

Марина ЩЕРБИНІНА,

orcid.org/0000-0002-2358-5406

*доктор медичних наук,
професор кафедри сучасних технологій*

*діагностично-лікувального процесу
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
(Дніпро, Україна) scherbinina@ua.fm*

Юлія БОРИСОВА,

orcid.org/0000-0001-9623-612X

*кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри соціальної роботи*

*Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
(Дніпро, Україна) borisovayuliya2016@meta.ua*

Максим ЛУСТА,

orcid.org/0000-0001-9273-6549

*студент IV курсу факультету медичних технологій
діагностики та реабілітації*

*Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
(Дніпро, Україна) maksimlуста12@gmail.com*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті розкрито сутність, значення, охарактеризовано основні форми профорієнтаційної роботи закладів вищої освіти, надано оцінку їх ефективності у аспекті відповідності викликам сьогодення. Результати досліджень вказують на зменшення дієвості традиційних форм профорієнтації; це зміщує акцент у бік інтерактивних, пізнавальних, заснованих на використанні ІТ заходів, які роблять інформацію про спеціальності більш наочною, доступною, наближеною до очікувань потенційних абітурієнтів.

Ключові слова: профорієнтаційна робота, заклади вищої освіти, абітурієнт, приймальна комісія, інформаційні технології.

Maryna SHCHERBYNINA,

orcid.org/0000-0002-2358-5406

*Doctor of Medicine,
Professor of the Department Modern technologies
of the Diagnostic and Treatment Process
Oles Honchar Dnipro National University
(Dnipro, Ukraine) scherbinina@ua.fm*

Yuliia BORYSOVA,

orcid.org/0000-0001-9623-612X

*PhD in Sociology, Docent, Associate Professor
of the Department of Social Work
Oles Honchar Dnipro National University
(Dnipro, Ukraine) borisovayuliya2016@meta.ua*

Maxim LUSTA,

orcid.org/0000-0001-9273-6549

*The 4th year student,
Faculty of Medical Technologies of Diagnostic and Rehabilitation
Oles Honchar Dnipro National University
(Dnipro, Ukraine) maksimlуста12@gmail.com*

SOME ASPECTS OF CARRIER GUIDANCE IMPROVEMENT IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

The article reveals the essence and significance of carrier guidance work of higher education institutions, characterizes its basic forms and provides an assessment of their effectiveness in terms of compliance with the challenges of the present. Carrier guidance is effective when all specialists and structural subdivisions of higher education institution involved in attracting entrants have a common vision of its concept and when there is a special carrier guidance unit. The results of researches indicate a decrease in the efficiency of traditional forms of carrier guidance, such as welcome days, TV and radio programs etc. It is the universities' websites that serve as the main source of information about the educational programs for modern students. By popularity, this source is even ahead of such a traditional and reliable channel as information from relatives, friends and acquaintances. There is an urgent need to shift focus on interactive, cognitive, based on the use of IT carrier guidance activities, which make information about the specialty more visible, accessible, close to the expectations of potential entrants. These new forms involve entrant schools, master classes, excursions to laboratories, case analysis with the possibility of on-line broadcasting or further posting in social networks. Today's youth is planning the future mostly in a pragmatic way. In modern conditions education at universities is considered to be the investment of enrollee's resources - intellectual, creative, spiritual, temporal, financial. From the modern university, as the researches show, most students expect the knowledge and skills that are necessary for their future life and career. Obviously, the educational strategies offered by higher education institutions must respond to these realities. In turn, effective carrier guidance today is expected to reflect those innovations in methods and technologies of training, due to which certain specialty favorably differs from others.

Key words: carrier guidance, higher education institutions, enrollee, selection committee, information technologies.

