необходимо более пристальное внимание к этой теме, прежде всего с целью выработки эффективных механизмов интеграции социальных сетей в учебный процесс.

На наш взгляд, правомерно выделить два аспекта этой проблемы – теоретический и социальный. Говоря о теоретическом аспекте, мы должны помнить о том, что исследование вопроса о внедрении сетей в образовательный процесс находится только на начальном этапе своего развития. Не в малой степени причиной этого является неразработанность в отечественной науке тем, связанных с социальными сетями в целом. Исследование и привлечение зарубежного опыта должно стать необходимым элементом развития

этих исследований, однако он не может быть эффективно использован без учета культурологической специфики российской образовательной среды. Можно также утверждать на основе проанализированных нами экспериментов, что говорить об однозначно негативном влиянии сетей на институт образования нельзя. Также их внедрение во многом зависит от преподавателя и представителей руководства учебного заведения, что делает насущным обсуждение вопроса о необходимости специальной подготовки в этой сфере. Другим дискуссионным вопросом подобного рода является необходимость правовой регламентации использования сетевых ресурсов в рамках учебного процесса.

Помимо теоретической составляющей значимую роль играет и будет играть социальная, под которой понима-

ется прежде всего общественное мнение в отношении социальных сетей. Процесс внедрения любой технологии может быть описан через процесс взаимодействия различных социальных групп, среди которых можно выделить государство как группу чиновников, имеющих отношение к данному вопросу, СМИ как институт, формирующий общественное мнение и находящийся в нашей стране под большим влиянием государства, разработчики технологии, то есть владельцы и менеджеры ресурсов, а также преподавателей и учащихся. Учитывая централизованность системы управления в России, мы можем предположить, что позиция первых двух групп будет определяющей в этом вопросе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Отчет по проекту WebIndex [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tns-global.ru/media/content/B7525726-B5E1-4C12-BE25-4C543F42F3EE!/Web%20Index%20Report%20201305.zip> (дата обращения: 12.07.2013).
2. Bijker W. *The Social Construction of Technology*. Eijsden: The Netherlands, 1990. 218 p.
3. Marwick A. E. To catch a predator? The MySpace moral panic // Alice E. Marwick. *First Monday*. V. 13. № 6. 2008. [Электронный ресурс]. URL: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2152/1966> (дата обращения: 23.11.2012).
4. Kassens-Noor E. Twitter as a teaching practice to enhance active and informal learning in higher education: The case of sustainable tweets // *Active Learning in Higher Education*. 2012. № 13. P. 9–16.
5. Heiberger G., Harper R. Have you facebookedAstin lately? Using technology to increase student involvement // *New Directions for Student Services. Special Issue: Using Emerging Technologies to Enhance Student Engagement*. V. 2008 (124). 2008. P. 19–35.
6. Ефимов Е. Г., Дулина Н. В. Использование социальных сетей в организации учебного процесса в рамках реализации ФГОС (обзор зарубежных исследований) // *Известия ВолгГТУ. Сер. «Новые образовательные системы и технологии обучения в вузе»*. Вып. 10: межвуз. сб. науч. ст. / ВолгГТУ. Волгоград, 2013. № 13 (116). С. 58–61.
7. Boyd D. Facebook and academic performance: Reconciling a media sensation with data [Электронный ресурс]. URL: http://www.zephor.org/thoughts/archives/2009/05/01/facebook_and_ac.html (дата обращения: 10.10.2013).
8. Hargittai E. ZOMG! Facebook use and student grades [Электронный ресурс]. URL: <http://crookedtimber.org/2009/04/13/zomg-facebook-use-and-student-grades/> (дата обращения: 10.10.2013).
9. Pasek J., More E., Hargittai E. Facebook and academic performance: Reconciling a media sensation with data // *First Monday*. V. 14. № 5. 2009. [Электронный ресурс]. URL: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2498/2181> (дата обращения: 10.10.2013).
10. Wilson R. E., Gosling S. D., Graham L. T. A Review of Facebook Research in the Social Sciences // *Perspectives on Psychological Science*. 2012. № 7 (3). P. 203–220.
11. Блумер Г. Социальные проблемы как коллективное поведение // *Контексты современности II: хрестоматия*. 2-е изд., перераб. и доп. / Сост. и ред. С. А. Ерофеев. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001. С. 150–159.
12. Черных А. *Мир современных медиа* М.: Изд. дом «Территория будущего», 2007. 400 с.
13. «Вся правда – в телевизоре?» [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112941> (дата обращения: 23.11.2012).
14. Ефимов Е. Г. Культура как фактор конструирования образа социальных сетей в общественном мнении (опыт контент-анализа российских телеканалов 2011–2012 годов) // *Известия ВолгГТУ. Сер. «Проблемы социально-гуманитарного знания»*. Вып. 13: межвуз. сб. науч. ст. / ВолгГТУ. Волгоград, 2013. № 9 (112). С. 69–74.

