

Отримані дані безпосередньо після завершення музико-терапевтичного заняття, характеризуються також поширеною представленістю кольорів. Необхідно відмітити, що різко збільшився вибір оранжевого і червоного кольорів і зменшився зеленого, який відображав спокійний, урівноважений стан.

Отже, музикотерапія є позитивним чинником становлення й розвитку гармонійної особистості через вплив на емоційно-почуттєву сферу, психотерапевтичний і фізіологічний стан учнів

молодшого шкільного віку.

Висновки і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, головними умовами цілеспрямованого використання музикотерапії є розуміння вчителем початкових класів специфіки музичного мистецтва; врахування вікових особливостей молодших школярів; розуміння багатозначності мистецтва, що зумовлює суб'єктивність сприймання.

Література та джерела

1. Артпедагогіка і арттерапія в спеціальному освітньому процесі. Учб. для студ. серед. і висш. пед. учб. заведений / Е.А.Медведева, І.Ю.Левченко, Т.А.Добровольська. – М.: Издат. центр «Академия», 2001. – 248 с.
2. Божович Л.И. Личность и ее формирование в детском возрасте / Лидия Ильинична Божович. – М.: Просвещение, 1968. – 689 с.
3. Завісько Н. Перспективи розвитку музичної терапії в Україні / Завісько Наталя. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Spkho/2009_5/PDF%5CНО-5_2009_p-043-048_Zavisjko.pdf. – Заголовок з екрана. – Мова укр..
4. Зинкевич-Евстигнеева Т.Д. Путь к волшебству. Теория и практика сказкотерапии / Татьяна Дмитриевна Зинкевич-Евстигнеева. – СПб.: «Златоуст», 1998. – 352 с.
5. Мамайчук И. И. Психокоррекционные технологии для детей с проблемами в развитии / И.И.Мамайчук. – СПб.: Речь, 2004. – С. 43-81.
6. Михайличенко О.В. Основи загальної та музичної педагогіки: теорія та історія / О.В.Михайличенко. – Суми: Наука, 2004. – 210 с.
7. Овчарук О.В. Розвиток музично-педагогічної думки в Україні на початку ХХ століття (1905-1925 рр.): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.02 / О.В.Овчарук. – К., 2001. – 20 с.
8. Печерська Е. П. Уроки музики в початкових класах: Навч. посібник / Елла Пилипівна Печерська. – Київ: Либідь, 2001. – 272 с.
9. Психотерапевтическая энциклопедия / Под ред. Б. Д. Карвасарского. – 3-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2006. – 944 с.
10. Ростовський О. Я. Методика викладання музики у початковій школі: Навч.-метод. посібник/ Олександр Якович Ростовський. – 2-е вид., доп. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2001. – 216 с.
11. Сухомлинский В.А. О воспитании / Василий Александрович Сухомлинский. – М.: Политиздат, 1982. – 270 с.
12. Ханзерук Лілія. Психологічна допомога дошкільникам з особливостями психофізичного розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vird/2010_12/23.pdf
13. Чистякова М. И. Психогимнастика / Под ред. М.И.Буянова. – М.: Просвещение, 1990. – 128 с.
14. Штифурак В. С. Виховна робота з важковиховуваними дітьми: навчально-методичний посібник / В. С. Штифурак. – В.: Вінниця, 2003. – 46 с.

В статті обґрунтована актуальність використання музикотерапії з молодшими школярами. Представлена класифікація дітей в відповідності з дисгармонічними проявленнями емоціональних состояній. Охарактеризовані види музикотерапії: рецептивний, активний, інтегративний. Розглянуті правила проведення музикотерапевтичних занять з молодшими школярами.

Ключевые слова: музикотерапія, молодші школяри, емоціональні состоянія.

The authors of the article have grounded the urgency of using the music therapy with junior schoolchildren. Classification of children has been presented in accordance with the disharmonious displays of the emotional states. The types of music therapy have been described: receptive, active, integration.

