

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

**Постановка проблеми.** Підвищення ролі комунікації в перетворювальних процесах усіх галузей суспільного розвитку спонукають до активізації процесу формування комунікативної культури майбутніх фахівців. В умовах становлення ринкових відносин торгівля, як одна із важливих складових сфер економіки, набуває все більшого розвитку і масштабів. Сьогодні вимагає від кваліфікованого робітника підприємства торгівлі високої творчої самостійності, умінь знаходити оптимальні методи і засоби вирішення питань шляхом самоосвіти, самоорганізації. Сучасні вимоги роботодавців до професійних якостей працівників підприємств торгівлі досить високі. Для досягнення високого рівня професійної такі принципи професійної поведінки, як з клієнтами, так і з колегами: доброзичливість, толерантність, комунікабельність, культура спілкування, здатність до швидких раціональних рішень, готовність до змін професійних завдань і ситуацій, вміння працювати у команді тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема комунікативної культури та культури спілкування у фахівців різного профілю привертала увагу багатьох дослідників, серед яких О. Бодальов, Б. Ломова, А. Мудрик, М. Обозова, Б. Паригін, О. Леонтєв та ін.

Роль спілкування, засоби комунікативного процесу висвітлено в працях А. Бойко, Г. Ковальова, Л. Кондрашова, Т. Яценко.

Необхідність взаємодії у процесі навчання і виховання відображено в наукових працях Ш. Амонашвілі, С. Гончаренка, В. Кременя, Н. Ничкало, В. Радкевич, В. Лугового.

Водночас мусимо констатувати недостатньо глибоке вивчення проблеми формування комунікативної культури майбутніх кваліфікованих робітників підприємств торгівлі.

**Метою статті** є розгляд та аналіз різних підходів науковців до особливостей формування комунікативної культури, необхідною складо-

вою процесу формування фахової комунікативної культури курсантів військових інститутів у процесі навчання дисциплін гуманітарного циклу.

**Виклад основного матеріалу.** Одним із компонентів комунікативної культури кваліфікованого робітника підприємства торгівлі є культура спілкування.

Спілкування є найважливішим професійним інструментом в різних видах діяльності, що було доведено в дослідженнях Н. Кузьміної, В. Кан-Калика, А. Щербакової та ін.

Різні аспекти проблеми спілкування знайшли висвітлення у психолого-педагогічних і соціальних дослідженнях Б. Ананьєва, А. Барташева, Г. Васяновича, Г. Дегтярьової, О. Киричука, С. Рубінштейна, М. Скиби, В. Сухомлинського, Н. Хворостовської та ін.

До проблем процесу спілкування, у тому числі професійного спілкування, зверталися і звертаються багато вчених. Так, концепцію про діяльнісне розуміння процесу спілкування, його внутрішній та зовнішній зміст висвітлюють у своїх працях О. Бондаренко, О. Леонтєв, Л. Петровська та ін.

Проблему становлення особистості та її розвитку як суб'єкта навчально-виховного процесу й спілкування, його культури розробляли такі вітчизняні вчені, як Г. Балл, Б. Баєв, С. Максименко, Т. Піроженко, О. Раєвський, Г. Чайка, Т. Щербан та ін.

Варто зазначити, що навіть саме трактування поняття спілкування у словниках не має однозначних визначень. Спілкування, як один із найважливіших факторів формування і розвитку людини, розглядається науковцями з різних напрямків: психологічному, педагогічному, філософському, соціальному тощо.

У психологічному словнику за редакцією В. Войтка спілкування визначається як один із універсальних способів вияву групової форми буття людей. У понятті спілкування відобража-

ються суб'єктивні стосунки соціальних відносин індивідів. У процесі спілкування стає можливим виявлення мотивів учасників спільної діяльності, постановка мети, планування, прийняття рішень, досягнення взаєморозуміння при виконанні дій та операцій [10, с. 105].

Педагогічний енциклопедичний словник за редакцією Б. Бім-Бада визначає, що спілкуванням є взаємодія двох або більше людей з метою встановлення і підтримання міжособистісних відносин, досягнення спільного результату діяльності. Розвиток мотивів спілкування відбувається в тісному взаємозв'язку з основними потребами дитини [9, с. 175].

