

ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ДО КУЛЬТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

УДК 378.14:168.522

*Олександра Велкова, аспірантка кафедри педагогіки та психології
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*

ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ДО КУЛЬТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

У статті на підставі аналізу підходів науковців розкрито зміст ціннісного ставлення майбутніх менеджерів до культури професійної взаємодії як одного із засобів становлення їх комунікативно-ціннісної свідомості. Акцентовано увагу на етапності та механізмах формування ціннісного ставлення. Розкрито засоби формування ціннісного ставлення студентів до культури професійної взаємодії.

Ключові слова: цінності, ціннісне ставлення, ціннісне ставлення до культури професійної взаємодії, майбутні менеджери.

Літ. 11.

*Александра Велкова, аспирантка кафедры педагогики и психологии
Днепропетровского университета имени Альфреда Нобеля*

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНОГО ОТНОШЕНИЯ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ К КУЛЬТУРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

В статье на основании анализа подходов ученых раскрыто содержание ценностного отношения будущих менеджеров к культуре профессионального взаимодействия как одного из средств становления их коммуникативно-ценностного сознания. Акцентируется внимание на этапности и механизмах формирования ценностного отношения. Раскрыты средства формирования ценностного отношения студентов к культуре профессионального взаимодействия.

Ключевые слова: ценности, ценностное отношение, ценностное отношение к культуре профессионального взаимодействия, будущие менеджеры.

*Olexandra Velkova, Postgraduate Student of Education and Psychology Department
Dnipropetrovsk University by A.Nobel*

THE FORMATION OF FUTURE MANAGERS' VALUE ATTITUDE TO THE CULTURE OF PROFESSIONAL INTERACTION

Having analyzed the approaches of different scientists, the author reveals the content of value attitude of future managers to the culture of professional interaction. The value attitude is treated as one of the means that contributes to the formation of managers' communicative and value awareness. Special attention is given to stages and mechanisms of value attitude formation. Those means that can be used for the formation of student value attitude to the culture of professional interaction have been disclosed.

Keywords: values, value attitude, value attitude to the culture of professional interaction, future managers.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Вхідження України у глобальний економічний простір, інтеграція національної економіки із цивілізованою світовою системою господарювання, підвищення конкурентоздатності вітчизняних підприємств й загострення конкуренції між ними, потребують формування кадрового корпусу управлінців нового покоління, які здатні до застосування сучасної філософії управління. Зазначене вище зумовлює необхідність удосконалення системи професійної, зокрема соціально-гуманітарної підготовки майбутніх менеджерів організацій, актуалізує необхідність пошуку ефективних шляхів організації навчання у вищих навчальних

зкладах, які були б максимально спрямовані на забезпечення культури професійної взаємодії майбутніх управлінців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Питанням підготовки майбутніх фахівців до професійної взаємодії присвячено наукові студії Т. Анісімової, О. Бершадської, А. Большакової, Н. Волкова, С. Кожушко, Н. Самоукіної, А. Хараш, Н. Шигонської та ін.

Сучасний науковий дискурс репрезентує широке коло наукових праць, які презентували різні аспекти підготовки майбутніх менеджерів до професійного спілкування й взаємодії у процесі вивчення психолого-педагогічних (О. Гринчук, Л. Карамушка, М. Москальов, Т. Шепеленко), гуманітарних (Н. Замкова, С. Капліна, Г. Сілласте

ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ДО КУЛЬТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

та ін.) та соціально-гуманітарних дисциплін (О. Богданов, В. Волкова, А. Сабіров, Л. Сікорська, В. Федоренко, Г. Червоненко та ін.).

Предметом уваги науковців є різні аспекти соціально-гуманітарної підготовки майбутніх менеджерів: впровадження активних методів навчання (А. Вербицький, О. Коротаєва, О. Мирошникова, Г. Червоненко), ігрових технологій (О. Кунашенко, Дж. Ньюстром, Ж. Яворська), тренінгової підготовки (К. Торн, В. Федорчук) тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проте аналіз різнопланових досліджень показує, що зазначені наукові пошуки лише частково розкривають питання формування ціннісного ставлення майбутніх менеджерів до культури професійної взаємодії.

