

УДК 37.211.34

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/62-1-39>

Юлія БУГАЄВСЬКА,
orcid.org/0000-0001-9982-8526
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри українознавства
Харківського національного автомобільно-дорожнього університету
(Харків, Україна) bugaevskaylia@ukr.net

ВАЖЛИВІСТЬ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ ДО ОБРАНОЇ ПРОФЕСІЇ, ЇЇ ІДЕАЛІВ ТА ФАХОВИХ ВИМОГ

У статті відображено точки зору науковців стосовно особистісно-діяльнісного підходу щодо створення оптимальних умов для розвитку всіх учасників педагогічної взаємодії, забезпечення варіативного складника у змісті вищої технічної освіти, що розширює можливості саморозвитку студентів та їхнього самовизначення у процесі опанування корпоративними ідеалами та цінностями. Підкреслено, що значна увага під час проведення діагностики стану сформованості у студентів корпоративної культури приділялася також визначенню ціннісного ставлення до обраної професії, до її ідеалів та фахових вимог, а педагогічна культура в контексті інноваційного стилю педагогічної діяльності розглядається як сукупність інтегративних характеристик.

Узагальнено дидактичні підходи до гуманітаризації освіти, яку не можна звести до конкретних технологій або методів навчання, бо вона повинна бути особистісно орієнтованою, висувати на перше місце людські цінності та вміння прогнозувати й контролювати свою діяльність.

Зазначено, що у педагогіці поняття «культура» вживається і в розумінні джерела, звідки поповнюється зміст освіти, і як категорія відображення ціннісних продуктів духовної і матеріальної діяльності людей, а також властивостей та якостей самої людини як носія і творця культури. Тому метою статті є доведення положення про те, що об'єктивно необхідним етапом у технології формування корпоративної культури в майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі є мотиваційно-установчий етап, який забезпечує розвиток необхідної мотивації щодо оволодіння майбутньою професією, засвоєння культурологічних ідеалів, ціннісних установок, що мають бути сформовані в інженерів зазначеного профілю.

Зроблено висновок, що у формуванні корпоративної культури треба враховувати індивідуальні потреби та інтереси кожного окремого студента, обирати оптимальні для кожного конкретного випадку методи й форми роботи, переносити в ній акцент з озброєння студентів необхідними професійними знаннями та вміннями на забезпечення їхнього професійного становлення та всебічного особистісного розвитку.

Ключові слова: мотивація, особистісна орієнтація, культурологічний підхід, професійна спрямованість, корпоративні цінності.

Yuliia BUHAIEVSKA,
orcid.org/0000-0001-9982-8526
Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor at the Department of Ukrainian Studies
Kharkiv National Automobile and Highway University
(Kharkiv, Ukraine) bugaevskaylia@ukr.net

THE IMPORTANCE OF A VALUE-BASED ATTITUDE TO THE CHOSEN PROFESSION, ITS IDEALS AND PROFESSIONAL REQUIREMENTS

The article reflects the views of scientists on the personal and activity approach to creating optimal conditions for the development of all participants in pedagogical interaction, providing a variable component in the content of higher technical education, which expands the possibilities of students' self-development and self-determination in the process of mastering corporate ideals and values. It is emphasized that considerable attention during the diagnostics of the state of formation of students' corporate culture was also paid to determining the value attitude to the chosen profession, its ideals and professional requirements, and pedagogical culture in the context of an innovative style of pedagogical activity is considered as a set of integrative characteristics.

The didactic approaches to the humanitarization of education are generalized, which cannot be reduced to specific technologies or teaching methods, because it should be personally oriented, emphasize human values and the ability to predict and control one's activities.

It is noted that in pedagogy, the concept of culture is used both in the sense of a source from which the content of education is replenished, and as a category of reflection of the value products of spiritual and material activities of people,

as well as the properties and qualities of a person as a carrier and creator of culture. Therefore, the purpose of the article is to prove that an objectively necessary stage in the technology of forming corporate culture in future specialists of the road industry is the motivational and attitudinal stage, which ensures the development of the necessary motivation to master the future profession, assimilation of cultural ideals and value attitudes which should be formed in engineers of this profile.

