

ТЕМА НОМЕРА

СОЦИОЛОГИЯ МОЛОДЁЖИ: УСТАНОВКИ В СОВРЕМЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

**Потребность в профессиональном
и личном наставничестве
в современном социуме**



**Коренькова
Марианна Максимовна**

Старший преподаватель, Департамент литературы
и межкультурной коммуникации,
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», Нижний Новгород

mkorenkova@hse.ru

Потребность в профессиональном и личном наставничестве в современном социуме

DOI: [10.19181/vis.2019.29.2.575](https://doi.org/10.19181/vis.2019.29.2.575)

Аннотация. В связи с масштабными трансформациями современного общества произошли значительные изменения в образе жизни россиян. Данные изменения затронули как материальную, так и морально-ценностную сферы жизни современного человека. В статье рассматривается наметившаяся тенденция следовать экспертному мнению при совершении выбора и принятии решений как в бытовых, так и в профессиональных контекстах жизни у россиян молодого и среднего возраста. Увеличившийся объём информации и высокий темп жизни повысили профессиональные и личные требования при принятии на работу или присоединении к социальной группе, включая семью, что ведёт к повышению спроса на экспертное мнение и консультационные услуги. Кроме того, в статье исследуются стили и способы личностного развития как новые социальные практики современного общества. Понимание развития как естественного и спонтанного процесса уступает место новому подходу к формированию личности как упорядоченному и систематическому развитию, являющемуся результатом целенаправленного следования экспертному мнению и посещению различных тренингов для личного и профессионального прогресса. В статье приводится краткий анализ сайтов, предлагающих консультационные услуги в разных областях личной и профессиональной жизни, а также рассматриваются предпосылки и способы создания мотивации для обращения к платным экспертам в сфере личностного развития и эффективность предлагаемых услуг. Автором сделан вывод о существовании достаточно высокого спроса на консультационную деятельность тренеров по личностному росту, тематических блогеров, персональных тренеров в спортзале, ведущих каналов на видеохостинге YouTube, а также лидеров мнений в социальных сетях. Несмотря на отсутствие механизма верификации результатов данных услуг, их популярность остаётся высокой. Личное наставничество и наличие персонального консультанта, коуча, ментора, психолога или духовника рассматривается некоторой группой людей как неотъемлемая часть жизни и даже возводится в рамки престижа.

Ключевые слова: личностное развитие, тренинги, коуч, персональный тренер, блогер

Многие исследователи отмечают глубинные трансформации, затронувшие общество в последнее время. Эти трансформации масштабны и охватывают все без исключения сферы жизнедеятельности общества в целом и человека в частности [Аксенова, Халий 2018]. В результате существенно меняется образ жизни человека, а также модели его жизнедеятельности. Реализация и объективация реальной общественной потребности формирования определённого образа жизни в России является актуальным предметом исследования социологов. Оно затрагивает анализ и интерпретацию складывающихся в реальности моделей жизнедеятельности «как процесса движения к новой целостности на основе эмпирической информации, отражающей социальную активность их субъектов» [Возьмитель 2017]. В данной статье рассматриваются изменения в образе жизни россиян, касающиеся стратегий следования за авторитетным мнением при принятии как важных, так и повседневных решений и способов личностного развития.

Проблема закономерностей нормального развития человека всегда была и остаётся дискуссионной. Это подтверждается рядом исследований в таких областях, как психология [Лучков, Певзнер 1981], социология [Нисская 2016] и антропология [Белик 2009; Олексенко 2007; Авраменкова 2002].