REFERENCES

1. Report on the project Web Index [Electronic resource]. URL: <http://www.tns-global.ru/media/content/B7525726-B5E1-4C12-BE25-4C543F42F3EE!/Web%20Index%20Report%20201305.zip> (date of viewing: 12.07.2013).
2. Bijker W. *The Social Construction of Technology*. Eijsden: The Netherlands, 1990. 218 p.
3. Marwick A. E. To catch a predator? The MySpace moral panic // Alice E. Marwick. *First Monday*. V. 13. # 6. 2008 [Electronic resource]. URL: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2152/1966> (date of viewing: 23.11.2012).
4. Kassens-Noor E. Twitter as a teaching practice to enhance active and informal learning in higher education: The case of sustainable tweets // *Active Learning in Higher Education*. 2012. # 13. P. 9–16.
5. Heiberger G., Harper R. Have you facebookedAstin lately? Using technology to increase student involvement // *New Directions for Student Services. Special Issue: Using Emerging Technologies to Enhance Student Engagement*. V. 2008 (124). 2008. P. 19–35.
6. Efimov E. G., Dulina N. V. Usage of social networks in the organization of educational process within FGOS realization (the review of foreign researches) // *Izvestiya VSTU. Series «New Educational Systems and Technologies of Training in Higher Education Institution»*. Vol. 10. Volgograd, 2013. # 13 (116). P. 58–61.
7. Boyd D. Facebook and academic performance: Reconciling a media sensation with data [Electronic resource]. URL: http://www.zephor.org/thoughts/archives/2009/05/01/facebook_and_ac.html (date of viewing: 10.10.2013).
8. Hargittai E. ZOMG! Facebook use and student grades [Electronic resource]. URL: <http://crookedtimber.org/2009/04/13/zomg-facebook-use-and-student-grades/> (date of viewing: 10.10.2013).
9. Pasek J., More E., Hargittai E. Facebook and academic performance: Reconciling a media sensation with data // *First Monday*. 2009. V. 14. # 5 [Electronic resource]. URL: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2498/2181> (date of viewing: 10.10.2013).

10. Wilson R. E., Gosling S. D., Graham L. T. A Review of Facebook Research in the Social Sciences // Perspectives on Psychological Science. 2012. # 7 (3). P. 203–220.
11. Blumer G. Social problems as collective behavior // Contexts of the present of II: Anthology. 2d edition, revised and amended / Compilation and editorship by S. A. Yerofeev. Kazan: Publishing house of Kazan university, 2001. P. 150–159.
12. Chernih A. World of modern media. M.: Prod. house «Future territory», 2007. 400 p.
13. «All truth – in the TV?» [Electronic resource]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112941> (date of viewing: 23.11.2012).
14. Efimov E. G. Culture as a factor of designing of an image of social networks in public opinion (experience of the content analysis of the Russian TV channels of 2011–2012) // Izvestiya VSTU. Problems of Social and Humanitarian Knowledge series. Issue 13: inter-universities collection of scientific articles. Volgograd, 2013. # 9 (112). P. 69–74.