Метою статті є розкриття підходів до формування ціннісного ставлення майбутніх менеджерів до культури професійної взаємодії у процесі вивчення соціально-гуманітарних дисциплін.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Перш ніж розкрити підходи до формування ціннісного ставлення майбутніх менеджерів до культури професійної взаємодії у процесі вивчення соціально-гуманітарних дисциплін, зупинимо свою увагу на поняттях “цінності”, “ставлення”, “ціннісне ставлення”.

У психолого-педагогічних дослідженнях проблема цінностей як складової особистості й суспільства завжди займала одне з провідних місць. Цінності суб’єкта В. М’ясищев визначив як план особистісних відносин, що здійснюється в суб’єкт-об’єктній взаємодії [10]. На думку В. Тугарінова, цінності – це предмети, явища та їх властивості, які потрібні (необхідні, корисні, приємні тощо) людям певного суспільства або класу і окремій особистості як засіб задоволення потреб та інтересів [11, 11]. Отже, цінності – сукупність реальних предметів і абстрактних ідей, які мають високу значущість для суспільства чи окремої особистості. Вони пов’язані з чуттєво-емоційною й мотиваційно-поведінковою сферами особистості; є основою формування її життєвих пріоритетів, виконують функцію регулятора її соціальної взаємодії з іншими людьми.

Щодо феномену “ставлення”, то О. Бодальов [2], А. Лазурський [8] характеризують його як потенціал психічної реакції людини на будь-який предмет, процес чи фактор дійсності. Ставлення свідчить про суб’єктивність, упередженість людини, вибірковість переваги одних цінностей

над іншими. Показником ставлення є особливості сприйняття дійсності, характер переживань та поведінкових реакцій особистості на зовнішні впливи [8, 124].

Обираючи як об’єкт формування ціннісне ставлення, виходили з поглядів Н. Волкової [6], що саме у ньому виявляється єдність знань, уявлень, переконань, емоцій, ціннісних орієнтацій і дій людини, що забезпечується рефлексією особистісного досвіду, який накопичується у пізнавально-оцінній діяльності.

Дійсно, ціннісне ставлення є ціннісно-сисловою позицією суб’єкта, яка виникає за умови наявності в людини свободи вибору (М. Каган, В. Сластьонін); суб’єктивним відображенням об’єктивної дійсності, що віддзеркалює різноманітні зв’язки людини зі світом, як один з атрибутів соціокультурного існування людини, в якому вона сама виступає носієм ціннісного ставлення до цього світу. Для окремої людини ціннісне ставлення являє собою “сміслову переломлення соціального досвіду індивіда, покладеного в основу системи особистісних смислів”, які, в свою чергу, набувають значущості для самої особистості в процесі її життєдіяльності. Отже, ціннісне ставлення виникає тоді, коли його об’єкти залучаються до того чи іншого виду людської діяльності [3]. І тут важливим є той факт, що чим активніше індивід, тим більше виражається його ціннісне ставлення, яке саме є динамічним, мінливим, воно “регулює вибіркове ставлення до об’єктів і діяльності, визначає відповідність діяльності і об’єктів до потреб особистості, виробляє оцінку імовірного задоволення потреб, створює імпульс до діяльності, відбивається на її темпі, якості і рівні” [9, 256 – 257].

Щодо ціннісного ставлення до формування культури професійної взаємодії майбутніх менеджерів організацій, то воно має виявлятися через зміну їх внутрішньої позиції як основи регуляції особистісної спрямованості; визначатися не суб’єкт-об’єктивними зв’язками, а міжсуб’єктивними відносинами, в яких воно і реалізується [1]. Наявність ціннісного ставлення свідчить про внутрішню готовність студентів до формування культури взаємодії із суб’єктами професійної діяльності, виваженої і доцільної, безпосередньої та опосередкованої взаємодії з колегами, партнерами, клієнтами тощо. Формування ціннісного ставлення відбувається у процесі проживання майбутніми фахівцями певної системи загальнолюдських цінностей, що синтезують професійні цінності й цінності професійної взаємодії як особистісно значущі, а

ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ДО КУЛЬТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

саме гуманізм, культуру мислення, людську гідність, соціальну відповідальність, толерантність, почуття обов'язку, самовизначення, самореалізацію та ін.

Сформоване під час вивчення соціально-гуманітарних дисциплін ціннісне ставлення майбутніх менеджерів до культури професійної взаємодії є одним із засобів становлення їх комунікативно-ціннісної свідомості.

