

DOI 10.31909/26168812.2020-(48)-15

УДК 378.013.2

Надія КІЧУК\*

## ПРОФЕСІЙНИЙ МЕНТАЛІТЕТ ФАХІВЦЯ: ДОМІНАНТНІСТЬ БРЕНДІНГОВИХ ПОКАЗНИКІВ ТА ФОРМУВАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВИЩОЇ ШКОЛИ

*Порушено проблему якісної професійної підготовки майбутнього фахівця у процесі набуття ним базової вищої освіти в умовах сучасної вищої школи. Дослідницьку увагу сфокусовано на впливовості професійного менталітету, як якісної особистісно-професійної властивості студентів, на його здатності до успішної самопрезентації та створення персонального бренду. Окреслена площина наукового пошуку в умовах освітніх реалій сьогодення набуває актуальності через випереджувальну функцію репутації особистості професіонала. Це порівняно новий ракурс осмислення з-поконвічної проблеми якості, зокрема, освітніх послуг та в площині розуміння персонального бренду фахівця з позиції концепції соціального капіталу.*

*Констатовано не тотожність таких близьких понять, як імідж, репутація, бренд. Деталізовано ресурси освітнього процесу сучасної вищої школи у формуванні творчої індивідуальності, зокрема, педагога, що розглядається як суттєва передумова набуття майбутнім фахівцем брендингових показників. Закцентовано на ресурсах у цій площині контекстного підходу та інтерактивних педагогічних технологій. Стверджується, що критерій успіху особистості в процесі доцільно вважати провідним і в аспекті стимулювання кар'єрного просування, і в площині іміджування.*

**Ключові слова:** професійний менталітет, майбутній фахівець, імідж, репутація, бренд, вища школа.

**Постановка проблеми.** Вивчення й узагальнення наукового фонду з проблематики забезпечення результативної професійної діяльності (Барбіна Є.С., Гладуш В.А., Гузій Н.В., Дубасенюк О.А., Радул В.В., Сисоєва С.О., Фонарьов О.Р., та ін.) засвідчує про те, що за сучасних соціально-економічних умов нестабільності значно підвищились вимоги соціуму до професіоналів усіх вищезазначених науковцями (зокрема, Є.О. Клімовим) типів професій. А саме: «людина-природа», «людина-техніка», «людина-людина», «людина-знак», «людина-художній образ». З-поміж фундаментальних напрацювань дослідників проблематики професійної освіти здебільшого домінують ті, в яких дослідницьку увагу сфокусовано на основному етапі професійного становлення фахівця – в умовах вищої школи, де особистість набуває базовий рівень вищої освіти. До того ж зацентовано на пріоритетності формування творчої його індивідуальності (адже ж остання маркується властивостями пластичності, динамічності, мінливості та виявом через оригінальність і схильність до дослідницького пошуку), на своєрідності професійного становлення спеціаліста, обумовлені цільовою детермінацією та розгортанням стратегії «професійна освіта впродовж життя». Натомість ще й досі на периферії наукових пошуків залишаються ціннісні підвалини процесу професійного становлення фахівця, хоча й учені вже дійшли згоди щодо доречності осмислення процесу професійного розвитку особистості не як самоціль, а як принципово важливе якісно-особистісне новоутворення, що призводить до принципово нового засобу життєдіяльності – творчої самореалізації в професії (Кузьміна Н.В., Маркова А.К., Мітіна Л.М., Шадриков В.Д.). Зазначимо, що окреслений вектор розглядають пріоритетним як у

---

\* Кічук Н. – доктор педагогічних наук, професор, Ізмаїльський державний гуманітарний університет, Україна