Постановка проблеми. Кожного року перебіг та результати вступної кампанії, основними суб'єктами якої є заклади вищої освіти (далі – ЗВО), визначаються сукупним впливом чинників соціально-економічного, політичного, демографічного характеру, рівнем матеріально-технічного оснащення, кадрового, організаційно-правовою науково-методичного забезпечення. Серед останніх дуже важливе місце посідає підготовка і проведення профорієнтаційної роботи в середовищі потенційних абітурієнтів. Профорієнтація є системою ідей, заходів, інституційних ресурсів, спрямованих на сприяння професійному самовизначенню і плануванню кар'єри особистістю або соціальною групою.

Можна погодитися з думкою фахівців про те, що профорієнтаційна робота, яка сьогодні переважно проводиться закладами вищої освіти факультативно, на громадських засадах у вигляді тимчасових доручень, подекуди нагадує броунівський рух і не приносить максимальної користі (Мірошніченко та ін., 2018: 22). Часто відповідні заходи обмежуються поінформуванням учнів і проводяться вкрай епізодично (Танько, 2012: 287). Вадю профорієнтації, з одного боку, призводять до недостатньої укомплектованості навчальних груп, з іншого – до залучення абітурієнтів з низькою мотивацією та небажанням надалі працевлаштуватися за спеціальністю (Корнєшук, 2016: 133).

Ефективною профорієнтаційна робота є там, де сформоване спільне бачення її концепції всіма фахівцями і структурними підрозділами ЗВО, причетними до залучення абітурієнтів, де наявний спеціальний підрозділ з профорієнтації та фахівці, для яких ця робота є провідною сферою

відповідальності. Означене забезпечує відхід від спорадичності й безсистемності профорієнтаційних заходів та непродуктивних зусиль завдяки регулярному й зацікавленому аналізу їх ефективності, корегуванню стратегії профорієнтації з врахуванням допущених прорахунків та змін у структурі цільової аудиторії.

Аналіз досліджень. Сьогодні вітчизняними та зарубіжними вченими достатньо ретельно розроблені як теоретичні, так і прикладні аспекти проблеми профорієнтації. Аналізу профорієнтації в зв'язку з готовністю до вибору професії присвячено дослідження наступних авторів: Е. Зеєр, Л. Йовайша, Є. Клімов, Н. Пряжніков, О. Пряжнікова, Д. Тхоржевський, М. Тименко, Б. Федоришин та ін. Серед вітчизняних вчених, які аналізували проблему профорієнтації в практичному ключі, – В. Борисов, В. Васильєв, Д. Закатнов, Г. Карпенко, Н. Ковтуненко, В. Лозовецька, В. Радкевич, О. Мельник, Н. Побірченко, Н. Слюсаренко, В. Синявський, М. Янцур та ін. У роботах В. Корнєшук, Н. Пивовар, Т. Танько та інших проблема ефективності профорієнтації розглянута крізь призму взаємодії вищої та середньої школи.

Метою статті є визначення окремих аспектів підвищення ефективності профорієнтаційної роботи закладів вищої освіти в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. У системі профорієнтації майбутніх абітурієнтів ЗВО можна умовно виділити безпосередню (очну) і опосередковану (заочну) форми – залежно від характеру взаємодії суб'єкта і об'єкта профорієнтаційної діяльності. Перша, традиційна форма представлена, в першу чергу, днями відкритих дверей, візитами представників ЗВО до шкіл, гімназій,

ліцеїв, залученням абітурієнтів до олімпіад і конкурсів фахового спрямування. Слід зазначити, що в умовах збільшення варіативності форм підготовки фахівців у ЗВО віковій і статусно-професійній межі об'єкту профорієнтації розширюються. Дана тенденція сформована потребою, по-перше, постійного підвищення рівня вже набутих людиною компетенцій для більш успішної конкуренції на ринку праці, по-друге, розширення сфери експертності за рахунок опанування нових спеціальностей – суміжних із набутими або альтернативних (т. зв. дженералізм).