Развитие личности происходит естественным образом через внешне-предметную деятельность при общении с окружающим миром. Идея о социальном опосредовании развивающей деятельности человека была выдвинута Львом Семёновичем Выготским. Развитие человека строится на освоении общечеловеческого опыта, закреплённого в науке и культуре, а также на установлении отношений с окружающими внутри семьи и за пределами семейного окружения [Лучков, Певзнер 1981]. Данный способ формирования личности является естественно-поступательным, а развитие – совокупным результатом образования, жизненного опыта. Однако в последнее время в связи с профессионализацией различных сфер жизни человека и формированием нормативности тех или иных её областей зазвучала идея систематического развития личности на основе личностной осознанности, индивидуально разработанных программ и тренингов при помощи посредников в лице тренеров, коучей, психологов и наставников. Устойчивые формы приобрели паттерны следования за авторитетным мнением¹. Современный социум демонстрирует потребность в профессиональном и личном наставничестве, возводя в рамки престижа наличие персонального консультанта, коуча, ментора, психолога или даже духовника [Дубовка 2017]. Следствием технологического прогресса, например, стало появление программного обеспечения Coach.me. Установив данное приложение на смартфон, пользователь может выбрать одного из 800 специалистов, как заявлено на сайте, и обратиться к нему по интересующему вопросу. Из аннотации к приложению, размещённому

¹ Ты отстал от жизни, если никогда не работал с коучем // Лайфхакер. URL <https://lifehacker.ru/coach/> [Дата посещения: 25.10.2018].

на сайте «Лайфхакер»: «Если вы хотите научиться правильно бегать, плавать, танцевать или просто отжиматься, мобильное приложение Coach.me поможет вам в поиске нужного специалиста. Кроме спортивной деятельности, Coach.me также может помочь стать счастливым и богатым»¹.

Личностное развитие: обращение к экспертам

Наряду с возрастающим спросом на услуги карьерного психолога, семейного консультанта, фасилитатора² коммуникаций, люди в современном обществе всё чаще обращаются за инструкциями к внешним экспертам и в других областях своей жизни. Занятия спортом проходят под руководством персонального тренера в спортзале, приготовление пищи осуществляется под руководством ведущего или ведущей кулинарного канала на YouTube; планируя путешествия, люди следуют советам ведущих интернет-каналов или блогов; нанесением макияжа руководит бьюти-блогер, а выбор одежды в магазине поможет сделать «ваш личный стилист» из Инстаграм. Он же может помочь сделать ревизию вашего гардероба посредством сеанса видеосвязи или личного визита домой. Определённая часть молодых людей отправляется в кино только после просмотра рекомендаций выбранного ими в качестве эксперта кинокритика. Так, например, видео популярного блогера, позиционирующего себя как эксперта в области современного кинематографа с обзором топ 10 фильмов за 2017 г., например, было просмотрено 1 138 343 раз³. Следует отметить, что «фолловеров»⁴ таких экспертов не интересует, действительно ли ведущий обладает профессиональными знаниями о предмете. Авторитет в большинстве случаев строится на убедительном высказывании своего мнения, уникальной подаче материала, оригинальности выбранного подхода к освещению вопроса. Практически все «информационные лидеры» взаимодействуют с активной аудиторией через комментарии [Игнатъев, Куличкина 2017]. Как известно, в последние десятилетия фитнес и занятия в спортзале, являясь важным индикатором качества жизни, материального достатка и отношения к собственному здоровью, становятся социальным эталоном для большинства людей [Ефремова и др. 2015]. При этом важными участниками современной системы фитнеса стали и остаются персональные тренеры. Пользователи интернет-фору-

¹ Coach.me – Мобильное приложение, которое найдёт вам тренера для любого занятия // Лайфхакер. URL <https://lifehacker.ru/coach-me/> [Дата посещения: 25.10.2018].

² Фасилитатор – это человек, обеспечивающий успешную групповую коммуникацию. Слово «фасилитатор» – прямое заимствование английского facilitator – производного от английского глагола «to facilitate» (упрощать) // Википедия.

³ Топ 10 лучших фильмов 2017 года // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tSNkXRT0bcA> [Дата посещения: 25.10.2018].

⁴ Фолловер – (от англ. follower) читатель, последователь, подписчик.