площині розвитку вітчизняної освітньої сфери<sup>1</sup>, так і домінанти творчого запозичення ідей, котрі містить освітянський досвід зарубіжжя<sup>2</sup>.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В результаті проведеної аналітичної роботи, що мала на меті деталізацію здобутків учених, націлених на виокремлення певних параметрів саме «ціннісного» у процесі професійного становлення фахівця, вдалося встановити, з одного боку, вмотивований інтерес до зарубіжного досвіду щодо прихильності до кар'єрного зростання особистості. При цьому враховується і конструктивність концепції поліваріативності кар'єри (Дж. Бріско, Ф. Марвіс, Д. Холл), і визнання ефективності професійної кар'єри з огляду на спроможність особистості реалізувати «стратегію успіху» й «стратегії самореалізації». У такий спосіб, дійсно, саме за ціннісним критерієм – установки на професійну відданість та прихильність власному життєвому шляху – досягається суто суб'єктивний рівень професійного зростання<sup>3</sup>. З іншого ж боку, сучасні дослідники вбачають у такому явищі ціннісні домінанти, яким постає конкурентоздатність, адже ж навіть сам термін у науковий обіг був уведений саме через намагання зацентувати на ціннісному вимірі уподобань професіонала, тобто як синонім поняттю «суперництво». До того ж, намагаючись підкреслити зв'язок конкурентоздатності з якісними особистісними новоутвореннями, деякі дослідники економічної проблематики (зокрема, Зверев С., Парке Д.) все-ж апелюють до класиків гуманістичної психології (накшталт позиції А. Маслоу щодо самоактуалізації, Г. Олпорта – дотично зрілості особистості). Показовою у цьому плані вбачаємо позицію науковців, котрі стверджують, зокрема, про таке: важливо для фахівця досягати конкурентоздатності не за будь-яку ціну, а з опорою на цивілізаційні закони досягнення, тобто, самоактуалізації і самоускладнення особистісно-професійних завдань; закон успішності й ефективності; свободи і відповідальності; відстроченої перемоги) та з опорою на висновок про те, наскільки при цьому значущим у суперництві бути «вмотивованим на перемогу, актуалізуючи резерви особистості»<sup>4</sup>.

**Наукові завдання статті** лежать у площині наукового пошуку контексту осмислення ціннісних підвалин процесу спрямування професійного зростання з огляду, зокрема, на ресурси впливу освітнього процесу закладу вищої освіти.

**Мета статті** – обґрунтувати правомірність розгляду процесу активізації процес розвитку професійного менталітету студентів у якості важливого ресурсу, але ще й досі системно не реалізованого у вищій школі в аспекті іміджування.

**Виклад основного матеріалу.** За сучасних реалій ринку праці важливим вектором продуктивності професійної діяльності фахівця загальноновизнано якість; причому у розширеному трактуванні змісту цієї категорії. Якщо йдеться про якість вищої освіти майбутніх фахівців, то нині параметр «якість» уважається прийнятним у розумінні, по-перше, як досконалість, по-друге, як відповідальність цілям, по-третє, як відповідальність меті, по-четверте, як покращення чи удосконалення. Зазначене дозволило дослідникам<sup>5</sup> зробити заувагу, котра має безпосереднє відношення до якості професійної готовності студентів у сфері фахових уподобань: інвестиції в розвиток вищої освіти і науки на рівні 3-8 % внутрішнього валового продукту забезпечують країнам – лідерам економічного і соціального добробуту можливість залишатися на передових позиціях. Відтак маємо підстави припускати, що саме період навчання у закладі вищої освіти є суттєвим з огляду

<sup>1</sup> Кремень В.Г. (2016) Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні К: пед. думка, 448 с.

<sup>2</sup> Покка Арі (2019) Вищий клас. Шкільне управління по-фінськи. 2-ге вид. випр. Харків: Ранок. 160 с

<sup>3</sup> Богуш Л.А. (2018) Зарубіжні концепції в контексті досліджування проблеми професійної кар'єри майбутніх фахівців. *Наук. вісник Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України: Зб. н. пр. Серія «Педагогіка, психологія, філософія»*. №279. С. 27-32

<sup>4</sup> Андреев В. И. (2013) Конкурентология. Учебный курс для творческого развития конкурентно способности. Казань: Центр инновационных технологий. 468 с.

<sup>5</sup> Фінікова Т.В., Терещука В.І. (2018) Локальні системи управління якістю: світовий досвід та українські практики побудови. К: Таксон. 316 с.