У філософському словнику за редакцією С. Аверинцева феномен спілкування визначено як процес взаємозв'язку і взаємодії суспільних суб'єктів (класів, груп, особистостей), в якому відбувається обмін діяльністю, інформацією, досвідом, здібностями, уміннями і навичками, а також результатами діяльності; одна з необхідних і загальних умов формування та розвитку суспільства і особистості. Воно відображає не тільки суспільну, але й особистісну необхідність індивідів один для одного в процесі суспільного відтворення самої людини з її особистісними здібностями, потребами, цінностями та іншими характеристиками [11, с. 433].

Соціологічний енциклопедичний словник за редакцією Г. Осипова визначає особливості спілкування з точки зору соціології і трактує як обмін діяльністю, навичками, уміннями, досвідом, інформацією, що задовольняє потреби людини в контактах з іншими людьми [2, с. 210].

З вищесказаного можна зазначити, що спілкування – це взаємодія людей, змістом якої є обмін інформацією за допомогою різних засобів комунікації. У процесі спілкування велику роль грає й та інформація, обмін якої відбувається, і самі засоби, які вибирають для встановлення міжособових стосунків учасники комунікації.

О. Леонт'єв визначає спілкування як один із різновидів діяльності. Науковець виділяє таку систему критеріїв, за якими відбувається класифікація видів діяльності спілкування: 1) орієнтованість діяльності спілкування; 2) психологічна динаміка діяльності спілкування; 3) семіотична спеціалізація діяльності спілкування; 4) ступінь опосередкованості діяльності спілкування. За критерієм орієнтованості автор розрізняє такі типи спілкування: особистісно-орієнтоване (модальне та диктальне), предметно-орієнтоване та соціально-орієнтоване [4].

За критерієм психологічної динаміки спілкування автор виділяє можливі зміни в партнера по спілкуванню в когнітивній, ціннісно-мотиваційній, процесуально-діяльнісній сферах.

Я. Коломінський вважає, що спілкування –

спосіб виявлення й актуалізації відносин. При цьому залежно від ситуації спілкування виявлення тих самих або різних взаємин у тієї самої людини чи різних людей помітно відрізняються [3].

Б. Ломов наполягає на тому, що спілкування є процес взаємодії суб'єктів, які вступають у нього як партнери. Науковець виокремлює у спілкуванні три функції: інформаційно-комунікативну, регуляційно-комунікативну і афективно-комунікативну [6]. Інформаційно-комунікативна функція охоплює процеси формування, передавання та прийому інформації, її реалізація має кілька рівнів: на першому здійснюється вирівнювання розбіжностей у вихідній інформованості людей, що вступають у психологічний контакт; другий рівень передбачає передавання інформації та прийняття рішень; третій рівень пов'язаний із прагненням людини зрозуміти інших. Друга функція – регуляційно-комунікативна – полягає в регуляції поведінки. Завдяки спілкуванню людина здійснює регуляцію не лише власної поведінки, а й поведінки інших людей, і реагує на їхні дії, тобто відбувається процес взаємного налагодження дій. За таких умов виявляються феномени, властиві спільній діяльності, зокрема сумісність людей, їх спрацьованість, здійснюються взаємна стимуляція й корекція поведінки. Цю функцію виконують такі феномени, як імітація, навіювання тощо. Третя функція – афективно-комунікативна характеризує емоційну сферу людини, в якій виявляється ставлення індивіда до навколишнього середовища, в тому числі й соціального.

Незважаючи на наявність значної кількості наукових досліджень щодо процесу спілкування, детальнішого дослідження потребує таке питання, як особливості культури спілкування майбутніх кваліфікованих робітників підприємств торгівлі, а також проблема формування комунікативної культури фахівців цієї сфери.

Підготовка молоді до професійної діяльності в умовах сучасних ринкових відносин вимагає активізації навчально-пізнавальних можливостей учнів. Професійно-комунікативна культура майбутнього фахівця підприємства торгівлі передбачає наявність у нього відповідних моральних якостей, здатності до творчості, професійних знань, умінь й навичок, серед яких значне місце належить комунікативним компетенціям, культурі спілкування, здатності до власної мовленнєвої творчості тощо.