мов, занимающиеся в спортзалах, демонстрируют опыт персональных тренировок, отмечают их необходимость и видят в сессиях с личным тренером залог успеха занятий фитнесом. Сообщение, размещённое на спортивном форуме: «С тренером куда как приятнее и полезнее, тем более если речь идёт о тренажёрном зале: везде есть программы, например, 8 или 10 персональных тренировок. Тренер всё равно потом за своими учениками следит: и советы даёт, и программы вперёд пишет. А если человек серьёзно спортом не занимался – *может, здоровье слабое было* – и начнёт без системы, например, бегать, результат может быть плачевным», отражает важность для пользователя постановки тренером задач и отслеживания результатов с последующим их обсуждением¹. Другое сообщение: «тренер – это друг, наставник, психолог и диетолог в одном лице. Это тот, кто вас контролирует (а самоконтроля не хватает почти каждому из нас!) и не даёт отлынивать на последних подходах!» – говорит о работе тренера с мотивацией клиента. Кроме того, «тренер всегда по-дружески общается с клиентом, знает его настроение, может рассмешить шуткой, поднять настроение, заразить своей энергетикой. Эмоциональная поддержка в период тренировок – *это очень важно!*» С одной стороны, наличие персонального тренера укладывается в рамки систематического подхода к развитию личности; с другой (как иллюстрируют высказывания форумчан) – это эмоциональный фактор создания позитивной атмосферы и ощущения, что кому-то не всё равно, как ты себя чувствуешь.

Почти на любой запрос, касающийся досуга, работы, личного и профессионального развития, найдётся специалист, более или менее ориентирующийся в конкретной теме, и, возможно, имеющий релевантный опыт. Благодаря высокому спросу на консультационные услуги и готовность следовать за ведущим, харизма как набор способностей и талантов консультанта (тренера, блогера и т. д.) не является обязательным качеством современного лидера. Заявка на некоторую компетентность, зрелость и профессионализм иногда подменяет сами эти реальные качества. Зачастую наблюдается механизм веберовского понимания харизмы как приписывания лидеру определённых желаемых черт, являющихся основанием для членов группы следовать за выбранным или назначенным лидером благодаря потребности следовать за «проводниками» между личностью и критериями запроса для успеха в социуме и карьере [Weber et al. 1978].

Также в интернет-пространстве активно осваивается консультирование для желающих открыть свой бизнес, предлагающее пользователям видео и текстовые сообщения по темам, например, «Как открыть свой бизнес», «Как открыть свой бизнес с нуля: 15 идей для малого бизнеса без вложений (с минимальными вложениями)», «Как создать, начать свой бизнес с нуля за 6 шагов», «Лучшие бизнес-идеи

¹ Персональный тренер в тренажёрном зале // НГС. Форум. Спортивные форумы. URL: <https://forum.ngs.ru/board/sport/flat/1901499817/?fpart=1&per-page=50> [Дата посещения: 25.10.2018].

для начинающих предпринимателей – примеры малого бизнеса», «Бизнес идея для начинающих № 1». Одним из повторяющихся признаков данных блогов и видео является «голая мотивация»: «начни!», «верь в себя!», «успех внутри тебя!», «идеи вокруг нас!». Солидности подобным мотивационным призывам могут придать перечисление новомодных элементов маркетинга, таких как «поиск ниши, агрессивные продажи, оформление лендинг пейдж¹» и т. п. Организация своего бизнеса сводится к сильной мотивации и желанию продвигать и продавать товар. Реальность же показывает, что успех собственного бизнеса, по оценкам экспертов, составляет от 1 до 5% и зависит от реального опыта предпринимателя, эффективности бизнеса, налаженных связей [Соколов 2017].

С одной стороны, время очередной смены направления вектора общественного развития напоминает ситуацию американского общества в 1960-е гг., когда оно «жаждало новых идей и новых лидеров, и тысячи молодых людей шарахались от одного «духовного учителя» к другому», стремясь к преобразованию личности [Большаков 2004]. Всесторонний анализ «самих себя» рассматривается как путь к пониманию реальных характеристик и особенностей нашего общества и государства, а также возможных альтернатив его прогресса [Возьмитель 2017]. С другой стороны, в дискурсе о личностном прогрессе становится доминантным мнение о том, что отсутствие развития с помощью экспертного наставничества как взрослых, так и детей является следствием ригидных границ понимания развития как естественного и спонтанного процесса в отличие от упорядоченного и систематического подхода к формированию личности.

