

тися різними способами і засобами, які варіюються залежно від зміни соціальної ситуації вибору і значущості компонентів, що входять до її складу. Таким чином, профорієнтація як система може розглядатися у двох площинах: як послідовна і закономірна зміна етапів роботи залежно від етапу становлення професіонала і як певні напрями роботи залежно від практичних завдань або від запиту.

Список використаних джерел

1. Ничкало Н. Г. Неперервна професійна освіта як світова тенденція / Н. Г. Ничкало // Професійна освіта в зарубіжних країнах: порівняльний аналіз. – К. : Вибір, 2002. – С. 345–346.
2. Соломин И. Профорієнтація. Россия. XX век / И. Соломин // Школьный психолог. – 2000. – № 24. – С. 10–15.
3. Иванов И. П. Квалифицированные кадры – основа успеха / И. П. Иванов // Человек и труд. – 1995. – № 4. – С. 107–108.
4. Гудкова А. В. Основы профориентации и профессионального консультирования : учебное пособие / А. В. Гудкова ; под ред. Е. Л. Солдатовой. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2004. – 125 с.
5. Симоненко И. Л. От кадровой политики к управлению персоналом / И. Л. Симоненко // Социологические исследования. – 1994. – № 8–9. – С. 71–79.
6. Климов Е. А. Пути в профессионализм / Е. А. Климов. – М., 2003. – 320 с.
7. Гуревич К. М. Проблемы дифференциальной психологии / К. М. Гуревич. – М. : Изд-во «Институт практической психологии» ; Воронеж : НПО «МОДЭК», 1998. – 384 с.
8. Борисенко М. І. Професійна орієнтація та професійний добір : навчальний посібник / М. І. Борисенко. – Чернігів : Чернігівський державний інститут права, соціальних технологій та праці, 2009. – 204 с.

УДК 331.548

М.І. Борисенко, ст. викладач

Чернігівський національний технологічний університет, м.Чернігів, Україна

НОВІ ПРОФЕСІЇ – НОВІ МОЖЛИВОСТІ

Здійснено огляд нових професій, які з'явилися в Україні та за кордоном, чи з'являться в недалекому майбутньому. Зроблено коротку характеристику деяких з них.

Ключові слова: професійна діяльність, професія, вибір професії, спеціальність.

Проведен обзор новых профессий, которые появились в Украине и за рубежом, или появятся в ближайшем будущем. Дано краткое описание некоторых из них.

Ключевые слова: профессиональная деятельность, профессия, выбор профессии, специальность.

Is carried out the survey of the new professions, which appeared in the Ukraine and abroad, or they, will appear in the near future. Brief description of some of them is given.

Key words: professional activity, profession, the selection of profession, specialty.

Постановка проблеми. Перед сучасною молоддю гостро постає проблема визначення себе у суспільстві, визначення майбутнього трудового шляху, проблема вибору професії. Щоб вибір професії справді був свідомим і вільним, необхідно враховувати принаймні три фактори: інформованість про світ професій, знання своїх особистісних можливостей, уміння співвідносити особисті якості з вимогами, які пред'являють професія і спеціальність до людини.

У цій статті ми розглянемо один із факторів, що впливає на вибір професії, а саме інформованість про світ професій. Нині фахівці налічують у світі більш як 40 000 про-

фесій та спеціальностей. І ця кількість швидко змінюється. Вважається, що протягом 10 років зникає близько 5000 професій і майже стільки ж виникає нових.

В Україні налічується, як вважають фахівці, більше 10 000 професій та видів професійної діяльності. Більшість професій входить до Національного класифікатора професій ДК 003:2005. Хоча мають попит трохи більше, ніж тисяча з них, все одно достатньо важко орієнтуватися у такому величезному світі професій. Тим більше, що мало не щорічно з'являються нові професії і виникають старі, стираються межі між багатьма з них, а деякі, навпаки, постійно розділяються.