Активний обмін інформацією, при якому особливу роль відіграє значущість того або іншого повідомлення, є комунікативною стороною спілкування. Від того, на якому рівні відбуватиметься взаємодія між фахівцем і клієнтом, залежить конкретне вирішення того виду діяльності, елементом якого є спілкуван-

ня. Це означає, що без кваліфікованого рівня володіння культурою спілкування робітник підприємства торгівлі не досягне мети у конкретній справі, не вирішить проблеми конкретного клієнта. Майбутній кваліфікований робітник торгівлі повинен розуміти, що ефективність і результативність його діяльності залежить від взаєморозуміння між ним та клієнтом.

О. Мудрик визначає культуру спілкування як уміння: переносити знання, навички, варіанти вирішення, прийоми спілкування в умови нової комунікативної ситуації, трансформуючи їх відповідно до конкретних умов, знаходити нові рішення для комунікативної ситуації уже відомих ідей, знань, прийомів, навичок, створювати нові способи і прийоми для вирішення конкретної комунікативної ситуації [8, с. 110].

Спілкування між робітником підприємства торгівлі та клієнтом є дуже важливою умовою на шляху досягнення ефективності роботи організації торгівлі. Отже, набуті учнями професійно-технічних навчальних закладів, які готують кваліфікованих робітників для підприємств торгівлі, комунікативні навички повинні відігравати важливу роль в подальшій робітничій діяльності.

Слід зазначити, що становлення культури професійного спілкування кваліфікованого робітника підприємства торгівлі – це тривалий процес, результативність якого виявляється під час самостійної діяльності фахівця. Отже, саме професійне спілкування стає однією з найважливіших проблем у підготовці майбутніх кваліфікованих робітників підприємств торгівлі.

На думку В. Михайлюк, професійне спілкування «відбувається в умовах конкретної діяльності та є її засобом. Воно вбирає в себе особливості цієї діяльності та є її важливою частиною. Професійне спілкування, спираючись на загальні норми, часто має індивідуальний характер і виявляється у способах спілкування, що їх вибирає суб'єкт у певних комунікативних ситуаціях» [7]. Як бачимо, в даному означенні синтезуються поняття ділового та професійного спілкування.

З метою якісної оцінки рівнів сформованості комунікативної культури майбутніх кваліфікованих робітників підприємств торгівлі необхідно визначити структуру та компоненти комунікативної культури.

У своєму дослідженні О. Гаврилюк вирізняє наступні компоненти комунікативної культури: мотиваційний, пізнавально-операційний, емоційно-вольовий, оцінний. Дослідником визначено показники комунікативної культури, до числа яких віднесено: інтереси, потреби, установку на комунікативну діяльність; знання, що розкривають теоретичні засади комунікативної культури; комунікативні вміння та навички;

нестандартність мислення в складних комунікативних ситуаціях; рефлексивність і креативність дій; самостійність дій під час виконання комунікативних завдань; емоційну сприйнятливність; оцінку та самооцінку особливостей комунікативної діяльності [1].

В. Лівенцова виокремлює чотири компоненти культури професійного спілкування менеджера: мотиваційно-ціннісний, перцептивний, комунікативний, інтерактивний. Перший забезпечується системою ціннісних орієнтацій та смислових установок фахівця і визначає спрямованість спілкування. Перцептивний компонент розкриває, передусім, уміння об'єктивно сприймати і правильно розуміти партнерів по спілкуванню, швидко орієнтуватися у професійних ситуаціях. Комунікативний компонент у аналізі професійного спілкування демонструє високу комунікативну культуру, а інтерактивний показує здатність будувати конструктивні відносини з партнерами на основі спільних інтересів [5].

Розглядаючи компоненти культури професійного спілкування менеджера, ми погоджуємося з думкою В. Лівенцової, але така структура розглядає комунікативну культуру в досить вузькому сенсі, вважає її компонентом культури професійного спілкування і практично отожднює з культурою мовлення. На нашу думку, культура спілкування – це здатність використовувати мовні засоби, оптимальні для конкретної ситуації. Таким чином, культура професійного спілкування є складовою комунікативної культури фахівця.