Зупинимо свою увагу на етапності та механізмах формування досліджуваного ставлення.

Враховували погляди А. Кирьякова, який виокремив певні фази орієнтації студентів на цінності майбутньої професії: присвоєння цінностей суспільства (створення ціннісного "образу світу"); оновлення особистості завдяки присвоєнню цінностей (освоєння образу "Я"); прогноз, цілепокладання, проектування професійної діяльності (становлення професійної перспективи) [7]. М. Віленський зупинив свою увагу на таких етапах формування ціннісного ставлення: отримання інформації про цінності; дані про ієрархію і субординацію прийнятих цінностей; трансформація цінностей у мотиви дій; реалізація цінностей у власній поведінці; випробування потреби в нових соціальних цінностях [5, 36]. Названі етапи більш точно визначають послідовність формування ціннісного ставлення: *отримання й усвідомлення інформації* (під час демонстрації студентам об'єктивних і суб'єктивних цінностей, обговорення різного типу проблем, пов'язаних з майбутньою професійною діяльністю, дослідження ситуацій професійного вибору та ін.); *присвоєння осмислених цінностей і становлення мотиваційної сфери* (знання стають переконаннями, надбанням свідомості студентів за умови, що вони впевнені в їх істинності та достовірності. Зазначене вимагає під час оволодіння знаннями акцентувати увагу на переконливості й доказовості суджень); *перехід переконань в дієво-вольову сферу* (розрив між словом і ділом пояснюється саме несформованістю вольової сфери людини, яка знає, як треба чинити, але не здатна діяти відповідно до засвоєних принципів. Погляди і переконання успішно формуються на основі особистісного досвіду, який визначає духовний світ студента, його потреби, почуття і мотиви поведінки та діяльності), *активне і свідоме набуття діяльнично-практичного досвіду*.

Вагомими для нас є погляди Н. Волкової, яка зупиняє увагу на тому, що процес інтеріоризації цінностей базується на таких механізмах: механізм

"сенсоутворення знизу вгору" – спеціально або стихійно організовані різновиди взаємовідносин за умови їх систематичності забезпечують формування стійких мотиваційних утворень; 2) механізм "сенсоутворення зверху вниз" – засвоєння студентом наданих у "готовому вигляді" спонукань, цілей, ідеалів, змісту, які за задумом педагога мають бути сформовані у студента і які він сам має перетворити із зовні сприйнятих на внутрішньо прийняті [6]. Пояснення сенсу спонукань, які формуються, їх співвідношення з іншими полегшує смислову роботу студента і позбавляє його від стихійного пошуку, недоцільних дій, нерідко пов'язаних з безліччю помилок. Формування ціннісного ставлення до культури професійної взаємодії має включати обидва механізми.

Отже, на підставі здійсненого аналізу доходимо таких висновків, що процес формування ціннісного ставлення до культури професійної взаємодії у майбутніх менеджерів має здійснюватися поетапно, і може бути представлений у вигляді такого логічного ланцюжка: демонстрація студентам об'єктивних цінностей культури майбутньої професійної взаємодії → виникнення у студентів особистісних цінностей і смислів (інтеріоризація) → власне життя особистісних цінностей і сенсів в індивідуальній свідомості студента → екстеріоризація особистісних цінностей і сенсів у різних видах професійно-орієнтованої взаємодії. Синергетична сутність процесу формування ціннісного ставлення до культури професійної взаємодії полягає в наявності складної сукупності впливів на нього і необхідності дотримання певних умов, що забезпечують ефективне протікання зазначеного процесу.

Процес формування ціннісного ставлення до професійної взаємодії у майбутніх менеджерів розглядається нами в контексті подієвого підходу, побудованого на основі актуальної і емоційно відкритої спільної діяльності викладача і студентів, що сприяє визнанню власної особистості, майбутньої професії, рівноправного спілкування з оточуючими і вільного самовираження і самореалізації в процесі професійної діяльності [3, 502]. Змістом ціннісного ставлення до культури професійної взаємодії у студентів виступає процес усвідомлення і переживання суб'єктивної значущості як професіонала у професійній діяльності.