Давайте задумаємося над такими питаннями. По-перше, скільки професійних назв робіт, або ж скільки професій ми можемо назвати. Тридцять, сорок, п'ятдесят. По-друге, що ми знаємо про зміст професій, про вимоги професій до людини. Та майже нічого. Щоб знати це, необхідний послідовний неперервний процес сприймання інформації. Головними методами цього процесу є спостереження та спілкування. Можна встановити певну закономірність: чим краще людина орієнтується у світі професій, чим більше вона знає про професії, про вимоги професії до людини, про конкурентність професії на ринку праці, про можливість працевлаштування за професією та про можливість професійного та кар'єрного росту, тим кращим і свідомішим буде вибір професії, тим більше задоволена буде людина своїм вибором.

Мета статті полягає в огляді нових професій, які з'явилися в Україні віднедавна, та у здійсненні короткої характеристики деяких з них.

Виклад основного матеріалу. Поява нових професій та спеціальностей – закономірний процес для сучасного світу. Причиною появи є бурхливий розвиток різних галузей, виникнення нових сфер діяльності, освоєння новітніх технологій. Дуже важливо відчувати необхідність у фахівцях до того, як охочих працювати за цією професією стане дуже багато, щоб вчасно використати ситуацію та освоїти професію. Це принесе певні переваги.

Професії, характеристики яких наведені нижче, є новими і «модними». І хоча назви деяких з них помпезні чи химерні, за назвою можуть приховуватися цікаві і перспективні заняття, які можуть припасти до душі.

Андеррайтер. Оцінює страховий ризик. Його можна назвати страхувальник. Якщо можливість страхового випадку велика, то сума виплати буде невелика, або взагалі людину не застрахують. Професія пов'язана з дуже великою юридичною відповідальністю, потребує ґрунтовних знань, а також життєвого досвіду та вміння швидко орієнтуватися в ситуації.

Девелопер. Спеціалізується на операціях з нерухомістю. Він замовляє проект, купує або орендує земельну ділянку, погоджує підведення всіх комунікацій, будує об'єкт. Робота не для нервових, адже для будівництва необхідно зібрати дуже багато підписів. Як фінансувати будівництво, вирішує також девелопер. Без спеціальної освіти тут не обійтися. Девелоперами працюють фінансисти за фахом. Девелоперу потрібні знання ринку нерухомості, цін, попиту та пропозиції, юридичних тонкощів, вміння грамотно провести рекламну кампанію. Після побудови об'єкта девелопер продає об'єкт, або здає в оренду. Від різниці в ціні залежить його прибуток.

Коуч. Не дарма кажуть: одна голова добре, а дві краще. Долучення коуча до вирішення бізнес-завдань дозволяє збільшити ефективність їх виконання в декілька разів. Це робота для сильних і вольових. Іноді коуча вважають психоаналітиком, але це зо-

всім не так, тому що він вирішує не особистісні, а бізнесові завдання, розкриваючи внутрішній потенціал працівників. Робочий день складається з коуч-сесій, тобто з індивідуальних бесід з клієнтом. У процесі роботи коуч не дає порад, а допомагає самостійно знайти правильне рішення. Коуч повинен мати сильний вольовий характер. Він повинен завжди залишатися емоційно нейтральним щодо клієнта, щоб об'єктивно оцінювати ситуацію.

Мерчендайзер. Мерчендайзер знає як показати товар, щоб неможливо було не подивитися на нього. Мерчендайзер створює та підтримує в торгівельній залі атмосферу комфорту та порядку. Він повинен мати презентабельну зовнішність, комунікабельність, вищу освіту, базові знання з англійської мови, вміння керувати автомобілем. Великі компанії самі для себе готують таких фахівців, а в невеликих фірмах обов'язки мерчендайзера часто виконують оптові продавці товару.

Модератор. Він вивчає попит на товари, аналізує враження споживача від продукції, досліджує дані опитування та подає конкретні пропозиції щодо покращення збуту товарів. Модератор повинен мати такі якості, як впевненість, природну гнучкість, аналітичний склад розуму. Крім того, для модератора необхідні знання англійської мови, комп'ютера. Можна сказати, що модератор стоїть на початку створення іміджу того чи іншого товару.