На нашу думку, така структура комунікативної культури не розкриває всіх змістовних сторін комунікативної культури. Вищенаведений перелік компонентів можна доповнити когнітивним компонентом, який передбачає наявність отриманої цілісної професійно спрямованої системи теоретичних знань, спеціальних умінь та практичних навичок; діяльним компонентом, що відображає формування творчих, самостійних умінь і навичок учнів професійно використовувати набуті знання, уміння та навички у практичній діяльності.

Отже, когнітивний компонент – це сукупність професійно важливих та загальнокультурних знань, комунікативних умінь, які характеризують професійну діяльність кваліфікованого робітника підприємства торгівлі, а також складають її теоретичне підґрунтя, забезпечують ціннісне відношення до реалізації особистості в обраній професійній сфері.

**Висновки.** На основі аналізу психолого-педагогічної літератури, практики діяльності професійно-технічних навчальних закладів ми можемо стверджувати, що процес формування комунікативної культури майбутніх інженерів

є складним, тривалим, багатофакторним, цілеспрямованим процесом.

Формування комунікативної культури майбутніх кваліфікованих робітників потребує поглибленого дослідження та запровадження різних форм, методів виховання, педагогічних умов залежно від професійної діяльності фахівців.

Загалом комунікативна культура є багато-

плановим явищем становлення і розвитку контактів між людьми, яка базується не тільки на особистих якостях, рисах характеру, організаторських здібностях, а й формується на основі отриманих знань і вмінь.

**Перспективи подальших досліджень** полягають в удосконаленні методики формування комунікативної культури у майбутніх кваліфікованих робітників підприємств торгівлі.

### Література

1. Гаврилюк О. О. Формування комунікативної культури майбутніх учителів засобами позааудиторної роботи: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Гаврилюк Оксана Олександрівна: Кіровоград. держ. педаг. ун-т імені Володимира Винниченка. – Кіровоград, 2007. – 22с.
2. Енциклопедичний соціологічний словник / [за ред. акад. РАН Г.В. Осипова] – М.: ІСПІРАН, 1995. – С. 357]
3. Коломинский Я. Л. Психология детского коллектива: система личных взаимоотношений / Я. Л. Коломинский. – 2-е изд. доп. и перераб. – Минск : Нар. асвета, 1984. – 239 с.
4. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики / А. Н. Леонтьев. – [4-е изд.]. – М.: Изд-во МГУ, 1981. – 584 с.
5. Лівенцова В. А. Формування культури професійного спілкування у майбутніх менеджерів невиробничої сфери: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Вікторія Анатоліївна Лівенцова: Терноп. держ. пед. ун-т ім. В. Гнатюка. – Тернопіль, 2002. – 20 с.
6. Ломов Б. М. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б. М. Ломов – М., 1984. — 249 с.
7. Михайлюк В. О. Українська мова професійного спілкування: навч. посібник / В. О. Михайлюк – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 496 с.
8. Мудрик О. Основные проблемы и современное состояние психологии отношений человека / О. Мудрик // Психологическая наука. – М., 1960. – С. 110–125.
9. Педагогический энциклопедический словарь / [ред. коллегия: Б. М. Бим-Бад, М. М. Безруких и др.] – М.: Большая Российская энциклопедия, 2003. – 528 с.
10. Психологічний словник / [за ред. В. І. Войтка] – К.: Вища школа, 1996. – С. 48.
11. Философский энциклопедический словарь / [ред. коллегия: С.С. Аверинцев и др.] – 2-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 815с.

### **Циганок О. А. Особливості формування комунікативної культури кваліфікованих робітників сфери торгівлі.**

Стаття присвячена актуальним проблемам вивчення формування комунікативної культури у майбутніх кваліфікованих робітників підприємств торгівлі. Розглянуто компоненти комунікативної культури кваліфікованого робітника підприємства торгівлі, одним із яких є культура спілкування. Значну увагу приділено аналізу особливостей професійного спілкування фахівців цієї галузі.

Проаналізовано результати сучасних досліджень вітчизняних і закордонних науковців, які досліджували цю тематику.

Досліджено сутність комунікативної культури та необхідність формування комунікативної компетентності. Також проаналізовано особливості формування комунікативної культури майбутніх кваліфікованих робітників підприємств торгівлі.