на забезпечення позитивної динаміки процесу розвитку у майбутніх фахівців відповідних особистісно-професійних якостей; з-поміж таких бажаних новоутворень перебуває і професійний менталітет. Деталізуємо авторську позицію у цьому плані.

Насамперед зазначимо, що у ракурсі гуманітарного знання категорія менталітету здебільшого пов'язується із ціннісними установками, хоча й термін був уведений у науковий обіг лише наприкінці XIX століття американським філософом Р. Емерсоном у значенні специфічного типу мислення, відображаючи стійкі звички та форми поведінки особистості. Якщо філософи (О.С. Патін, Д.І. Чижевський та ін.) фокусують увагу на менталітеті як духовному інваріанті буття, то психологи (Е. Фром) додають до нього поняття синонімом «соціальний характер», розуміючи його зміст у сенсі тієї ланки, котра пов'язує психіку індивіда і соціальну структуру суспільства.

У контексті предметної специфіки професійної педагогіки, дослідники (Зайцев О.Б., Маркова А.К., Сонін В.А., Стрига Е.В. та ін.), зокрема, вивчаючи проблематику професійного менталітету саме вчителя, здебільшого єдині у визнанні, що йдеться про важливу передумову успішності процесу самореалізації у педагогічній сфері. Стверджується про те, що професійний менталітет віддзеркалює той спосіб мислення і поведінки, який відповідає критеріям моралі та педагогічного кодексу, чим і забезпечує врешті-решт належний ступінь якості виконання соціально-професійного призначення.

Відтак, саме професійний менталітет педагога виконує функцію «носія певних культурних кадрів», а останні пронизані його духовністю. До того ж дослідники встановили, що «нормативним компонентом» професійного менталітету майбутнього фахівця правомірно розглядати професійну компетентність<sup>6</sup>. Доведено й доцільність розрізняти певні критерії сформованості у майбутніх педагогів професійного менталітета – суспільно-громадянський (показники – соціальна активність, полікультурність та національна самосвідомість, ціннісні орієнтації), оцінно-розумовий (показники – самоідентифікація, самооцінка та критичне мислення особистості освітянина), професійно-культурний (показники – когнітивно-процесуальна компетентність, комунікативні здібності, імідж педагога). Ось чому визнано важливим й емоційно-забарвлений стереотип сприйняття образу педагога і в свідомості вихованців, і колег, і соціуму.

Отже, досягнення професійного успіху корелює із сформованістю професійного менталітету майбутнього фахівця і постає важливим параметром іміджу.

Вивчення й узагальнення наукових джерел засвідчує, що у площині іміджування зростаючий інтерес дослідників становлять явища, котрі, на підґрунті наявного професійного менталітету особистості, з одного боку, розцінюються як передумови, а, з іншого – виразним результатом її успішності в професії. Йдеться про такі явища, як репутація і бренд.

Принадно зауважимо на тому, що проблема брендингу в освітньому середовищі, як і питання персонального бренду особистості, значно активізувалася у зв'язку із пошуком фахівцями економічних інституцій тих механізмів, котрі б сприяли розвитку брендів працівників. Вочевидь, мають рацію дослідники, коли апелюють до досвіду рекламних компаній та бізнесу саме рейтингових корпорацій (на кшталт «Mars», «Unilever», «J Walter Thompson» у США, Великобританії, Нідерландах). Учені, які безпосередньо вивчають означені явища, вже внесли уточнення в ієрархію окреслених явищ з огляду на суто економічні реалії безпосередньо вивчають означені явища, вже внесли уточнення в ієрархію окреслених явищ з огляду на суто економічні реалії<sup>7</sup>, хоча є й

<sup>6</sup> Стрига Е.В. (2009) Професійний менталітет майбутніх учителів гуманітарних дисциплін: навч-метод. пос. Одеса: вид. Букаєв В.В. 224 с

<sup>7</sup> Щеглатов А.А. (2011) Изучение персонального бренда с позиции социального капитала. *Известия Иркутской госуд. экономической академии*. №5. с. 120 – 123

такі, які ще й досі здебільшого послуговуються поняттям «імідж» і «репутація», як синонімічними<sup>8</sup>.