Рекрутер. Рекрутер працює в агенції з набору персоналу. Він займається пошуком спеціалістів для компаній – замовників. Робота рекрутера складається з пошуків кандидатів та співбесід з ними. На співбесіді він може задавати непрості запитання, а потім вирішує: брати чи не брати претендента на посаду. Під час пошуку кандидатів велике значення мають особисті контакти. Рекрутер повинен мати широкий світогляд і оперувати великим обсягом знань про структуру бізнесу, компаній, бізнес-процеси, ринки, посадові обов'язки. Невід'ємні особистісні характеристики – це комунікабельність, стресостійкість. Для того, щоб досягти успіху, необхідно, щоб кожна співбесіда була унікальною, тобто до кожної людини треба знайти індивідуальний підхід.

Логіст. Обов'язки представника цієї професії нагадують роботу керівника відділу збуту, але логіст має бути ще й грамотним економістом. Він мусить прорахувати, як доставити товар з найменшими втратами і в суворо визначений термін. Він контролює обсяги закупівлі, перевіряє якість продукції, займається страхуванням товару.

Копірайтер. Це людина, яка пише рекламні слогани (девизи, лозунги) та рекламні статті. «Не гальмує – снікерсує!» і тому подібні фрази – це продукт їхньої діяльності. Здавалося робота – «не бий лежачого». Вигадав собі дві-три фрази на місяць, отримав тисячу євро зарплатні і радий життю. Насправді досвідчених копірайтерів з відчуттям мови, стилю і багатою фантазією в Україні не так і багато. Тому попит на людей цієї професії надзвичайно великий. Оплачується вдала робота дуже добре.

Спічрайтер. Ви ніколи не замислювалися, чому наші «без'язикі» політики враз стають красномовними і ллють нам мед на душу з високих трибун? Коли вони встигають написати всі оті промови? На кожного більш-менш високопоставленого чиновника зазвичай працює ціла команда спічрайтерів. Ці фахівці також задіяні в рекламних агентствах, редакціях журналів, відділах маркетингу великих фірм. Спічрайтерами переважно є фахівці з кола журналістів, юристів, психологів, соціологів, істориків. Для цієї роботи дуже важливо вміння швидко обробляти інформацію та складати тексти за будь-яких обставин.

Медіапланер. Регулярно проводить маркетингові дослідження аудиторії телеканалів, періодичних видань, радіостанцій. Під його пильним оком і аудиторія зовнішньої реклами. Цьому фахівцеві знадобиться знання маркетингу, статистики, комп'ютерних програм, іноземних мов. Головне завдання медіапланера – донести до людей ту рекламу, яка їм справді потрібна.

Баєр. Від баєра – стратегічного закупівельника – залежить, якого кольору буде нішня зима. А от у самому магазині розбиратися в гримасах моди допоможе шопер.

Шопер. Він підбере гардероб на замовлення з урахуванням індивідуального смаку клієнта. Хіба він не продавець? Ні, радше художник!

Потреба в названих професіях все більше та більше зростає. Але всім потрібні тільки професіонали. А стати професіоналом дуже складно.

Нині у світі є багато професій потрібних, важливих і цікавих, яким не вчать в університетах. Хтось, закінчивши філософський факультет, знаходить себе у просуванні сайтів, хтось після фізмату стає психологом. Які ж на сьогодні з'явилися нові професії, яким не вчать у ВНЗ?

Тренд-хантер. Абсолютно нова і цікава професія. Тренд-хантери – мисливці за усім новим, їм необхідно бути надзвичайно уважними і чутливими, щоб відстежувати всі нововведення у навколишньому світі, буде це фотографія, музика, мода і взагалі все, що завгодно, лише б це було нове віяння, нове відкриття. Результати своїх відкриттів тренд-хантери добре продають. Спеціалізованих факультетів з навчання цієї професії немає, головне для охочих стати таким професіоналом – вміння креативно мислити і відчувати стиль сьогоднішнього життя.

Тренд-вотчер. Це теж мисливець, тільки у світі споживача. Без тренд-вотчера не обійтися компаніям, що виходять на новий ринок, оскільки їм необхідно знати, що ж приваблює сучасну людину. Наприклад, тренд-вотчер допоможе телевізійному каналу, коли той вирішить повністю змінити формат мовлення. Близький до цієї професії фахівець зі стратегічного планування або маркетингу. У цій професії цінується вміння розуміти потреби сучасного ринку, комунікативність, інтуїція.