It is concluded that in forming a corporate culture, it is necessary to take into account the individual needs and interests of each individual student, to choose the optimal methods and forms of work for each specific case, to shift the emphasis from equipping students with the necessary professional knowledge and skills to ensuring their professional formation and comprehensive personal development.

Key words: motivation, personal orientation, cultural approach, professional orientation, corporate values.

Постановка проблеми. Взагалі професійно-мотиваційна сфера особистості містить дві основні складові: зовнішню й внутрішню мотивацію. Зовнішня мотивація характеризується стимулюванням прагнення людини набути нові знання, вміння й навички, необхідні їй у професійній сфері й у повсякденному житті. У цьому контексті, усвідомлення та сприйняття особистістю ролі корпоративної культури сприяє підвищенню стремління оволодіти знаннями про її цінності та визначені норми поведінки.

Аналіз досліджень. У сучасних педагогічних дослідженнях досить повно розкрито сутність культурологічного та особистісно орієнтованого підходів до оволодіння майбутніми фахівцями певною професією під час навчання у ЗВО. Так, О.А. Дубасенюк підкреслює важливість ціннісної орієнтації, в основі якої лежить перебудова особистісних установок фахівця. Науковці В.А. Петрук та І.В. Хом'юк визначили основним концептуальним положенням професійну спрямованість викладання фундаментальних дисциплін та розвиток у студентів ціннісного ставлення до обраної професії. Використанню культурологічного підходу в підготовці майбутніх фахівців присвячені наукові праці Н.В. Саєнко. Дослідниця Л.Г. Настенко наголошує на необхідності орієнтації майбутнього фахівця на гуманістичні освітні цінності. Зв'язок між усвідомленням елементарних основ культури та сприйняттям духовних цінностей відбивається у статтях І.О. Трухіна. Про педагогічну культуру пише також Н.А. Ткачова.

Мета статті. Доведення положення про те, що об'єктивно необхідним етапом у технології формування корпоративної культури в майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі є мотиваційно-установчий етап, який забезпечує розвиток у студентів необхідної мотивації щодо оволодіння майбутньою професією, засвоєння ними культурологічних ідеалів, ціннісних установок, що мають бути сформовані в інженерів зазначеного профілю.

Виклад основного матеріалу. Узагальнення теорії та практики підготовки педагогічних кадрів засвідчує, що гуманітарна парадигма освіти оріє-

єнтована на становлення людини в культурі, на розкриття істинного і глибинного в ньому. Іншими словами, людина здобуває освіту для того, щоб стати співучасником культурного процесу, вести діалог з культурою, бути не тільки споживачем культури, але і її носієм, і творцем. На думку вчених, гуманітаризацію освіти не можна звести до конкретних технологій або методів навчання. Дидактичні підходи до гуманітаризації освіти повинні бути особистісно орієнтованими, тобто такими, що висувують на перше місце людину, її цінності, особисту свободу і вміння прогнозувати й контролювати своє життя (Дубасенюк, 2011).

Першим концептуальним положенням визначена професійна спрямованість викладання фундаментальних дисциплін, під якою в організації навчального процесу розуміємо: забезпечення фундаментальної підготовки студентів з урахуванням програмного рівня (стандарту) теоретичних знань, умінь і навичок із предметів циклу; формування підсистеми теоретичних знань і вмінь, які сприяють засвоєнню спеціальних (профільних) дисциплін, оволодінню професією, застосуванню цих знань у різних умовах майбутньої практичної діяльності з урахуванням зміни науково-технічних процесів; сприяння розвитку у студентів ціннісного ставлення до обраної професії, формуванню інтересу до спеціальності і діяльності в обраній галузі виробництва, подальшого розвитку інтелектуальних якостей і моральних рис (Петрук, Хом'юк, 2004).

Виходячи із суті культурологічного підходу в підготовці майбутніх фахівців, навіть засвоєння технічних навичок повинне організовуватися як органічна частина процесу осмислення реальних об'єктів, своїх дій і себе. Тобто цей підхід конкретно реалізовується в антропоцентричному цілепокладанні, особистісно значущій мотивації, ціннісному ставленні до себе і в конкретному виді діяльності як досягненні культури і засобу самовдосконалення, а також у стимулюванні прагнення до інтеріоризації здобутих знань, включенню їх у свій структурний особистісний план (Саєнко, 2009: 214).