Наприклад, згідно позиції О. Щеглатової, репутацію педагога доцільно розглядати складником соціального капіталу. З таким твердженням важко сперечатися, адже ж йдеться про суттєвий чинник позитивно-активного ставлення соціуму до педагогічної професії взагалі й визнання, зокрема, неперевершеності його особистісно-професійного призначення з точки зору пріоритетів цивілізованого розвитку суспільства. Ми поділяємо й думку дослідника відносно характеристики суто наукового статусу близьких, однак, не тотожних понять, а саме: якщо визнавати їх «загальним знаменником» функцію соціального капіталу, то імідж асоціюється із «слабкою формою», репутація – «напівсильною», а персональний бренд постає «сильною» формою соціального капіталу (Щеглатов, 2011. – с.121). Беручи до уваги зазначене, а також результати проведених багаторічних досліджень, маємо зазначити про ключове значення виявленого особистістю у професійній діяльності саме творчого елемента. Таке розуміння співвідноситься із установленими у педагогіці творчості рівнями – від репродуктивно-творчого, творчо-репродуктивного до повноцінної творчості як педагогічного відкриття; останнє може бути ідентифіковано як вияв фахівцем персонального бренду в професійній діяльності.

У контексті означених розмислів, логічним видається припущення, що, розвиваючи творчий потенціал студентів в умовах вищої школи, чи не найприцільніше тим самим і забезпечується сприяння не лише його найконструктивнішій професійній діяльності, а й набуттю брендівих ознак.

Отож, площина особистісно-професійної ресурсності молодого людини суттєво розширюється ще й через збагачення ціннісно-сислового ставлення до професійного вибору, можливостей самореалізуватися в професії. До зазначеного слід додати ще й таке: дослідниками встановлений ущільнений прямий зв'язок іміджу сучасного фахівця й суспільної думки, котру у цьому ракурсі формують, наприклад, засоби масової інформації, впливаючи на цільову аудиторію; саме під час комунікативної взаємодії із такою аудиторією іміджеві ознаки й набувають дієвості<sup>9</sup>.

Наголосимо на тому, що саме освітній процес сучасної вищої школи зберігає пріоритетне значення щодо формування у студентів особистісно-професійних якостей. У нашому досвіді викладання професійно-орієнтованих дисциплін склалась практика актуалізації ресурсів усього різновиду навчальних занять із майбутніми фахівцями, задіяність яких сприяє набуттю ними компетенції відносно соціальної природи професійного менталітету, соціальної активності як показника менталітету фахівця, рефлексивної позиції – конструктивного шляху до особистісно-професійного зростання та розвитку іміджевих ознак, місця професійного менталітету у системі проектування поведінки фахівця тощо. Зауважимо на педагогічно вмотивованому проведенні у цьому відношенні семінарських занять у формі «мікрофону» (тема: «Національна самобутність та її вплив на професійний менталітет педагога»), а також на засобах спрямування самостійної роботи навчально-дослідницького змісту (зокрема, у розрізі систематизації фахових інтернет-джерел та видань, де відображені ідеї ментально-національного змісту освітніх процесів, а також самоаналізі за проблематикою «Що я знаю про себе», «Яким я хочу бути у професії», «Що про мене, як майбутнього фахівця, думають в академгрупі» тощо). Не менш конструктивними є й рольові ігри, тренінги з проблематики вироблення індивідуальних стратегій впевненої й успішної особистісно-професійної поведінки (зокрема, через опанування техніки «активізації ресурсу подолання перешкод»). Саморефлексія досвіду у вищеокресленому напрямку доводить плідність ідей, закладених у контекстному підході (А.А. Вербицький), адже ж, попри широку інтерпретацію у різних наукових галузях поняття «контекст», все-ж здебільшого зберігається віддзеркалення етимології ключового слова (тобто «сплетення», «з'єднання», «зв'язок», «оточення»,

<sup>8</sup> Горина А.М. (2013) Брендинг: уч. изд. М: Издательская торговая корпорация «Дашков и К». 182 с.

