

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И ИМИДЖ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

П.С. МЫРАДОВ, Г.А. БЕРДИЕВА

Государственный энергетический институт Туркменистана

Аннотация: В условиях цифровизации экономики и ускоренного технологического прогресса возрастает значимость системы профессионального образования, обеспечивающей подготовку квалифицированных кадров для различных отраслей. Однако престиж и привлекательность среднего профессионального образования (СПО) остаются на недостаточном уровне. В статье рассматриваются понятия «имидж» и «привлекательность» в контексте образования, анализируются социальные, экономические и информационные факторы, влияющие на выбор образовательной траектории молодежи. Также обозначены направления повышения привлекательности профессионального образования и стратегии формирования его позитивного имиджа.

Профессиональное образование в России и мире становится важнейшим механизмом формирования трудового потенциала общества. Оно охватывает систему подготовки специалистов среднего звена и рабочих кадров, способных обеспечить развитие ключевых отраслей промышленности, сельского хозяйства, транспорта и сферы услуг. Несмотря на стратегическую значимость данной сферы, ее имидж в общественном сознании долгое время оставался второстепенным по сравнению с высшим образованием. Молодежь и их родители чаще ориентируются на поступление в университеты, даже если реальный спрос на рынке труда смещается в сторону квалифицированных рабочих профессий.

Повышение привлекательности профессионального образования — задача не только педагогическая, но и социальная, экономическая, информационная. В условиях модернизации образования и ориентировки на практикоориентированные модели подготовки кадров необходимо целенаправленно работать над формированием позитивного общественного мнения и институционального имиджа профессиональных образовательных учреждений.

1. Теоретико-методологические основания исследования

Имидж профессионального образования трактуется как социально обусловленный образ, формирующийся в сознании индивидов на основе прямого и опосредованного опыта, стереотипов, информационного воздействия и конкретных характеристик учебного заведения. Привлекательность образования может быть рассмотрена как степень мотивационного интереса со стороны абитуриентов к обучению в учреждениях СПО.

С позиции социологии образования и теории человеческого капитала, имидж и привлекательность напрямую связаны с доступностью, качеством, результативностью образования и его социальной значимостью. Успешное трудоустройство выпускников, наличие карьерных перспектив, качество

материально-технической базы, кадровый потенциал преподавателей — все это влияет на восприятие СПО в обществе.

2. Анализ факторов, влияющих на привлекательность профессионального образования

Среди факторов, определяющих уровень привлекательности СПО, можно выделить следующие:

Историко-культурные установки и стереотипы: в массовом сознании профессиональное образование часто ассоциируется с низким уровнем подготовки или ограниченными возможностями карьерного роста.

Социальное окружение: мнение родителей, учителей и сверстников оказывает значительное влияние на выбор образовательной траектории школьников.

Экономические реалии: дефицит квалифицированных рабочих кадров на рынке труда повышает спрос, но пока не находит адекватного отражения в мотивации молодежи.

Информационный вакуум: отсутствие системной и позитивной информации о профессиях, уровне зарплат и карьерных возможностях.

Качество образовательных программ: недостаточное обновление содержания, слабая связь с работодателями, устаревшая база и недостаток цифровизации.

Маркетинговая политика колледжей и техникумов: неразвитость бренда, слабая работа в социальных сетях и ограниченное участие в профориентационных мероприятиях.

3. Проблемы формирования позитивного имиджа СПО

Одной из ключевых проблем остается ограниченность коммуникационных каналов между колледжами и потенциальными абитуриентами. Многие учреждения СПО слабо представлены в цифровом пространстве, не используют современные инструменты продвижения — такие как SMM, видеоблоги, инфографика, платформы профориентации. Также недостаточно взаимодействие с предприятиями, что затрудняет создание гибкой системы дуального образования.

Недостаточная реализация национальных проектов, таких как «Молодые профессионалы» и «Образование», в регионах также ограничивает возможности обновления инфраструктуры и содержания образовательных программ.

4. Пути и механизмы повышения привлекательности и имиджа профессионального образования

Для повышения уровня привлекательности и имиджа профессионального образования необходимо реализовать следующие меры:

1. Модернизация материально-технической базы учреждений СПО — внедрение современных технологий, цифровых тренажеров, симуляторов, развитие лабораторий.

2. Расширение взаимодействия с работодателями — участие бизнеса в формировании образовательных программ, организация производственных практик, стажировок и наставничества.

3. Информационно-просветительская работа — системная профориентация в школах, видеоролики, экскурсии, квесты, фестивали профессий, мобильные профцентры.

4. Создание бренда образовательных учреждений — визуальный стиль, присутствие в соцсетях, продвижение успешных выпускников и преподавателей.

5. Интеграция в международные и национальные проекты — активное участие в чемпионатах профессионального мастерства (WorldSkills, Абилимпикс), партнерства с зарубежными образовательными учреждениями.

6. Поддержка от государства — целевые субсидии, грантовые программы, стимулирование образовательных инициатив в регионах.

Формирование привлекательного имиджа профессионального образования — многоуровневая задача, требующая межведомственного и межсекторного взаимодействия. Она должна включать модернизацию содержания образования, внедрение инновационных форм работы с молодежью, усиление профориентационной деятельности и использование современных медиаинструментов. Только в условиях устойчивой государственной поддержки, активного участия работодателей и трансформации общественного сознания возможно повышение престижа и востребованности профессионального образования в России.

Список использованных источников

1. Абдуллина О. А. Профессиональное образование в контексте социально-экономических трансформаций // Вестник образования. – 2023. – № 2. – С. 15–21.

2. Бим-Бад Б.М. Психология профессионального выбора. – М.: Академия, 2021.

3. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2022.

4. Лаптев С. А., Назарова И. А. Проблемы формирования позитивного имиджа учреждений СПО // Профессиональное образование. – 2022. – № 4. – С. 30–35.

5. Романов П. В. Имидж образовательного учреждения: современные подходы // Образование и общество. – 2021. – № 3. – С. 47–53.

6. Федеральный проект «Молодые профессионалы» [Электронный ресурс]. – URL: <https://edu.gov.ru> (дата обращения: 14.05.2025).

7. Шарова Е. Ю. Развитие среднего профессионального образования в России: тенденции и вызовы // Социология образования. – 2023. – № 1. – С. 18–24.