Keywords: music therapy, junior schoolchildren, emotional states.

УДК 378.03

СОЦІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ КООПЕРАЦІЇ

Стеблюк Світлана Василівна,
м.Мукачево

У статті розкриваються соціологічні особливості формування економічної культури студентів. З'ясовуються окремі питання формування економічної культури та наводяться фрагменти аудиторних та позааудиторних занять, важливі для підготовки майбутніх фахівців сфери кооперації.

Ключові слова: економічна культура, економічні цінності, економічні норми.

Постановка проблеми. На сучасному етапі формуванню економічної культури населення надається велике значення. Це викликано тим, що у суспільстві дедалі більше спостерігається розвиток ринкових відносин, що вимагає від випускників навчальних закладів і, зокрема системи споживчої кооперації, більш глибоких знань з економіки торгівлі, що дасть можливість

сформувати певні економічні цінності. Наявність в нашій країні інституту конкуруючого товарного ринку має забезпечуватися взаємно орієнтованою поведінкою багатьох соціально-професійних груп - комерсантів, підприємців, найманих продавців, адміністраторів ринків, ярмарок, бірж, податкових інспекторів тощо.

Цей процес передбачає виникнення нових практик і норм закупки, розподілу і поставки товару, становлення нових видів торгівлі, розвиток цивілізованої конкуренції, ринкової інфраструктури та ін. Економічні цінності містять переваги відносно таких понять, як "багатство", "гроші", "засоби придбання доходів", а також відносно більш абстрактних категорій, таких як "капіталізм", "соціалізм", "індивідуалізм", "економічна свобода", "рівність" тощо. Розуміння означених понять і сприяє форму-

ванню економічної культури.

Дослідженням питання формування економічної культури займається ряд науковців. Так, А. Дзундза проводить аналіз теоретичних та методологічних засад формування соціо-економічної культури студентів ВНЗ України.

В. Москаленко, О. Мищенко досліджують економічну культуру як чинник її соціальної адаптації. Г. Соколова розглядає економічну культуру як складову системної трансформації суспільства.

Психолого-педагогічну основу формування економічної культури у вищих навчальних закладах становить теорія цілісного навчального процесу (Ю. Бабанський, О. Дубасенюк, В. Євдокимов, І. Зимня та інші); гуманістична парадигма освіти (В. Андрущенко, І. Бех, А. Бойко, О. Бондаревська, С. Гончаренко, В. Гриньова, Н. Дем'яненко, І. Зязюн, В. Мадзігон, Ю. Мальований); дослідження з питань економічного навчання і виховання (В. Брицький, Т. Грищенко, О. Камишанченко, О. Кульчицька та інші).

Мета статті – розкрити соціологічні аспекти формування економічної культури студентів торговельно-економічного коледжу.

У сучасних умовах економічна культура включає в себе ряд важливих соціологічних аспектів. Відтак С. Матвеев, Л. Лясота значну увагу акцентують на поняттях економічна культура, ідеали, економічні ідеали, економічна свобода, економічна честь. Вони зазначають: « Економічні цінності - це загально-прийняті уявлення відносно цілей, яких повинна прагнути людина в економічній діяльності... Економічні норми - загальні шаблони, які регулюють економічну поведінку в певному напрямку. Це система поведінкових очікувань того, як люди мають діяти в економічній сфері»[4].

Людина діятиме в економічному соціумі за певними нормами, якщо у неї сформована економічна культура. М. Лукашевич визначає сутність економічної культури у соціологічному аспекті [3]. Перша полягає в тому, що економічна культура охоплює ті і лише ті цінності, норми, потреби, переваги, що виникають із потреб економіки і впливають (позитивно чи негативно) на неї. Це і ті соціальні норми, що, виникаючи за межами економіки, набувають у ній специфічного значення (наприклад, загальна норма соціальної справедливості в сфері економіки втілюється у принцип оплати за обсягом роботи), і ті, що зароджуються в економіці, виникають із її внутрішніх потреб (наприклад, такі норми, як планування від досягнутого, "план за будь-яку ціну", зрівнялівка).