Тренинги для развития

Наряду с индивидуальными апологетами тех или иных блогеров или консультантов, получили развитие групповые занятия. Такие тренинги стали популярны и отличаются от индивидуальных сессий тем, что создают условия, которые позволяют и стимулируют доступ к ресурсу других участников и их взаимное обучение. В связи с этим, в современном обществе растёт популярность различных групповых тренингов, направленных на личностное развитие в целом или на развитие отдельных навыков. Тренинги становятся доминантным способом саморазвития, а их посещение – одной из значимых социальных практик.

Чему обещают научить на различных тренингах по личному развитию? Изучив коммерческие предложения тренингов различных форматов, выделим некоторые аспекты «увеличения личностного потенциала» и «фиксируемые результаты в жизни человека» как цели прохождения тренинга:

¹ Лендинг пейдж – посадочная страница сайта, где посетители могут оставить свои данные для связи.

- развитие внутренней и внешней свободы, уменьшение числа штампов и зажимов;
- повышение самооценки, уверенности в себе;
- развитие воображения, умения нестандартно, оригинально мыслить;
- повышение поисковой активности, ориентация на активную позицию;
- развитие навыков самопрезентации, смены убеждений собеседника, работа с возражениями, рефрейминг;
- возможность улучшить качество работы, повысить заработную плату;
- повышение мотивации, тайм-менеджмент;
- развитие карьеры, профессиональных качеств;
- повышение уровня финансовой безопасности, основанной на специальных знаниях особенностей поведения человека в деловой среде;
- развитие понимания своих сильных качеств для перехода на новый уровень финансового благополучия;
- повышение уровня осознанности.

В последнее время также становится актуальным тренировать эмоциональный интеллект – способность распознавать и управлять своими эмоциями и эмоциями партнёра по коммуникации, а также осуществлять «подбор нужной, подходящей субличности для разных коммуникативных ситуаций», заодно развивая, например, «умение с первого взгляда определять мошенников и создавать надёжную защиту». Кроме того, растёт популярность лайф-коучинга, целью которого является помощь в частной жизни, включая область семейных отношений и личного самочувствия в состоянии стресса или плохого настроения по утрам.

Различные мотивы используются для создания и поддержания потребности в тренинге. Так же, как риторика автодилеров мастерски превращает «подержанный автомобиль» в авторитетный «автомобиль с пробегом», риторика тренеров и консультантов конвертирует понятие «затраты» (денег и времени) в «инвестиции» (вклад денег и времени в «улучшенную версию» себя)¹. Вкладывая ресурсы (деньги, время, усилие) в приобретение определённого товара или услуги, потребитель получает ряд бенефиций на уровне ценностей [Котлер 2015]. Какую ценность получает потребитель тренингов по личностному и профессиональному развитию?

Удовлетворение профессионального запроса. Некоторые компании в своих нормативных документах в настоящее время в пункте о продвижении по карьерной лестнице указывают, что повышение по службе получают только те сотрудники, которые регулярно проходят обучение. Кроме того, они могут получить премию, приз или право участвовать в новом проекте, работать на новом оборудовании.

¹ Блог тренера Надежды Бондаренко. 2014. Как продать тренинг в компанию. Пять популярных возражений на переговорах с заказчиком. URL: <https://blogtrenera.ru/noname/2432.html> [Дата посещения: 25.10.2018].

Новизна. Существует ряд людей, постоянно находящихся в поиске новых образовательных и социально-культурных образцов и увлекающихся чем-то неизвестным и неожиданным для себя. Они захвачены новаторскими идеями, и посещение тренингов для новаторов является ответом на их поиски.

Работа со своими личностными проблемами. Попытки повышения самооценки, избавления от страхов, построения стратегии достижения личных целей, улучшения здоровья и многое другое, что могло бы привести к личной успешности, душевному комфорту или хорошим отношениям являются не меньшей ценностью, чем материальные приобретения, такие как дом или автомобиль.

Престиж и статус. Для определённой группы людей посещение тренингов является престижным маркером социального достижения и своего рода демонстрационным потреблением.