Так, за умови наявності в конкретному ЗВО ліцензії на підготовку бакалаврів на базі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста зусилля з залучення абітурієнтів спрямовуються й на випускників коледжів, або персонал закладів, установ, підприємств, – той, якій потребує підвищення освітнього рівня в межах здобутої спеціальності. І в першому, і в другому випадках суб'єкту профорієнтації легше локалізувати цільову аудиторію, одержати максимум інформації для подальшої (в разі необхідності) персональної роботи з потенційними абітурієнтами. Після успішного відбору потрібних закладів і контактування з відповідальними особами найбільш доцільними є традиційне аудиторне та індивідуальне спілкування з абітурієнтами. Це пояснюється більшою сформованістю уявлень даної категорії вступників про особливості майбутньої спеціальності, яка, фактично, вже є для них фаховою. Впевненість у правильності вибору зміцнює мотивацію на продовження навчання в межах обраного фаху з боку тих абітурієнтів, які в ньому не розчарувалися. Крім того, наміри продовжити навчання можуть посилюватися під впливом думки авторитетних одногрупників (колег), які впевнено націлені на вступ до ЗВО, коли їх рішення сприймається як еталонне.

Мірою експансії інформаційних технологій у освітній процес як очна, так й і дистанційна профорієнтаційна діяльність активно комп'ютеризуються. Сьогодні вже важко уявити презентації спеціальностей у школах або дні відкритих дверей без використання технічних засобів наочності, так само, як і неможливо навести приклади ЗВО, які не мають власних сайтів.

Результати опитування студентів першого курсу факультету медичних технологій діагностики та реабілітації Дніпровського національного університету імені О. Гончара, проведене в вересні 2018 р. (n=68), свідчать про те, що саме сайти ЗВО слугували для них основним джерелом інформації про спеціальності, пропонувані

факультетами (див. рис. 1). За популярністю це джерело сьогодні випереджає навіть такий традиційний й надійний канал, як інформація від родичів, друзів, знайомих.

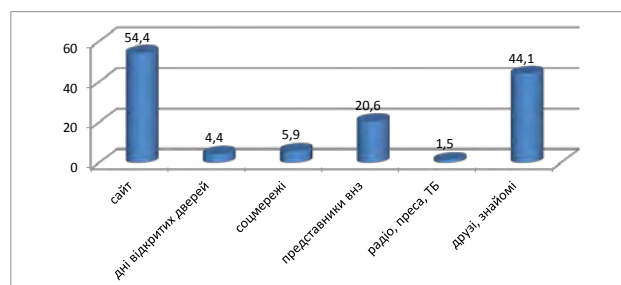


Рис. 1. Джерела отримання абітурієнтами інформації про спеціальності факультету (%)

Поряд із сайтами закладів вищої освіти певну орієнтацію в освітньому просторі забезпечують соціальні мережі. Це й офіційні сторінки ЗВО та факультетів, й інформація, розміщена на різного роду сайтах, включаючи освітній портал, в блогах, чатах. Такі джерела надають різнопланову за характером та за форматом інформацію, – від текстів офіційних документів до суб'єктивних вражень учасників навчального процесу щодо якості підготовки на факультетах, матеріально-технічного оснащення аудиторій, умов проживання в гуртожитках та ін.

У будь-якому разі «профорієнтаційні заходи (в їх традиційному форматі) чинять доволі незначний вплив на вибір майбутньої спеціальності» (Студенти, 2018: 90). Відповідаючи на питання «Що найбільше вплинуло на вибір вами спеціальності?» студенти-першокурсники вказують на поради батьків, друзів, знайомих (41,2%), престижність професії (29,4%), високі шанси працевлаштування після отримання диплома (29,4%). Доволі часто студенти зазначають, що вибір спеціальності відбувся випадково: в нашому опитуванні на це вказує кожен четвертий. Це відповідає тенденціям, які встановлені іншими дослідниками. Власне профорієнтаційні заходи – лише на сьомому місці, поступаючись, крім вище зазначених, таким детермінантам, як можливість продовжити навчання (в аспірантурі, докторантурі, за кордоном) та захоплення з дитинства, поділяючи одне рангове місце з чинником «достойна зарплата фахівців відповідної професії».