"Занурення" у професійну діяльність можливе або в реальному професійному середовищі (менеджерській практиці), або в середовищі, що моделює професійну реальність, де студенти

ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ДО КУЛЬТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

мають можливість відчути себе в ролі майбутніх фахівців. У зв'язку з цим, особливий інтерес для нас являє концепція знаково-контекстного навчання А. Вербицького [4], за якого здійснюється динамічне моделювання предметного і соціального змісту професійної діяльності, забезпечуються умови трансформації навчальної діяльності студента через квазіпрофесійну у професійну діяльність фахівця.

Значну допомогу в моделюванні діалогічних навчальних і виховних стратегій надає концепція "Школи діалогу культур" В. Біблера, який визначає саму культуру як діалог культур, як форму "... одночасного буття й спілкування індивідів різних культур". На наш погляд, чималу роль відіграє організація комунікативно-спрямованого навчання, що передбачає залучення студентів до розмаїття діалогів, полілогів, що дозволяє їм побачити внутрішній світ співбесідника, стати на його місце, подолати соціокультурну стереотипізацію; створити ситуації рівнопартнерства як навчального співробітництва, налагодження S-S стосунків.

Позитивний ефект має включення студентів у вирішення проблемних ситуацій (в основі вирішення особистісно орієнтованих, ціннісно й емоційно насичених проблем), які надають їм можливість здійснити аналіз власних суджень, вийти за рамки власних стереотипів мислення, переосмислити власні думки, виділити з масиву засвоєваних знань інформації власного, особистісного значення; відчути емоційне задоволення від зробленого, радість подолання труднощів; продемонструвати володіння прийомами ораторського мистецтва, грамотного обґрунтування особистої позиції, яскравого й емоційно виразного її доведення; включити студентів в аналіз перешкод, бар'єрів взаємодії, надати їм можливості виявляти й обирати сенси власних комунікативних дій.

Організація роботи з формування ціннісного ставлення до професійної взаємодії у майбутніх менеджерів забезпечується варіативністю пропонуваного викладачем форм групової взаємодії, проведенням ділових та рольових ігор, використанням творчих проєктів, технологій публічного виступу. Зазначені форми спираються на творче, продуктивне мислення, спілкування і дозволяють змінити внутрішню позицію майбутнього менеджера по відношенню до різних аспектів свого "Я" у професійній діяльності, зокрема взаємодії; відчути себе фахівцем професійної взаємодії.

Висновок. Формування ціннісного ставлення майбутніх менеджерів до культури професійної

взаємодії розуміємо як процес особистісний. Він передбачає етапність, базується на відповідних механізмах, реалізується на ціннісно-змістовному, емоційно-моральному рівнях. Забезпечується шляхом трансформації навчальної діяльності студента через квазіпрофесійну у професійну діяльність фахівця; усвідомлення й переживання суб'єктивної значущості як професіонала у професійній діяльності; вирішення особистісно-орієнтованих, ціннісно й емоційно насичених проблемних ситуацій; варіативністю пропонуваного викладачем форм групової взаємодії, проведенням ділових та рольових ігор, використанням творчих проєктів; організації відкритої спільної діяльності викладача і студентів, що сприяє визнанню власної особистості, майбутньої професії, рівноправного спілкування з оточуючими і вільного самовираження і самореалізації в процесі професійно спрямованої взаємодії.

Перспективи подальших досліджень. Як перспективу подальших досліджень вбачаємо оновлення змісту соціально-гуманітарних дисциплін питаннями щодо культури професійної взаємодії майбутніх менеджерів організацій; розробку ситуаційних завдань, рольових ігор з метою формування ціннісного ставлення майбутніх менеджерів до культури професійної взаємодії.

1. Богданова А.И. *Формирование ценностного отношения к толерантности в условиях поликультурной образовательной среды* / А.И. Богданова // *Фундаментальные исследования*. – 2012. – № 9 – 2. – С. 337 – 341.

2. Бодалев А.А. *О взаимосвязи общения и отношения* / А.А. Бодалев // *Вопр. психологии*. – 1994. – №1. – С. 122 – 127.

3. Бырдина О.Г. *Педагогические средства формирования профессионально-ценностного самоотношения студентов педвуза* / О.Г. Бырдина // *Молодой ученый*. – 2013. – №10. – С. 501 – 503.

4. Вербицкий А.А. *Активное обучение в высшей школе: контекстный подход* / А.А. Вербицкий. – М.: Высшая школа, 1991. – 207 с.