Ком'юніті-менеджер. На сьогодні ми не можемо собі уявити життя без Інтернету. А якщо є попит, то і є пропозиція. Тому так актуальна нині професія ком'юніті-менеджера. Ці фахівці є активними учасниками на форумах, блогах і чатах. Задаючи певний хід дискусій, вони аналізують думки аудиторії і розробляють цікаві теми для учасників, тим самим залучаючи нових людей і просуваючи сайт. Також стежать за порядком на сайті і виступають сполучною ланкою між розробником і учасником. Обов'язкове для цієї професії тяжіння до он-лайн спілкування.

Бренд-менеджер. Про професію бренд-менеджера, мабуть, чули усі. Чим займаються фахівці такого широкого спектра? Вони головні у просуванні на ринок будь-якої марки, товару або послуг. Однак у кожній компанії бренд-менеджери займаються різним: хтось продажем, хтось створенням і розміщенням рекламних матеріалів. Знову-таки, бренд-менеджер повинен бути орієнтований на споживача, знати, як споживач відноситься до марки і, виходячи з цього, розробляти нові пропозиції продукту, щоб він краще продавався. Такий фахівець мало того, що повинен непогано розбиратися в потребах ринку, він повинен ще й креативно мислити, щоб успішно просувати бренд.

Гейм-дизайн. "Що наше життя? Гра! "Так, саме так, гра властива людству на клітинному рівні. Ось і нині комп'ютерні ігри міцно увійшли в наше життя. Безпосереднім

їх творцем є гейм-менеджер. Він розробляє гру від початку і до кінця. Придумує ідею, опрацьовує сюжет, персонажів гри, їх монологи та діалоги. Найскладніше завдання гейм-менеджера – управління всім процесом створення гри.

Бізнес-тренери та тренери груп особистісного зростання. Сьогодні психологічні тренінги дуже популярні. Поряд із книгами про те, як стати щасливим і успішним, тренери-психологи допомагають людям добитися успіху у сфері бізнесу і розібратися в собі. Така робота буде цікава тим, для кого пріоритетним є особистісний ріст і бажання допомогти людям. Сучасній людині, схильній до постійного стресу, просто необхідна підтримка, тому так потрібні сьогодні тренінги. А чому б і ні? Адже є, наприклад, лікар-окуліст, тож повинні бути і лікарі наших душ, які допомагають долати страхи і сумніви, часто як в особистому житті, так і в бізнесі нам не вистачає просто впевненості. Для роботи тренером не обов'язково мати психологічну освіту, можна закінчити курси і пройти навчання в інших тренерів. До речі, тренінги коштують недешево, так що така професія принесе гарний прибуток.

Яких тільки професій не буває на світі! У комунальному управлінні з охорони тварин Нью-Йорка є спеціальний службовець, який рятує кішок. Щороку він дає друге життя майже двом тисячам цих домашніх улюбленців. Або мисливець за птахами і тваринами, що втекли в аеропорту Цюриха. Чи дресирувальник качок, який має мотивувати пташок мальовничо прогулюватися навколо готелю. Існують спеціалісти, які цілісний день розбивають тарілки, аби визначити їхню міцність.

У Лондоні в метро працює чоловік, який ліквідує з плакатів різні „прикраси” – домальовані кимось вуса, бороди... При великих універмагах у Чикаго протягом багатьох років існує особлива категорія службовців, таких собі „цапів відбувайлів”. Якщо покупець чимось незадоволений, завідувач секції викликає і шпетить такого клерка, а потім привселюдно заявляє, що звільняє його. Покупець, не сподіваючись на такий поворот подій, проймається співчуттям до бідлахи і просить залишити його на роботі. Коли покупець іде, гордий своєю великодушністю, клерк повертається на робоче місце і чекає наступного виклику.