Можна припустити, що дні відкритих дверей та візити представників ЗВО до шкіл та коледжів сприймаються як ефективна форма поінформування про спеціальності факультету, переважно, тими випускниками, які: вже мають якусь попередню інформацію про них, зробили свій вибір і очі-

кують додаткових відомостей; вагаються у виборі та потребують в зв'язку з цим доступних і переконливих роз'яснень; налаштовані одержувати інформацію різними способами, в тому числі традиційним шляхом – через безпосередню взаємодію з її джерелом. Остання стратегія може домінувати, якщо на участь в профорієнтаційних заходах націлені батьки абітурієнта.

Як слушно зауважують фахівці та свідчать результати досліджень, традиційні форми профорієнтації з метою більш належного таргетування цільової аудиторії потребують переформатування. Досвід колег з інших ЗВО включає проведення так званих «шкіл вступника» у вигляді стислих промов студентів, викладачів, керівників лабораторій щодо найцікавіших освітніх проєктів, власних експериментів, успішних кейсів, перспектив кар'єрного зростання після отримання диплому. Подія транслюється он-лайн для охоплення тих, хто не зміг її відвідати особисто, передбачає інтерактивні сесії питань і відповідей, персональне спілкування, викладається в мережі YouTube (Philippova, Segoletal., 2018: 13). Реальністю нашого часу стають спеціальні мобільні додатки на базі Android та iOS, які забезпечують інтеграцію різних інформаційних ресурсів, тим самим роблячи їх використання максимально зручним. За підтримки керівництва освітніх закладів та активною участю представників приймальних комісій подібні новації вже сьогодні запроваджуються в Україні.

Незалежно від обраного каналу взаємодії з вступниками, перевагу будуть мати ті її форми, що спираються на принципи інтерактивності та наочності. В умовах, коли здійснення необхідного вибору пов'язане з опрацюванням великих обсягів інформації, вирішальну роль в прийнятті рішення здатні відігравати чинники, які цей вибір полегшують. Таким чинником в системі профорієнтації є залучення абітурієнтів до науково-пізнавальних проєктів на кшталт Днів науки, екскурсій, інтерактивних лекторіїв, щопокликані максимально наблизити зміст конкретної спеціальності до всіх, хто потенційно ним може зацікавитися. Використання спеціального обладнання, технічне та інформаційне забезпечення, творчо-продуктивний зміст інаочність, а також вдало обране місце проведення спонукають небайдужість й бажання долучитися до діяльності, яку ініціюють організатори заходів.

Сьогоднішня молодь планує майбутнє, включаючи кар'єру, переважно в прагматичному

ключі. Від сучасного університету, як свідчать дослідження, зокрема й проведене нами опитування, більшість студентів очікує необхідних для подальшого життя й кар'єри знань і навичок. Відповідаючи на питання «Що в університетському житті Вас найбільше приваблює?» респонденти найчастіше обирали позиції «можливість отримання професійних компетенцій» (60,3%) і «можливість розширення кругозору та ерудиції» (63,2%). Вочевидь, освітні стратегії, пропонувані ЗВО, повинні цим реаліям відповідати. В свою чергу від ефективної профорієнтації сьогодні очікують максимально повного віддзеркалення тих новацій методів і технологій підготовки фахівців, якими конкретна спеціальність і факультет вигідно відрізняється від інших.

Висновки. Профорієнтація в середовищі потенційних абітурієнтів ЗВО є складним комплексом видів діяльності, принципів, форм, методів як традиційного, так й принципово нового характеру. Новітні тенденції в системі профорієнтації є відповіддю на підвищення ролі інформаційних технологій у всіх сферах нашої життєдіяльності та посилення прагматизму в визначенні молодою людиною своєї життєвої стратегії в цілому, та освітньо-професійного шляху зокрема. В сучасних умовах кожен суб'єкт профорієнтації націлений на те, щоб представляти абітурієнтові підготовку в конкретному ЗВО як вигідну інвестицію його ресурсів – інтелектуальних, творчих, духовних, часових, фінансових. Для того, щоб сформувався впевненість в правильності вибору, важливо не тільки бачити і чути, але й брати участь: сучасному учню цікавіше знати не «що як називається», а «що як влаштоване» і «як це працює». Саме тому все більшої популярності набуватимуть новітні, в тому числі інтерактивні, засоби залучення потенційних абітурієнтів – фахові школи, майстер-класи, екскурсії до лабораторій, розгляд кейсів і т. д.