Друга особливість економічної культури стосується каналів, через які вона впливає на економіку. Специфіка економічної культури полягає в тому, що основним каналом впливу на економіку тут є не будь-яка поведінка, а насамперед - економічна. Крім того, у трансляції економічної культури, у вибравовуванні одних її елементів і впровадженні інших надзвичайно велику роль мають політичні групи влади. Їхнє величезне значення як провідника впливу культури на економіку - особливість саме економічної культури, що відрізняє її, наприклад, від релігійної, естетичної і наукової, де вплив цього апарату менший.

Третя особливість економічної культури полягає в тому, що вона значно більше, ніж, наприклад, естетична чи наукова, орієнтована на управління поведінкою людей. Справді, цінності й норми як елементи економічної культури значною мірою мають організаційну спрямованість - активізувати маси на ті чи інші дії, підвищити їхню віддачу. Усі серйозні зміни в політиці супроводжувалися висуванням відповідних гасел. Гасло - це феномен культури, спрямований на те, щоб виробити в людей соціальні якості, необхідні для вирішення нових завдань. Особливості економічної культури відбиваються на її функціях. Виходячи з концепції загальної культури як соціальної пам'яті суспільства, економічна культура виконує роль соціальної пам'яті суспільства у частині історії економічних відносин [3].

Розглядаючи проблему формування економічної культури соціологія виходить із розуміння ряду понять, які чітко сформульовані в економічній енциклопедії. «Економічна культура спи-

рається на такі соціальні цінності, як справедливість, рівність, повага, престиж, солідарність, згода, злагода, порядок тощо. Економічна культура – це також продукти діяльності соціальних інститутів, які належать до економічної сфери, і продукти функціонування соціальних груп, що входять до соціальної сфери. Цінності і норми культури поділяють на особистісні й інституційні. До особистісних відносять вид занять, роботу, посаду, становище в колективі, соціальні блага, можливість зробити кар'єру, вдосконалитися професійно, наблизитися до керівництва, посісти вигідне місце, володіти власністю приймати рішення тощо. З цими функціональними цінностями пов'язані соціальні якості суб'єктів. Так, для професійно зорієнтованих людей характерна висока цінність праці, її зміст, а люди з пріоритетом споживацьких цінностей надають перевагу заробітку. Економічна соціологія враховує не лише те, що люди здатні створювати і зберігати культуру, а й те що вони можуть знищувати і забувати спадщину інституційний аспект.

Економічна культура охоплює соціальні цінності й норми, що функціонують в економіці, але властиві соціальним інститутам політиці, праву, ідеології, науці, сім'ї, моралі, релігії. Взаємозв'язок інституційного та особистісного аспектів надає економічній культурі відповідної цілісності»[2].

В умовах торговельно-економічного коледжу розуміння економічних цінностей здійснюється на заняттях з дисциплін економічного циклу, позааудиторних заходах, олімпіадах, конференціях тощо. Для прикладу пропонуємо одне із завдань, яке мало місце при проведенні позааудиторного заходу « Інтелектуальний клуб молодого кооператора».

Завдання. Відео запитання – галузь етика бізнесу. Запитання задає приватний підприємець В.Сидор.

Людські особистості наділені цінностями . Дехто навіть вчить, що саме ті цінності, які ми приймаємо, роблять нас тією чи іншою особистістю. І навпаки, без цінностей неможливо навіть уявити людину. Мислителі вважають, що важливими у прийнятті управлінських рішень є два чинники. Один із них – воля, яка керує людиною у досягненні її мети і способу її досягнення. Назвіть другий чинник.

Студенти, обговорюючи запитання, дійшли висновків, що другим чинником є мотив, який не тільки спонукає людину до дії, а й визначає, що потрібно робити і як буде здійснюватись ця дія. Наведемо фрагмент лекції. Тема. Керівництво і лідерство. Етап заняття: пояснення нового матеріалу.