Стимулом к посещению тренингов становятся рекомендации друзей и знакомых. *«Подруга зовёт сходить с ней на тренинг «личностного роста». Она там занимается уже месяц, и ей безумно нравится. Приглашает меня. Говорит, что и карьера вверх пойдёт, и отношения наладятся. У меня как раз с мужем кризис в отношениях, ругаемся часто. Да ещё и со свекровью отношения испортились. Вот и думаю, может сходить».* Там же: *«Самый простой и лёгкий способ заставить человека пойти на тренинг – действовать через «слушателей». Если мой коллега, к мнению которого я прислушиваюсь, начнёт положительно отзываться о тренинге, а если ещё и в «работе» увижу «плюсы»... – я на тренинг...»¹.*

Кроме того, триггером для посещения тренинга является недовольство текущими обстоятельствами жизни. В личном блоге тренера Надежды Бондаренко, например, такая ситуация описывается как «сытый хлеба не ищет» и ведёт к обсуждению приёмов выяснения и формирования потребностей клиента². Предрасположенность к получению внешней помощи возникает в проблемной ситуации, когда вопрос о личностном росте становится актуальным вследствие недовольства существующим положением дел, воспоминания о личной неудаче. У потенциального клиента создаётся общий фон неудовлетворённости текущим состоянием, который ведёт к формированию потребности найти решение для сложившейся ситуации [Коренькова 2018]. Желание расти возникает как следствие недовольства, обесценивания собственных достижений на фоне историй успеха других людей. Проведённые журналом «Слэйт» (США) исследования социальных сетей показали, что просмотр снимков, свидетельствующих об успешности, о красивой, насыщенной жизни, о счастье, материальном благополучии, наличии

¹ Идти ли на тренинги «личностного роста»? // Woman.ru. Форум. URL: <http://www.woman.ru/psycho/personality/thread/4288796/> [Дата посещения: 25.10.2018].

² Блог тренера Надежды Бондаренко. 2011. Как сформировать потребность у клиента? Метафорическая фасилитация. URL: <https://blogtrenera.ru/blog/kak-sformirovat-potrebnost-u-klienta-metaforicheskaya-delovaya-igra-sytyj-xleba-ne-ishhet.html> [Дата посещения: 25.10.2018].

семьи и т. п. у других пользователей, например, в Инстаграме, ведёт к возникновению негативных эмоций и даже депрессивных состояний¹. Объясняется это тем, что пользователи обычно выкладывают снимки, формирующие картинку «идеальной жизни», которая начинает угнетать других пользователей, не способных соответствовать подобным стандартам [Козлова 2014]. Возникшее в итоге чувство зависти, несостоятельности и неблагополучия мотивирует пользователей к обретению быстрых результатов перемены в жизни. Зачастую проблема раскрытия личного потенциала обостряется страхом упущенных возможностей, ситуация выбора в личной и профессиональной сферах жизни понимается как нестабильная конструкция, в которой тренинг выступает единственным средством спасения от негативных эмоций.

Ещё одной причиной посещения тренингов стали особенности нашего общества, главными характеристиками которого являются высокий темп жизни и большой объём информации. Они ведут к попытке «экономить» время и силы, доверяться тем, кто позиционируют себя экспертами в актуальных сферах жизни: *«Современный человек имеет доступ к огромному количеству информации и большой спектр траекторий для профессионального и личностного выбора. В таких условиях человека пугает вероятность жить затратно или нерационально. Говоря «затратно», я подразумеваю как финансово, так и по времени. Именно поэтому люди готовы прислушаться к тому, кто может задать им эффективное направление»*².

Удержание клиента является не менее важным, чем его привлечение. Одним из способов может стать создание эмоциональной зависимости от тренера или группы. Люди покидают тренинг с ощущением эйфории и заметного прилива сил. Но постепенно под бременем повседневных дел и забот эти яркие чувства проходят, и подсознание требует обновления эмоций, связанных с прохождением тренинга. Часть слушателей подсаживаются на «безрезультатные, но эмоциональные тренинги, и увлекают своё окружение туда же» [Барменков 2017]. Популярным способом создания необходимости одной или нескольких повторных консультаций с тренером стало формирование «Личного плана развития» обучаемого и контроль его выполнения, требующий нескольких встреч с консультантом после окончания тренинга. Эффективность тренинга подразумевает, что он проведён качественно, достигнуты поставленные цели, оправданы затраты на обучение и получена практическая ценность – новые знания и навыки, которые применяются в личной и профессиональной сферах жизни человека. Получение и оценка эмпирически верифицируемых результатов тренингов существенно затруднены, особенно в случае тренингов личного развития. Если после бизнес-тренинга для организации можно судить о результате по повышению успеш-

¹ Названа самая депрессивная социальная сеть // Newsru.com. Технологии. URL: <https://hitech.newsru.com/article/25jul2013/instagram> [Дата посещения: 25.10.2018].