5. Виленский М.Я. *Ценностное сознание в структуре профессионально-личностного развития студентов* / М.Я. Виленский // *Педагогическое наследие А.С. Макаренки и современные проблемы социализации, воспитания и развития личности: сб. науч. трудов*. – М.: Наука, 2003. – С. 36 – 39.

6. Волкова Н.П. *Професійно-педагогічна комунікація: теорія, технологія, практика:*

ГЕОГРАФІЧНІ НАЗВИ В АНГЛІЙСЬКИХ ФО

Монографія /Н.П. Волкова. – Д.: Вид-во ДНУ, 2005. – 304 с.

7. Кирьякова А.В. Ориентация личности в мире ценностей / А.В. Кирьякова // Психолого-педагогический журнал. – 1998. – № 4. – С. 37 – 50.

8. Лазурский А.Ф. Избранные труды по общей психологии: Психология общаия экспериментальная /А.Ф. Лазурский. – С.Пб.: Алетейя, 2001. – 288 с.

9. Лозова В.І. Теоретичні основи виховання і навчання: Навч. посіб. / В.І. Лозова, Г.В. Троцько. – 2-е вид., випр. і доп. – Х.: “ОВС”, 2002. – 400 с.

10. Мясичев В.Н. Психология отношений: Избр. психол. тр. /В.Н. Мясичев. – М.: Изд-во Ин-т практ. психол., 1995. – 335 с.

11. Тугаринов В.П. Теория ценностей в марксизме /В.П. Тугаринов. – Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1968. – 356 с.

Стаття надійшла до редакції 02.04.2015

УДК 811.111'373.2

Мар'яна Зубрицька, студентка Інституту іноземних мов
Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

ГЕОГРАФІЧНІ НАЗВИ В АНГЛІЙСЬКИХ ФО

У статті досліджено джерела та шляхи функціонування у мові фразеологічних одиниць з топонімічним компонентом на матеріалі фразеологізмів в англійській мові. Автор постулює, що фразеологічні одиниці з топонімами передають емоційно-естетичне ставлення народу до локальної орієнтації подій.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, топонім, паремія, семантична структура.

Літ. 5.

Марьяна Зубрицкая, студентка Інституту іноземних мов
Дрогобычского государственного педагогического университета имени Ивана Франко

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ НАЗВАНИЯ В АНГЛИЙСКИХ ФЕ

В статье исследованы источники и пути функционирования в языке фразеологических единиц с топонимическим компонентом на материале фразеологизмов в английском языке. Автор постулирует, что фразеологические единицы с топонимами передают эмоционально-эстетическое отношение народа к локальной ориентации событий.

Ключевые слова: фразеологическая единица, топоним, паремия, семантическая структура.

Mariana Zubrytska, Student of Institute of Foreign Languages
Drohobych State Pedagogical University by I. Franko

GEOGRAPHICAL NAMES IN ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS

Sources and ways of functioning in the language of phraseological units with toponimic component in English are studied in the article. The author avers that phraseological units with toponimic components convey the emotional and aesthetic attitude of the people to the local orientation of events.

Keywords: phraseological unit, geographical name, paroemia, semantic structure.

Постановка проблеми. Мова як явище соціальне тісно пов'язана з реаліями та традиціями народу – її носія. Можна, без сумніву, стверджувати, що всі культурні та побутові події в житті суспільства знаходять своє відображення в мові. Одним із аспектів науки про мову, що заслуговує на увагу, є фразеологія.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню фразеологічних одиниць присвячено багато праць українських і зарубіжних авторів (Б. Ажнюк [1], А. Кунін, А. Хорнбі, Н. Шанський, М. Амосова, А. Смирницький, В. Виноградов, О. Бабкін, Г. Бігун, Г. Удовиченко [2]).

Метою даної розвідки є дослідження статусу і функцій географічних назв у фразеологічних одиницях англійської мови. **Об'єктом** дослідження виступають фразеологічні одиниці з географічними назвами англійської мови. **Актуальність** дослідження визначається все більш зростаючою зацікавленістю до вивчення фразеологічних одиниць з топонімічним компонентом, як символічних засобів матеріального та духовного сприйняття світу певним народом.

Виклад основного матеріалу дослідження. На характер власної назви впливає ряд таких факторів, як географічне середовище, культура, релігія народу, соціальне середовище та