**Ключові слова:** культура, комунікативна культура, культура спілкування, професійне спілкування.

### **Цыганок О. А. Особенности формирования коммуникативной культуры квалифицированных рабочих предприятий торговли.**

Статья посвящена актуальным проблемам изучения формирования коммуникативной культуры у будущих квалифицированных рабочих предприятий торговли. Рассмотрены компоненты коммуникативной культуры квалифицированного рабочего предприятия торговли, одним из которых является культура общения. Значительное внимание уделено анализу особенностей профессионального общения специалистов этой отрасли.

Проанализированы результаты современных исследований отечественных и зарубежных ученых, которые исследовали эту тему.

Исследовано сущность коммуникативной культуры и необходимость формирования коммуникативной компетентности. Также проанализированы особенности формирования коммуникатив-

ной культури будучих кваліфікованих робочих підприємств торгівлі.

**Ключевые слова:** культура, комунікативна культура, культура об'єднання, професійне об'єднання.

### **Tsyganok O. A. Features of formation of communicative culture of the skilled workers of trade enterprises.**

The article is devoted to actual problems of study of formation of communicative culture at the future skilled workers trade enterprises. We consider the components of communicative culture of the skilled manual trade enterprises, one of which is the culture of communication. Considerable attention is paid to the analysis of features of professional communication specialists of the industry.

The results of modern studies of domestic and foreign scientists who have investigated the subject.

The essence of communicative culture and the need for formation of communicative competence. Also analyzes the features of formation of communicative culture of the future skilled workers trade enterprises.

**Key words:** culture, communication culture, the culture of communication, professional communication.

УДК 378.147:744

**Цись Олег Олександрович,**  
асистент кафедри загальнотехнічних дисциплін  
та професійного навчання  
Криворізького педагогічного інституту  
*ДВНЗ «Криворізький національний університет»,  
50086, м. Кривий Ріг, пр. Гагаріна, 54.*

*Криворожский педагогический институт  
ГВУЗ «Криворожский национальный университет»,  
50086, г. Кривой Рог, пр. Гагарина, 54.*

*Kryvyi Rih Pedagogical Institution  
SHEI «Kryvyi Rih National University»,  
50086, Kryvyi Rih, Gagarin Ave., 54*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ «ІНЖЕНЕРНА ГРАФІКА»**

Постановка проблеми. На сьогодні у вищих навчальних закладах України спостерігається стійка тенденція щодо перерозподілу годин навантаження з навчальних дисциплін в бік збільшення самостійної роботи студентів і відповідно – зменшення аудиторного навантаження. Ця тенденція бере початок із часів приєднання України до Болонського процесу і введення кредитно-модульної системи навчання, про що свідчать Закони України «Про освіту», «Про вищу освіту» та інші нормативні документи. Аналіз навчальних планів вищих навчальних закладів показав, що частка аудиторного навантаження з різних дисциплін коливається в межах від 35% до 55% від загальної кількості годин.

Особливо гостро відчувається нестача аудиторних занять на технічних і технологічних напрямках підготовки, адже більшість дисциплін, що там вивчаються, є точні науки прикладного характеру. Якісне вивчення таких дисциплін передбачає активну практичну діяльність студентів під керівництвом викладача. А у разі самостійного опрацювання виникає потреба в

розробці спеціального (адаптованого до специфіки дисципліни) якісного методичного супроводу організації самостійної роботи.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблемі самостійності в навчанні у різних типах закладів освіти присвячено багато педагогічних досліджень. Так, визначенню поняття «самостійна робота» присвячені публікації А. Алексюка, В. Єсіпова, В. Козакова, П. Підкасистого та ряду інших учених. Класифікація самостійної роботи здійснена в працях Г. Асонова, В. Буряка, І. Малкіна, Г. Усової. Форми організації самостійної роботи знайшли відображення в дослідженнях С. Гончаренка, А. Дьоміна, О. Малихіна, П. Олійника.

Графічна підготовка, є однією зі складових багатогранної системи становлення майбутнього вчителя трудового навчання. Значну увагу їй приділено в працях вітчизняних та зарубіжних учених – П. Атутова, В. Буринського, Р. Гуревича, В. Гусєва, В. Мадзігона, В. Сидоренка, В. Шешенка, Д. Тхоржевського, М. Янцура та багатьох інших. Не перебільшеного значення набувають розробки вчених у напрямі підви-