У культурологічному пізнанні проблеми цінностей належить провідне місце, оскільки тлумачення культури як сукупності цінностей, створених людством, є широко розповсюдженим. Педагогічний аспект проблеми орієнтації особистості полягає у тому, щоб широкий спектр об'єктивних цінностей освіти і культури зробити предметом усвідомлення, переживання як особистісних потреб, щоб об'єктивні цінності стали суб'єктивно значущими, стійкими життєвими орієнтирами особистості. Орієнтація майбутнього фахівця на гуманістичні освітні цінності визначається як сходження особистості до культуровідповідних цінностей сучасної освіти (Настенко, 2002).

Завданнями культурологічної підготовки майбутніх фахівців є:

- генерація професійно-педагогічної культури особистості відповідно до майбутньої спеціальності;

- прагнення до розвитку культуротворчих форм і методів навчання, що дають високий рівень професійної кваліфікації, спроможність до системного аналізу проблемного поля сучасного життя, культурних надбань цивілізації;

- удосконалення форм і методів підготовки фахівців, спрямованих на оволодіння різними технологіями навчання та на оптимізацію комунікативної взаємодії (Левенець, 2013: 86).

Наразі, якщо освіта озброює людину знаннями, а процес навчання дозволяє оволодіти умінями і навичками, то виховання є долученням особистості до певної системи цінностей. Тим самим зміст навчання, виховання та розвитку в навчальному закладі зводиться до формування усвідомлення елементарних основ культури, сприйняття духовних цінностей та знань, які накопичені людством. Культурологічна готовність – це здатність майбутнього фахівця до оволодіння ним культурологічними знаннями й умінями, що уможливають культурологічний аналіз педагогічних явищ (Трухін, 2005).

Педагогічна культура в контексті інноваційного стилю педагогічної діяльності розглядається як сукупність інтегративних характеристик, таких як: гуманістична спрямованість особистості, здатність до інноваційної діяльності, висока соціальна відповідальність, методологічне і творче педагогічне мислення тощо. Саме ця складова загальної культури характеризує фахівця з професійно-особистісної сторони, а також відображає рівень розвитку не тільки знань та умінь, а також і особистісних якостей, пов'язаних з відповідною галуззю його професійної діяльності (Ткачова, 2003: 132).

Культурологічний рівень групової діяльності студентів дозволяє:

- актуалізувати суб'єктну позицію студентів у просторі предметного змісту навчання як таку, що постає на перетині різних методологій світосприйняття;

- засвоювати ціннісні змісти аспектів культури адекватно багатовекторній структурі інтерпретаційного мислення;

- розвивати комунікаційні навички організації діалогового простору та стимулювати потребу в постійному культурному саморозвитку і самореалізації (Шевнюк, 2003).

Тому в процесі формування корпоративної культури студентів важливо під час вибору методів, засобів, форм організації навчання враховувати індивідуальні можливості, побажання й освітні очікування кожної особистості, надавати їй можливість вибору власної траєкторії в оволодінні професійною готовністю.

Інтерес дослідників до соціальних аспектів корпоративної культури зумовлений сильним позитивним ефектом, який вона здійснює на професійну діяльність людини, водночас сприяючи підвищенню ефективності спільної діяльності працівників. Отже, корпоративна культура організації помітно впливає на формування особистості через розвиток її соціальних установок. Однак негативні аспекти цієї культури можуть спровокувати появу певних особистісних деформацій, характерних для кожного її конкретного типу.

Особистісний структурний компонент корпоративної культури містить у собі сформованість корпоративно-особистісних якостей, зокрема інтелектуальної мобільності, відповідальності за свої професійні рішення, самостійності, відданості професії, чесності, порядності, комунікабельності тощо. Зміст мотиваційно-ціннісного компоненту: сформованість мотивів, цілей, ціннісних установок, які визначають позитивне ставлення студента до майбутньої професії, забезпечують усвідомлення значущості ролі автомобільної промисловості в економічному розвитку країни та необхідності покращення шляхів дорожнього сполучення, стимулюють прояв гордості за належність до відповідної професійної спільноти та прагнення до постійного професійного самовдосконалення.