<sup>9</sup> Rosanova N. N. (2017) Priority value characteristics of the governor's personal brand (on the example of the Smolensk Region. RUDN Journal of Sociology. vol. 17. №4. P. 542-554.

«середовище»). Як пояснюють ресурси контекстного підходу психологи (зокрема С.Л. Рубінштейн), розвиток свідомості та психіки людини вимагає обов'язкового включення «в реальний контекст життя і діяльності», що їх зумовлюють. Відомо, що дотична проблематика професійної освіти концепція знаково-контекстного навчання слугує «посилувачем» і діяльнісного підходу, адже ж особистість здатна оволодіти професійною діяльністю не просто в ході мисленнєвого або імітаційного занурення – тут принципово важливою вважається педагогічна реальність. Отож, практика вищої школи доводить відчутну вагу таких видів діяльності студентів, як-от: навчальна, котра передбачає залучення студентів, зокрема, упродовж академічної лекції у певну фахово-значущу роботу (наприклад, аналіз фрагменту уроку, який презентовано в онлайн-режимі); квазіпрофесійна, коли майбутні педагоги виступають учасниками ділової гри; практико-орієнтовні види робіт студентів-практикантів. Отож у такий спосіб природним чином відбувається приєднання майбутніх фахівців до професійної субкультури, до цінностей, пов'язаних із процесами самовдосконалення та самоідентифікації.

Маємо зауважити ще на одному аспекті, котрий зацентований, зокрема, у досвіді американських вищих шкіл, де й апробовано конструктивні підходи до розвитку у студентів професійного менталітету – передумови їх здатності до іміджування. Йдеться про залучення студентів у процес переведення набутої «статистичної навчальної інформації» у «динамічну» форму (тобто максимально наближену до реальних умов майбутньої професійної діяльності, виявляючи при цьому пізнавальну активність і інтелектуальну ініціативу). Доведено, що зокрема, доцільність проведення із студентами чат-занять, що передбачають одночасний їх доступ до певного педагогічного чату (чату на вільну тему; чату-презентації; чату вдосконалення практичних дій; оцінювального чату та ін.). У такий спосіб, як засвідчує і наша практика, збагачуються ресурси контекстного підходу через використання ще й потенціалу комп'ютерних та інтернет-технологій та через ініціювання розробок навчальних курсів в онлайн-режимі. У вище окресленому ракурсі бралась до уваги й формула іміджу (зокрема, за К. Бруннером), а саме: імідж особистості складають і персональні, і соціальні, і символічні її характеристики. До того ж враховувалось і таке: вибір особистістю стратегії зумовлюється стилем само презентації (наприклад, студент обрав стратегію само презентації – виправдовування). Щодо техніки само презентації, то дослідники вважають правомірним розрізняти їх різновид (зокрема, вербальні або невербальні).

З огляду на зазначене і дбаючи про формування у майбутніх фахівців готовності виявляти брендінгові показники, пов'язані із професійною самоідентифікацією, природний інтерес набуває увесь спектр проблемних питань щодо якісної дизайн-освіти.

**Висновки.** Отже, у пошуках наукових підходів до результативного професійного становлення сучасного фахівця виправданою є дослідницька увага до педагогічного менталітету, його спроможності спонукати особистість до успішної самопрезентації у професії. Перспективи подальших наукових досліджень убачаються в розширенні наукових уявлень про ресурси у цьому ракурсі дизайн-освіти майбутніх фахівців.

### Література

Андреев В. И. (2013) Конкурентология. Учебный курс для творческого развития конкурентно способности. Казань: Центр інноваційних технологій. 468 с.

Богуш Л.А. (2018) Зарубіжні концепції в контексті досліджування проблеми професійної кар'єри майбутніх фахівців. *Наук. вісник Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України: Зб. н. пр. Серія «Педагогіка, психологія, філософія». №279. С. 27-32.*

Горина А.М. (2013) Брендінг: уч. изд. М: Издательская торговая корпорация «Дашков и К». 182 с.

Фінікова Т.В., Терещука В.І. (2018) Локальні системи управління якістю: світовий досвід та українські практики побудови. К: Таксон. 316 с.

Кремень В.Г. (2016) Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні. К: пед. думка. 448 с.