Та найоригінальнішою, напевно, була діяльність шведки Ельфріди Карлсон, яка вивчила двадцять видів собачого гавкання. Її талант добре оплачувало фінансове управління Стокгольма. Чому? Виявляється, за утримання собаки треба платити податок, а чимало господарів приховують своїх чотириногих вихованців. Карлсон заходила до будинку і починала гавкати. І якщо там жила собака, то у відповідь чувся гавкіт. Тоді Карлсон записувала адресу і породу собаки, а власник отримував повідомлення про необхідність сплатити податок.

Висновки і пропозиції. Проаналізувавши нові професії, які з'явилися на ринку праці зовсім недавно, виявляється, що деякі з них навіть не внесені до національного класифікатора професій. А це означає, що таких професій на офіційному рівні не існує.

Професії, характеристики яких надані, вимагають вищої освіти, потребують знань та досвіду в багатьох сферах.

Професії майбутнього з'являються передусім у таких сферах: інформатика, зв'язок і засоби масової інформації; аналітика комп'ютерних систем, підключення, обслуговування інформативного обладнання, інформатика у засобах інформації, інженерія з'єднання, інформатика та мультимедіа, інженерія технічного сервісу, інженерія і теле-

комунікації. Управління: спеціаліст із фінансово-адміністративних питань, спеціаліст маркетингу і дистрибуції, спеціаліст із навчання та кадрів, спеціаліст організації, планування, розвитку продукції/послуг. Туризм, відпочинок, готельна справа: організатор туристичного обслуговування, менеджер туристичних турів, екскурсолод, повар, офіціант. Охорона навколишнього середовища: інженер охорони навколишнього середовища, спеціаліст аналітики середовища, технік охорони навколишнього середовища. Торівля, страхування: продавець, аквізитор, спеціаліст з митних питань, спеціаліст реклами і продажу, страховий агент, експедитор, інженер транспорту, інформатор пасажирського руху. Будівництво: інженер будівництва, менеджер продукції у будівництві. Охорона здоров'я і соціальна служба: працівник соціальної служби, посередник праці, опікун в інституціях соціальної допомоги. Освіта: це пов'язано з потребою перекваліфікації, отримання другої (чергової) спеціальності. Спостерігається тенденція попиту на тренерів різного роду навчання, консультантів та навчальних методик з використанням інформативно-комунікаційних (e-learning) засобів та Інтернету (webeducation). Біотехнології: це надзвичайно важлива сфера, де якість продукції постійно зростає, розвиток цієї сфери є пріоритетним для Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. *Закатнов Д. О.* Довідник професій / Д. О. Закатнов, Н. В. Жемера, М. П. Тищенко. – К. : Українська книга, 1999. – 312 с.
2. *Клименко О.* Нові професії у сфері державного управління / О. Клименко // Кадровик. Трудове право і управління персоналом. – 2010. – № 10.
3. *Лисенко Л. І.* Ринок праці: Техніка пошуку роботи : навчальний посібник / Л. І. Лисенко, Б. В. Максимов. – К. : Профспілка, 2004. – 320 с.
4. *Мир профессий* : кн. 1-5. – М. : Молодая гвардия, 1985–1989.
5. *Національний класифікатор України.* Класифікатор професій ДК 003:2005 (на заміну ДК 003-95). – Чинний від 01.04.2006 р.
6. *Уніят С.* Вибір професії, або задача з багатьма невідомими / С. Уніят, С. Комінко. – Тернопіль, 1997. – 87 с.

УДК 316.614

М.Є. Лещенко, ст. викладач

Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ ЯК ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА

Розглянуто соціалізацію як процес та результат розвитку особистості. Визначено, що виховання як цілеспрямований процес організації оволодіння соціальним досвідом є складовою процесу соціалізації, а також методом цілеспрямованої соціалізації.

Ключові слова: соціалізація, виховання, особистість, розвиток, інститут соціалізації, соціальний досвід, соціальні норми, суспільні цінності, соціальна адаптація.

Рассмотрено социализацию как процесс и результат развития личности. Показано, что воспитание как целенаправленный процесс организации овладения социальным опытом есть составляющей процесса социализации, а также методом целенаправленной социализации.

Ключевые слова: социализация, воспитание, личность, развитие, институт социализации, социальный опыт, социальные нормы, общественные ценности, социальная адаптация.