² Одиннадцать оригинальных способов привлечения людей на тренинг. 2008 // Livejournal. URL: <https://colscy.livejournal.com/24900.html> [Дата посещения: 25.10.2018].

ности работы в связи с изменением поведения её сотрудников, то восприятие результатов личностного развития остаются субъективными. В лучшем случае, в отличие от ложной и инфантильной идеи «быстрых изменений», качество тренинга могут показать только реальные постепенные изменения жизни в лучшую сторону, когда человек действительно начинает демонстрировать развитие навыков, приобретение знаний, обретение уверенности в себе и т. п. Пользу тренингов можно видеть и в том, что они приводят к размышлению над жизненными целями и смыслом собственной жизни, помогают завязать полезные знакомства, найти единомышленников и друзей.

Наряду с положительными результатами тренингов, существует и ряд присущих им недостатков. Одной из популярных идей современного консультирования разного толка является идея «сильных сторон». Она зачастую однобоко воспринимается субъектами тренингов как отказ от работы со своими дефицитарными способностями. Анализ неудач заменяется визуализацией желаний или аффирмациями. В результате формируется позитивное самовосприятие, отказ от корректировки своих слабых сторон, без чего дальнейшее улучшение попросту невозможно.

Отсутствие индивидуального подхода приводит к тому, что тренинги «гребут всех под одну гребёнку» и «уравнивают всех» – бизнесменов, учителей, домохозяек, студентов и т. п. Теория развития Выготского, напротив, категорически потребовала индивидуализирования объекта [Лучков, Певзнер 1981]. Когда тренер призывает выйти за рамки привычного существования, профессиональный бэкграунд бизнесмена удержит его от радикальных поступков, однако нередко случаи подобных действий со стороны менее зрелых в профессиональном, моральном и физическом смысле людей после тренингов. Например, таких как продажа квартиры, стремительный переезд, выбрасывание мебели или гардероба и тому подобные акты «обновления» своих жизненных обстоятельств.

Некоторые выводы

Человеческая психика весьма индивидуальна, и упражнения для неё должны быть подобраны с учётом всех индивидуальных особенностей. Суггестивные упражнения, с помощью которых тренеры пытаются сделать лидеров и ярких собеседников одновременно из разных людей, подвергая их одинаковым стрессовым и ролевым ситуациям, не могут иметь одинаковый эффект у разных типов личности. Для некоторых людей подобные методики могут послужить усугублением негативных симптомов (например, в группе риска находятся меланхолики).

Всё вышесказанное является отчётливым признаком того, что в российской культуре прижились понятия тренинга и роли тренера, личного наставника на новом уровне своего функционирования. Данная область социальных практик – быстро и неравномерно растущая область

деятельности, которая, несмотря на стадию формирования, имеет высокую популярность. Тотальная спешка, множественность выбора и выработавшийся паттерн общества консюмеризма – покупать решение за деньги, привели к необходимости быстрого решения проблемы в противоположность накоплению опыта и поступательному развитию по мере прожитых лет.

Библиографический список

Авраменкова В. В. 2002. Социальная психология детства в контексте развития отношений ребёнка в мире // Вопросы психологии. № 1. С. 3–16.

Аксенова О. В., Халий И. А. 2018. Современное развитие. К постановке темы исследования // Вестник Института социологии. № 24. С. 13–26. URL: <http://www.vestnik-isras.ru> [Дата посещения: 25.10.2018].

Барменков Е. 2017. Иллюзия развития: чем опасны тренинги личностного роста // Forbes. 15.06.2017. URL: <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/345795-illyuziya-razvitiya-chem-opasny-treningi-lichnostnogo-rosta> [Дата посещения: 25.10.2018].