Менеджер — це людина, яка знає, що і як треба робити. Такі якості можна набути, коли людина здібна, бажає і може вдосконалюватися. Але для керівника недостатньо знати, що і як треба робити. Така здібність повинна доповнюватися певними вольовими якостями: твердістю, енергією, наполегливістю, гнучкістю. Воля — це рішення, реалізоване у дії. Знання повинні доповнюватися також мужністю і сміливістю, вмінням, коли треба, піти на значний, але обґрунтований ризик. Наполегливість — це ключ до перемоги. Знання плюс цінності — ось що у поєднанні формує першокласного менеджера.

На виховній годині студентам 1 курсу спеціальності «Товарознавство та комерційна діяльність» нами було запропоновано анкету з питаннями:

що таке економічна культура, чи має вона місце в колі моєї родини, що є для мене економічними цінностями в житті. На останнє запитання студенти відповіли таким чином: економічними цінностями є порядність(36%), чесність (42%), толерантність (22%). Серед інших цінностей називалися: добросовісність конкуренції, людяність, власний імідж тощо.

Отже, у формуванні економічної культури значне місце займають соціологічні аспекти. Культура не може розглядатися без поняття совісті, честі, порядності. Усі ці поняття формуються у майбутніх фахівців сфери кооперації комплексно через навчально-виховний процес, науково-дослідну роботу та інші види позааудиторної діяльності студентів.

У перспективі передбачається розробка моделі формування економічної культури у майбутніх фахівців сфери кооперації.

Література та джерела

1. Дзундза А.І. Аналіз теоретичних та методологічних засад формування соціоекономічної культури студентів ВНЗ України // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки / зб.наук.праць.-Київ-Запоріжжя.-2003.-Вип.27.-420с.
2. Економічна енциклопедія / Відповідальний редактор С.В. Мочерний. — Київ: Видавничий центр «Академія», 2000. — Т. 1. - 863 с.
3. Лукашевич М.П. Соціологія економіки. Підручник. - К.: Каравела, 2005. — 288с.
4. Матвеев С.О., Лясота Л.І. Економічна соціологія. Підручник. - Суми: Університетська книга, 2006. - 184 с.
5. Москаленко В. В. Соціальна психологія.: Підручник. — Київ: Центр навчальної літератури, 2005. — 688с.

В статті розкриваються соціологічні особливості формування економічної культури. Виявляються окремі питання, важливі для дослідження проблеми формування економічної культури. Приводяться фрагменти аудиторських і внеаудиторських занять, важливих в підготовці майбутніх фахівців сфери кооперації.

Ключові слова: економічна культура, економічні цінності, економічні норми.

The article reveals the sociological basis of the formation of economic culture. It also might some issues that are important to study the problems of economic culture. Classroom and extracurricular activities are given as fragments, which are important in training future specialists in the sphere of cooperation.

Keywords: economic culture, economic values, economic norms.

УДК 378.147

ВРАХУВАННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ПЕДАГОГІЧНІЙ ВЗАЄМОДІЇ

Товканець Ганна Василівна,
м.Мукачеве

В статті розглядається міжкультурна комунікація у педагогічній взаємодії як особливий вид діяльності, вплив різних культур на зміст і форми її вираження, особливості спілкування між носіями різних мов і різних культур та врахування їх у навчально-виховному процесі. Розкрито суть комунікаційного процесу, зазначено його роль у формуванні ділової та особистісної взаємодії.

Ключові слова: педагогічна взаємодія, комунікаційний процес, міжкультурна комунікація, особистісна та ділова взаємодія, ділова культура.

У сучасних умовах глобалізації та євроінтеграції, коли країни прагнуть до співробітництва і взаємозбагачення в суспільній, економічній, політичній, культурній, науковій та інших сферах, великого значення набувають міжкультурні зв'язки представників різних держав, що є необхідною передумовою налагодження контактів, досягненням взаєморозуміння та взаємовигоди. У цивілізованому суспільстві мовою спілкування стає мова культури – високої культури суспільної свідомості, загальної культури особистості, культури міжнародного співробітництва, культури суспільства в цілому.