Загалом ефективна профорієнтаційна діяльність повинна враховувати особливості різних контингентів абітурієнтів. Соціально-демографічні й статусні характеристики, життєвий досвід, рівень домагань позначаються на структурі мотиваційних чинників та професійних уподобаннях абітурієнтів. Їх визначення доцільно зробити частиною профорієнтаційної роботи; це неодмінно відобразиться як на якості підготовки фахівців у межах спеціальності, так й на подальшому забезпеченні ринку праці професіоналами відповідного профілю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корнешчук В. В. Профорієнтація і профвідбір як передумова підготовки конкурентоспроможних фахівців. Український соціум. 2016. № 2 (57). С. 133–136.
2. Мірошніченко Ю. С., Липинський А. В., Кордиш О. М. Важливість профорієнтаційної роботи. Вступна кампанія до закладів вищої освіти України: проблеми та перспективи: Збірн. матеріалів I Всеукр.наук.-практ. конф. (м. Київ, 13 квітня 2018 р.). К.: Національний технічний університет України «Київський політехніч. ін-т ім. І.Сікорського», 2018. С. 21–23.
3. Студенти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара у дзеркалі соціології: монографія / за ред. В. В. Кривошеїна. Дніпро: Акцент ПП, 2018. 226 с.
4. Танько Т. Профорієнтаційна робота як вагома складова діяльності кафедр педагогічних ВНЗ. Витоки педагогічної майстерності. 2012. Вип. 9. С. 286–291.
5. Philippova M., Segol R. The New Formats in Carrier Guidance's Organization. Вступна кампанія до закладів вищої освіти України: проблеми та перспективи: Збірн. матеріалів I Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 13 квітня 2018 р.). К.: Національний технічний університет України «Київський політехніч. ін-т ім. І.Сікорського», 2018. С.13–14.

REFERENCES

1. Korneshchuk V. V. Proforiientatsiia i profvidbir yak peredumova pidhotovky konkurentospromozhnykh fakhivtsiv [Carrier guidance and professional selection as a prerequisite for the training of competitive professionals]. Ukrainian socium. 2016. № 2 (57), pp. 133–136 [In Ukrainian].
2. Miroshnichenko Yu. S., Lapynskyi A. V., Kordysh O. M. Vazhlyvist proforiientatsiinoi roboty [Importance of vocational guidance work]. Vstupna kampaniia do zakladiv vyshchoi osvity Ukrainy: problemy ta perspektyvy [Entrance Campaign to Higher Education Institutions in Ukraine: Problems and Prospects]. Kiev: Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute. 2018. Pp. 21–23 [in Ukrainian].
3. StudentyDniprovskohonatsionalnohouniversytetuimeniOlesiaHonchara u dzerkali sotsiologhii: monohrafiia [Students of the Oles Honchar Dnipro National University in the Mirror of Sociology: Monograph] / Za red. V. V. Kryvosheina. Dnipro: Aktsent PP, 2018. 226 p. [in Ukrainian].
4. Tanko T. Proforiientatsiina robota yak vahoma skladova diialnosti kafedr pedahohichnykh VNZ [Carrier guidance as a significant component of the activities of the departments of pedagogical universities]. Vytoky pedahohichnoi maisternosti [Pedagogical skill origin]. 2012. № 9. Pp. 286–291 [in Ukrainian].
5. Philippova M., Segol R. The New Formats in Carrier Guidances Organization [Entrance Campaign to Higher Education Institutions in Ukraine: Problems and Prospects]. Kiev: Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute. 2018. Pp. 13–14 [in English].