На констатувальному етапі експерименту було проведено відкрите анкетування, під час якого майбутні фахівці мали відповісти на такі питання:

1. Чи сприймаєте Ви обрану професію як особистісну цінність?

2. Які цінності, ідеали має засвоїти, на Вашу думку, кожний студент автомобільно-дорожніх

спеціальностей, щоб стати в майбутньому кваліфікованим фахівцем?

3. Кому легше робити професійну кар'єру: егоїсту чи альтруїсту? Поясніть свою точку зору.

4. Які фахові вимоги висувуються сьогодні до інженера автомобільно-дорожньої галузі?

5. Чи займається Ви самовдосконаленням із метою забезпечення власної відповідності цим вимогам?

Вивчаючи відповіді на перше питання, ми встановили, що тільки 35,6% експериментальної групи та 35,7% контрольної групи визнали, що обрана професія є для них особистісною цінністю. Під час визначення цінностей, ідеалів, які має засвоїти кожний студент автомобільно-дорожніх спеціальностей, члени обох груп у своїй більшості (67,5% студентів експериментальної групи та 65,4% студентів контрольної групи) віднесли до них соціально значущі цінності та ідеали: високий професіоналізм, широку ерудицію, готовність до здійснення постійного професійного самовдосконалення тощо. Проте тільки трохи більше 2% у своєму виборі намагалися враховувати специфіку своєї майбутньої професійної діяльності.

Стосовно питання щодо професійної кар'єри, 45,4% студентів експериментальної групи та 46,2% студентів контрольної групи вважають, що її легше робити егоїсту, оскільки він здатний, як кажуть, «йти по головах інших людей». Біля 15% членів обох груп вважають, що розвиток професійної кар'єри значною мірою залежить від установок керівництва організації, де працює фахівець.

Щодо питання про визначення фахових вимог, то достатньо повні та правильні відповіді на це питання дали тільки 12,7% студентів експериментальної групи та 14,5% студентів контрольної групи. Проте майже 60% членів обох груп визнали, що процес їхнього самовдосконалення не відрізняється регулярністю, причому, під час його здійснення вони слабо орієнтуються на визначені вимоги.

Слід також відзначити, що для уточнення стану сформованості у студентів ціннісних ставлень корпоративного плану їх залучали до роботи з методикою незакінчених речень. Для цього студентам роздавалися аркуші паперу з незакінченими реченнями, які вони мали дописати. Це були фрази такого типу:

«Найвища професійна цінність для мене – це...»;

«Я сподіваюся, що в майбутній професійній діяльності я зможу...»;

«Моєю головною метою у житті є...»;

«Більше за все я боюся, що після закінчення технічного ЗВО...»;

«Я не хочу, щоб під час професійної підготовки...» тощо.

Опрацювання отриманих відповідей за цією методикою засвідчили, що у значної частини майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі цінності корпоративного культури не займають належного місця в їхній ієрархії особистісних цінностей.

Студентам ще пропонувалося відповісти на запропоновані питання, у відповідях на які допускалося ставити один чи два плюси, а також один чи два мінуси. Потім відбувався загальний підрахунок набраних людиною балів. Як засвідчили отримані за цією методикою дані діагностування, майже в половини учасників опитування не було виявлено чітко вираженої професійної спрямованості на автомобільно-дорожню галузь.

Для проведення цієї діагностики використовувалися такі методи дослідження, як тестування, бесіди, анкетування, вивчення текстів контрольних і творчих робіт студентів, метод експертного оцінювання. Така діагностика проводиться під час виконання студентами різних групових і колективних видів навчальної діяльності на заняттях з певних навчальних дисциплін, а також під час реалізації позааудиторної роботи студентів.