УДК 373.5
ББК 74.200.536

Okhrimenko Zarina Vladimirovna,
scientific worker of the Institute
of educational issues of NAPN of Ukraine,
Kiev, Ukraine,
e-mail: demantoid@ukr.net

Охрименко Зарина Владимировна,
научный сотрудник
Института проблем воспитания НАПН Украины,
г. Киев, Украина,
e-mail: demantoid@ukr.net

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ТРЕБОВАТЕЛЬНОСТИ К СЕБЕ У СТАРШЕКЛАСНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ

THE ISSUE OF FORMATION OF PROFESSIONAL DEMANDS OF SENIOR PUPILS TO THEMSELVES IN THE PROCESS OF CAREER GUIDANCE

В статье осуществлен анализ понятия «требовательность к себе», раскрыты особенности становления требовательности к себе в онтогенезе. Автор подчеркивает актуальность формирования профессиональной требовательности к себе, так как она является важной характеристикой человека, обеспечивающей его успешность в профессиональном обучении, деятельности и творчестве. В юношеском возрасте потребность профессионального и личностного самоопределения обуславливает активизацию самосознания юноши, определяет ее содержательную характеристику и становится главной движущей силой дальнейшего развития. В то же время процесс профессионального самоопределения требует от юноши максимального напряжения сил, проявления активности, самостоятельности и ответственности, а следовательно, и требовательности к себе. Исходя из того, что профессиональная ориентация является одним из наиболее действенных условий подготовки личности к профессиональной деятельности, она должна быть направлена, по мнению автора, на подготовку молодежи к реалиям профессиональной жизни, воспитание у них качеств, характеризующих профессионала.

The article has analyzed the concept of «demand to oneself», has revealed the peculiarities of the demand to oneself on ontogenesis. The author has underlined the urgency of establishing the professional demand to oneself as it is the important characteristic of a human being providing his success in professional education, activity and creativity. In youth the necessity of professional and individual self-determination specifies activation of the young man self-consciousness; determines its substantial characteristic and becomes the main moving force of the further development. At the same time, the process of professional self-determination requires maximum efforts, activity, independence and responsibility and therefore demand to oneself. With regards to the fact that professional orientation is one

of the most effective conditions of the individual preparation to professional activity, it should be aimed at the youth preparation to the realities of professional life, to training the qualities characterizing professional.

Ключевые слова: требовательность к себе, активность, старшеклассник, профессиональное самоопределение, профессиональная ориентация, самовоспитание, профессионал, профессиональная деятельность, требовательность в начальной школе, требовательность подростка.

Keywords: demand to oneself, activity, senior pupil, professional self-determination, career guidance, self-education, professional, professional activity, demand at primary school, demand of teenager.

Рыночная экономика выдвигает жесткие требования не только к уровню подготовки специалиста, но и к его умению быстро реагировать на новые требования, преодолевать препятствия, самообучаться и саморазвиваться. Чтобы не потерять достигнутого и идти вперед, работнику важно уметь проявлять в определенные моменты своей жизни требовательность к себе, настойчивость, стремление к самосовершенствованию. Именно поэтому проблемы профессионализма, творчества в профессии, да и жизнестроительства в целом, занимают важное место в современном научном пространстве.

Несмотря на актуальность, проблема формирования профессиональной требовательности к себе у старшеклассников не была объектом специальных исследований. Ранний юношеский возраст является сензитивным для профессионального самовоспитания, исходя из того, что старшеклассник находится в ситуации профессионального самоопределения. Именно поэтому система школьной профессиональной ориентации должна не просто сводиться к осуществлению профессионального выбора, но выполнять задачи, связанные с созданием воспитательного