Основним елементом міжособистісних соціально-культурних відносин є комунікація, тобто процес обміну інформацією між двома і більше індивідами (або групами), психологічний процес взаємодії двох і більш людей з приводу повідомленого, де співрозмовники формують інформацію, уточнюють, розвивають, спотворюють, переживають і реагують на повідомлене практично одночасно, корегують свої думки, емоції в залежності від отриманої інформації про безпосередній взаємодії, виражають ставлення до цієї інформації та до людини. Це в повній мірі стосується і педагогічної комунікації.

Філософські аспекти усвідомлення необхідності вирішення питань щодо співвідношення культури та комунікації, їх взаємозв'язку та взаємовплив, дослідження міжкультурних відмінностей були предметом розгляду І.Канта, Ф.Ніцше, П.Сорокіна, І.Фіхте, З.Фройда, Ф.Шляєрмахера, О.Шпенглера соціально-психологічні - Г.Андреевої, С.Г.Тер-Минасової. Цю проблему розробляють у різнопланових працях В.Андрущенко, Н.Висоцька, О.Гриценко, Л.Губерський, І.Дзюба, П.Донець, В.Євтух, Г.Почепцов, Т.Лук'янець та інші.

Зазначимо, що в основі міжособистісної комунікації ле-

жать різні мотиви, цілі і завдання її учасників. Як причини комунікації можуть виступати передача або одержання будь-якої інформації, спонукання партнера до вчинення дій, намір змінити його погляди, прагнення надати емоційну підтримку і т.д. Залежно від цих факторів прийнято виділяти кілька моделей міжособистісної комунікації в педагогічній взаємодії.

1. Лінійна модель, яка розглядає комунікацію як дію, у рамках якої відправник кодує ідеї та почуття у певний вид повідомлення й потім відправляє його одержувачу, використовуючи будь-який канал (мова, письмове повідомлення тощо). Якщо повідомлення досягло одержувача, подолавши різного роду «шуми», або перешкоди, то комунікація вважається успішною. Дана модель привертає увагу до деяких важливих моментів у процесі комунікації. Це - вплив каналу, за яким отримано повідомлення, на реакцію одержувача. Так, визнання в любові при зустрічі віч-на-віч буде сприйнято зовсім інакше, ніж прочитане у листі або почуте по телефону. Також лінійна модель звертає увагу на «шум», перешкоди, які спотворюють повідомлення. До них відносяться як фізичні (людне, шумне приміщення), так і психологічні (вони пов'язані з фізичним або емоційним станом людини, що заважає йому адекватно сприймати повідомлення) перешкоди.

2. Трансакційна модель. Вона є комунікацією як процес одночасного відправлення й одержання повідомлень комунікаторами. Адаже в кожен конкретний момент часу ми здатні отримувати і декодувати повідомлення іншої людини, реагувати на нього, і в той же самий час інша людина отримує наше повідомлення і відповідає на нього. Таким чином, акт комунікації неможливо відокремити від подій, які йому передують і йдуть за ним. Ця модель сприяє комунікації як процесу, у якому люди формують відносини, постійно взаємодіючи один з одним.

3. Інтерактивна, або кругова модель, міжособистісної комунікації. Вона є не просто процесом передачі повідомлення від відправника до одержувача, в ході якого перший кодує, а другий декодує інформацію. Важливим елементом цієї моделі є зворотній зв'язок. Це - реакція одержувача на повідомлення, що виражається у відповідному повідомленні, направленій відправнику. Введення зворотного зв'язку наочно демонструє колоподібний характер комунікації: повідомлення відправника і одержувача міняються місцями [7, с.69].

Кругова модель, подібно лінійній, зображує комунікацію