Белик А. А. 2009. Культурная (социальная) антропология. Учебное пособие. М.: РГГУ. 613 с.

Большаков К. 2004. Тренируй и властвуй // Коммерсантъ Деньги. № 36. С. 80–85. <https://www.kommersant.ru/doc/504616> [Дата посещения: 18.10.2018].

Возьмитель А. А. 2017. Концептуальные основы социологии образа жизни // Вестник Института социологии. № 23. С. 13–44. URL: <http://www.vestnik-isras.ru> [Дата посещения: 25.10.2018].

Дубовка Д. Г. 2017. Сила слова старца: механизм осуществления харизматической власти // Антропологический форум. № 33. С. 36–64. URL: <http://anthropologie.kunstkamera.ru> [Дата посещения: 25.10.2018].

Ефремова М. В., Чкалова О. В., Бошман Т. К. 2015. Анализ российского рынка фитнес-услуг // Экономический анализ: теория и практика. № 21 (420). С. 25–37.

Игнатъев А. И., Куличкина М. В. 2017. «Instagram» как эффективная площадка для продвижения товаров и услуг // Студенческий форум: электрон. научн. журн. № 7 (7). С. 64–68. URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud> [Дата посещения: 25.10.2018].

Козлова Н. С. 2014. Социальная сеть «Инстаграм» как социально-психологическое явление // Молодой ученый. № 16. С. 387–390. URL: <https://moluch.ru/archive/75/12840/> [Дата посещения: 25.10.2018].

Коренькова М. М. 2018. Популярность личных тренингов // Омские социально-гуманитарные чтения–2018: материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. Омск: Изд-во ОмГТУ. С. 57–62.

Котлер Ф. 2015. Основы маркетинга. 5-е европейское изд. / Ф. Котлер, А. Гари. М.: Вильямс. 752 с.

Лучков В. В., Певзнер М. С. 1981. Значение теории Л. С. Выготского для психологии и дефектологии // Вестник Московского Университета. Серия 14. «Психология». № 4. С. 60–70. URL: <http://msupsyj.ru> [Дата посещения: 25.10.2018].

Нисская А. К. 2016. Дошкольная образовательная среда как условие эффективного перехода к обучению в школе // Современное дошкольное образование. Теория и практика. № 4. С. 50–57. URL: sdo-journal.ru [Дата посещения: 25.10.2018].

Олексенко А. И. 2007. Антропологические матрицы XX века. Л. С. Выготский – П. А. Флоренский: несостоявшийся диалог. Приглашение к диалогу М.: Прогресс-Традиция. 666 с.

Соколов М. 2017. Почему «взлетает» только 1% стартапов — и это нормально // Forbes. 23.03.2017. <http://www.forbes.ru/tehnologii/339113-pochemu-vzletaet-tolko-1-startapov-i-eto-normalno> [Дата посещения: 25.10.2018].

Weber M., Roth G., Wittich C. 1978. Economy and society: An outline of interpretive sociology. Berkeley: University of California Press. 1470 p.

DOI: [10.19181/vis.2019.29.2.575](https://doi.org/10.19181/vis.2019.29.2.575)

The Need for Professional and Personal Mentorship in Modern Society

Korenkova Marianna Maksimovna

Department of the Literature and Cross-cultural communications, Nizhny Novgorod Campus of the of the National Research University «Higher school of Economics», Nizhny Novgorod, Russia. E-mail: mkorenkova@hse.ru

Abstract. Due to large scale transformations in modern society, serious changes have occurred in the lifestyle of Russian people. Said changes have affected both the material and the moral-value side of modern life. This article examines the recently established trend towards following expert opinion when making choices and decisions, both when it comes to the consumer and the professional aspect of the life of young and middle-aged Russians. An increased amount of information and a fast pace of living have increased professional and personal requirements when it comes to employment or joining a social group – including a family – which leads to an increased demand for expert opinion and consulting services. Additionally, this article examines styles and means of personal development as new social practices in modern society. The understanding of development as being a natural and spontaneous process gives way to a new approach towards personality formation as being a process of orderly and systematic development, it being a result of intentional adherence to expert opinion and attending various training seminars aimed at personal and professional growth. This article gives a short analysis of websites which offer consulting services in various fields of personal and professional life, while also evaluating premises and means of creating motivation for resorting to paid expert services in the field of personal growth, as well as the effectiveness of the services being offered. The author comes to the conclusion that there is relatively high demand for those consulting services offered by personal growth coaches, bloggers who cover the subject, personal trainers at gyms, leading YouTube channels, and opinion leaders on social media. Despite there not being a way to verify the results of these services, they still remain quite popular. Personal mentorship, having a personal trainer, coach, mentor, therapist or spiritual father is regarded by a certain group of the population to be an essential part of their lives, and is even elevated to being something of prestige.