Покка Арі (2019) Вищий клас. Шкільне управління по-фінськи. 2-ге вид. випр. Харків: Ранок. 160 с.

Rosanov N. N. (2017) Priority value characteristics of the governor's personal brand (on the example of the Smolensk Region). *RUDN Journal of Sociology*. vol. 17. №4. P. 542-554.

Стрига Е.В. (2009) Професійний менталітет майбутніх учителів гуманітарних дисциплін: навч-метод. пос. Одеса: вид. Букаєв В.В. 224 с.

Щеглатов А.А. (2011) Изучение персонального бренда с позиции социального капитала. *Известия Иркутской госуд. экономической академии*. №5. С. 120-123.

## REFERENCES

Andreev V. I. (2013) *Konkurentologiya. Uchebny`j kurs dlya tvorcheskogo razvitiya konkurentno sposobnosti*. Kazan` : Centr i`nnovaczi`jnikh tekhnologi`j, 468 s.

Bogush L.A. (2018). *Zarubi`zhni` koncepczi`yi v konteksti` dosli`dzhuвання проблеми profesi`jnoyi kar`yeri majbutni`kh fakhi`vczi`v*. Nauk. vi`snik Nacz. up-tu bi`oresursi`v i` prirodokoristuvannya Ukrayini: Zb. n. pr. Seri`ya «Pedagogi`ka, psikhologi`ya, fi`losofi`ya. №279. s. 27-32.

Gorina A.M. (2013) *Breeding: uch. izd.* M: Izdatel`skaya trgovaya korporacziya «Dashkov i Ko». 182 s.

Fi`ni`kova T.V., Tereshhuka V.Г. (2018) *Lokal`ni` sistemi upravli`nnya yaki`styu: svi`tovij dosvi`d ta ukrayins`ki` praktiki pobudovi*. K: Takson. 316 s.

Kremen V.G. (2016) *Naczi`onal`na dopovi`d` pro stan i` perspektivi rozvitku osviti`v Ukrayini*. K: ped. Dumka. 448 s.

Pokka Ari` (2019) *Vishnij klas. Shki`l`ne upravli`nnya po-fi`ns`ki*. 2-ge vid. vipr.. Kharki`v: Ranok, 160 s.

Rosanov N. N. (2017) *Priority value characteristics of the governor's personal brand (on the example of the Smolensk Region)*. *RUDN Journal of Sociology*. vol. 17. №4. P. 542-554.

Striga E.V. (2009) *Profesi`jniy mentali`tet majbutni`kh uchiteli`v gumani`tarnikh diszipli`n: navch-metod. pos.* Odesa: vid. Bukayev V.V. 224 s.

Shheglatov A.A. (2011) *Izuchenie personal`nogo brenda s poziczii soczial`nogo kapitala* *Izvestiya Irkutskoj gosud. e`konomicheskoy akademii*. №5. S. 120-123.

### ***Kichuk N. Professional mentality of the specialist: dominance of branding indicators and formative potential of higher education.***

*The problem of qualitative professional training of the future specialist in the process of acquiring by him (her) basic higher education in the conditions of modern higher education is raised. The researchers' attention is focused on the influence of professional mentality, as a qualitative personality and professional trait of students, on his (her) ability to successful self-presentation and creation of a personal brand. The outlined field of scientific search in the context of today's educational realities becomes relevant due to the advanced function of the reputation of the professional's personality. This is a relatively new perspective on the understanding of the age-old problem of quality, in particular, of educational services and in terms of understanding the personal brand of a specialist from the standpoint of social capital.*

*It is ascertained the non-identity of such close concepts as image, reputation, brand. The resources of the educational process of the modern higher school in the formation of creative personality, in particular, of the teacher, which is considered as an essential prerequisite of branding indicators acquisition by the future specialist, are detailed. It is focused on resources in this area of contextual approach and interactive pedagogical technologies. It is argued that the criterion of success of the individual in the process should be considered as leading both in terms of stimulation of career advancement and in the image plane.*

**Key words:** *professional mentality, future specialist, image, reputation, brand, high school.*