Висновки. Отже, можна підсумувати, що в цілому стан сформованості ціннісного ставлення до обраної професії, до її ідеалів та фахових вимог, а також корпоративних знань та умінь у більшості студентів не відповідає сучасним очікуванням суспільства. Тобто при формуванні корпоративної культури треба враховувати індивідуальні потреби та інтереси кожного окремого студента, обирати оптимальні для кожного конкретного випадку методи й форми роботи, переносити в ній акцент з озброєння студентів необхідними професійними знаннями та вміннями на забезпечення їхнього професійного становлення та всебічного особистісного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Професійна педагогічна освіта: компетентнісний підхід: монографія. Редактор О.А. Дубасенюк. Житомир : ЖДУ імені І. Франка, 2011. 412 с.
2. Петрук В.А., Хом'юк І.В. Формування вмінь самостійної роботи у майбутніх інженерів засобами ігрових форм. Вінниця : Універсум-Вінниця, 2004. 185 с.
3. Саєнко Н.В. Культурологічний підхід до формування загальнокультурної компетентності майбутнього фахівця. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школі.* № 5. Запоріжжя, 2009. С. 214–218.

4. Настенко Л.Г. Педагогічні умови культурологічної підготовки майбутнього вчителя : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Київ: національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, 2002.
5. Левенець М.В. Моделювання культурологічної освіти у сучасних вищих навчальних закладах. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. № 2. 2013. С. 83–86.
6. Трухін І.О. Соціальна психологія спілкування: навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 336 с.
7. Ткачова Н.А. Поняття та соціальне значення професійної правової культури. *Педагогіка і психологія професійної освіти: результати досліджень і перспективи* : збірник наукових праць. Редактори І.А. Зязюн, Н.Г. Ничкало. Київ, 2003. 680 с.
8. Шевнюк О.Л. Культурологічна освіта майбутнього вчителя: теорія і практика: монографія. Київ : Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, 2003. 232 с.

REFERENCES

1. Profesiina pedahohichna osvita: kompetentnisnyi pidkhid : monohrafiia. [Professional pedagogical education: competence-based approach: a monograph]. O.A. Dubaseniuk (Ed.). Zhytomyr: ZhDU imeni I. Franka, 2011, 412 p. [in Ukrainian].
2. Petruk V.A., Khomiuk I.V. Formuvannia vmin samostiinoi roboty u maibutnikh inzheneriv zasobamy ihrovykh form. [Formation of independent work skills of future engineers by means of game forms]. Vinnytsia : Universum-Vinnytsia, 2004, 185 p. [in Ukrainian].
3. Saienko N.V. Kulturolohichnyi pidkhid do formuvannia zahalnokulturnoi kompetentnosti maibutnoho fakhivtsia. [Cultural approach to the formation of general cultural competence of a future specialist]. Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkoli. Nr. 5. Zaporizhzhia, 2009, pp. 214–218 [in Ukrainian].
4. Nastenko L.H. Pedahohichni umovy kulturolohichnoi pidhotovky maibutnoho vchytelia. [Pedagogical mind and cultural training of the future teacher]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv : natsionalnyi pedahohichnyi universytet imeni M.P. Drahomanova, 2002 [in Ukrainian].
5. Levenets M.V. Modeliuvannia kulturolohichnoi osvity u suchasnykh vyshchyykh navchalnykh zakladakh. [Modeling culturological education in modern primary foundations]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*. Nr. 2. 2013, pp. 83–86 [in Ukrainian].
6. Trukhin I.O. Sotsialna psykholohiia spilkuvannia: navchalnyi posibnyk. [Social psychology of communication: a textbook]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 2005, 336 p. [in Ukrainian].
7. Tkachova N.A. Poniattia ta sotsialne znachennia profesiinoi pravovoi kultury. [Understanding the social significance of professional legal culture]. *Pedahohika i psykholohiia profesiinoi osvity: rezultaty doslidzhen i perspektyvy: zbirnyk naukovykh prats*. I.A. Ziaziun, N.H. Nychkalo (Ed.). Kyiv, 2003, 680 p. [in Ukrainian].
8. Shevniuk O.L. Kulturolohichna osvita maibutnoho vchytelia: teoriia i praktyka: monohrafiia. [Cultural education of the future teacher: theory and practice: a monograph]. Kyiv: natsionalnyi pedahohichnyi universytet imeni M.P. Drahomanova, 2003, 232 p. [in Ukrainian].