Keywords: personal development, training, coach, personal trainer, blogger.

References

- Avramenkova V. V. Social psychology of childhood in the context of the development of the relationship of the child in the world. *Voprosy psihologii = Questions of Psychology*. 2002; 1:16–21 (In Russ.).
- Aksenova O. V., Khaliy I. A. Modern Development. Towards Designating a Research Topic. *Vestnik Instituta Sociologii = Bulletin of the Institute of Sociology*. 2018; 24:13–26 (In Russ.).
- Barmenkov E. The illusion of development: the danger of personal development training. Forbes website. Release 15. 06. 2017. URL: <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/345795-illyuziya-razvitiya-chem-opasny-treningi-lichnostnogo-rosta> [accessed 04.05.2019] (In Russ.).
- Belik A. A. Cultural (social) anthropology. Moscow, 2009. 202 p. (In Russ.).
- Bolshakov K. Train and Conquer. *Kommersant – Den’gi = Commersant – Money*. 2004; (36):80–85.
- Voz’mitel A. A. Conceptual foundations of the sociology of lifestyle. *Vestnik Instituta Sociologii = Bulletin of the Institute of Sociology*. 2017; 23:13–44 (In Russ.).
- Dubovka D. G. The power of the old man’s word: a mechanism for the exercise of charismatic power. *Antropologicheskiy forum = Anthropologic Forum*. 2017; 33:36–64 (In Russ.).
- Efremova M. V., Chkalova O. V., Boshman T. K. Analysis of the Russian market of fitness services. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*. 2015; 21(420):25–37 (In Russ.).
- Ignatyev A. I., Kulichkina M. V. Instagram as an effective platform for the promotion of goods and services. *Studencheskiy forum = Student’s Forum*. 2017; 7:64–68 (In Russ.).
- Kozlova N. S. The social network “Instagram” as a socio-psychological phenomenon. *Molodoy ucheniy = The Young Scientist*. 2014; 16:387–390 (In Russ.).
- Korenkova M. M. The popularity of personal training. In: *Omskie social’no-gumanitarnye chteniya–2018 = Omsk social and Humanitarian Readings*. Omsk: Omsk State Technics University publ., 2018:57–62 (In Russ.).
- Kotler F. Basics of marketing. Moscow: Williams, 2015. 752 p. (In Russ.).
- Luchkov V. V., Pevzner M. S. The value of the theory of L. S. Vygotsky for psychology and defectology. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 14 “Psihologiya” = Moscow University Bulletin. Ser. 14 “Psychology”*. 1981; 4:60–70 (In Russ.).
- Nisskaya A. K. Preschool educational environment as a condition for an effective transition to schooling. *Sovremennoe doshkol’noe obrazovanie: Teoriya i praktika = Modern Preschool Education: Theory and Practice*. 2016; 4:50–57 (In Russ.).
- Oleksenko A. I. Anthropological matrix of the twentieth century. L. S. Vygotsky – P. A. Florensky: a failed dialogue. Invitation to the dialogue. Moscow: Progress-Tradiciya, 2007. 666 p. (In Russ.).
- Sokolov M. Why only 1% of startups “take off” – and this is normal. Forbes website. Release 23. 03. 2017. URL: <http://www.forbes.ru/tehnologii/339113-pochemu-vzletaet-tolko-1-startapov-i-eto-normalno> [accessed 04.05.2013] (In Russ.).
- Weber M., Roth G., Wittich C. *Economy and society: An outline of interpretive sociology*. Berkeley: University of California Press, 1978. 1470 p.