

Бесіди з учителями засвідчили, що вони стали частіше відвідувати бібліотеку, а не тільки з метою вияву літератури з нових технологій і методик навчання та виховання, у них з'явився інтерес до наукових проблем, усвідомлення таких феноменів, як рефлексія, креативність, саморозвиток. Самостійний підбір літератури, свідоме ставлення до педагогічної діяльності – це, на наш погляд, показники розвитку духовних потреб саморозвитку педагога.

Аналіз результатів проведеного дослідження дозволяє зробити висновок про ефективність обраної роботи для підвищення фасилітаційної компетентності педагогів загальноосвітніх шкіл. Але невеликий строк роботи, а також багато інших факторів (пропуски занять, завантаженість учителів тощо) вплинули на динаміку результатів. Крім того, йдеться не лише про вироблення знань, умінь і навичок педагогів, що є лише засобом, а про зміну глибинних настанов, що є прерогативою більш тривалого часу.

Наше подальше дослідження буде спрямовано на експериментальну перевірку ефективності теоретично обґрунтованих організаційно-педагогічних умов виховання почуття власної гідності в молодших підлітків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Липкина А.И. Самооценка и формирование личности школьника // Вопросы психологии. – 1973. – № 12. – С. 68–70.
2. Овчарова Р.В. Практическая психология в начальной школе. – М., 1996. – 339 с.
3. Орлов А.Б. Восхождение к индивидуальности. – М., 1991. – 560 с.
4. Прудченков А.С. Трудное восхождение к себе. – М., 1995. – 140 с.

УДК 371

Устименко О.М.

ЛІНГВІСТИЧНИЙ АУДИТ ЯК СУЧАСНА ТЕХНОЛОГІЯ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ МОВНИХ ПОТРЕБ У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті досліджується проблема комплексного аналізу потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації. Розкриваються шляхи подолання “мовного бар’єра” в мультинаціональних компаніях з перспективою корпоративного навчання іноземних мов. Уточнюється поняття “лінгвістичний аудит”. Розглядається технологія лінгвістичного аудиту як репертуару сучасних методів діагностування мовних потреб персоналу корпорацій у сфері післядипломного навчання іноземних мов. Аналізуються переваги та недоліки лінгвістичного аудиту. Окреслюється перспективність подальших досліджень технології лінгвістичного аудиту.

The problem of the complex analysis of requirements of an intercultural foreign professional communication is investigated in the article. The ways of overcoming “the language barrier” in multinational companies in prospect of corporate training foreign languages is revealed. The notion of the language audit is

specified. The technology of the linguistic auditing as a repertoire of modern methods of diagnosing language needs of personnel of corporations in the sphere of post-diploma studying foreign languages is considered. The advantages and disadvantages of the language audit are analysed. The perspectives of further researches of the technology of the linguistic auditing are outlined.

Сучасне зростання ролі іноземної мови (ІМ) пов’язане з цілою низкою геополітичних чинників, у першу чергу з посиленням інтеграційних процесів світової економіки, злиттям капіталу та інтенсивним розвитком великих мультинаціональних корпорацій. Англійська мова, що вже давно отримала статус мови міжнаціонального спілкування, також здобула ключові позиції у сфері економіки та бізнесу.

Проблема “мовного бар’єра” в мультинаціональних організаціях має різний масштаб для національних компаній англійськомовних та неанглійськомовних країн, оскільки статус англійської як мови міжнаціонального спілкування є конкурентною перевагою для розвитку зовнішньоекономічних зв’язків і бізнесу саме англійськомовних країн. Проте навіть в умовах безперечного лідерства англійської мови не можна нехтувати впливом інших ІМ, тому що використання англійської мови сьогодні не вирішує всіх мовних проблем у зовнішньоекономічній діяльності мультинаціональних корпорацій через багатомовність персоналу цих компаній та інших учасників світового ринку.

Вивчення досвіду мультинаціональних організацій свідчить про різноманітність способів подолання “мовного бар’єра”. До них можна віднести використання мови міжнародного значення (“lingua franca”), вибір однієї з кількох мов як “корпоративної”, створення штучної мови шляхом уведення обмежень у словнику та синтаксисі, “функціональну багатомовність”, “аутсорсінг”, машинний або комп’ютерний переклад, використання “мовних посередників”, вибіркового пошуку персоналу, залучення до роботи співвітчизників для роботи за кордоном, наймання іноземців для роботи в головному офісі, а також корпоративне навчання ІМ. Установлено також, що, долаючи “мовний бар’єр”, мультинаціональні компанії часто використовують відразу кілька способів.

Спостереження за роботою мультинаціональних компаній указує на широке застосування останнього із зазначених способів – корпоративного навчання. Можна назвати дві головні причини поширення корпоративного навчання ІМ сьогодні. По-перше, як уже відзначалося вище, сучасна глобалізація світової економіки вимагає від фахівців умінь ефективно здійснювати міжкультурну іншомовну комунікацію, бути успішним у подоланні “мовних” і “культурних бар’єрів”. По-друге, проблема мовної підготовки фахівців у зовнішньоекономічній сфері є актуальною для нашої країни тому, що існує певний розрив між змістом і вимогами освітніх стандартів підготовки фахівців і суспільним замовленням. Скорочення цього розриву та виконання соціального замовлення є для системи професійної освіти завданням державного значення і вимагає його

модернізації та оптимізації. А поки що скорочення названого розриву шляхом навчання ІМ та міжкультурної комунікації стало одним з першочергових завдань галузевих підприємств, що й спонукало до корпоративного навчання ІМ.

Корпоративне навчання передбачає навчання ІМ для спеціальних цілей фахівців з досвідом роботи, які більш прагматичні щодо власних мовних і міжкультурних потреб в іншомовному професійному спілкуванні, ніж студенти з обмеженим уявленням про сферу їхньої майбутньої діяльності. На сучасному етапі в нашій країні (так само, як і в інших країнах СНД) корпоративне навчання ІМ існує як вид освітніх послуг і є найпопулярнішим напрямом у навчанні ІМ дорослих людей.

Корпоративне навчання ІМ виконує компенсаторну функцію, забезпечуючи українському фахівцю достатній рівень сформованості іншомовної комунікативної та міжкультурної компетенції, необхідний для ефективного іншомовного професійного спілкування. Таким чином, корпоративне навчання ІМ долає протилежність між змістом отриманої мовної підготовки в межах професійної освіти і сучасним соціальним замовленням світової економіки та бізнесу в умовах глобалізації та інтеграції.

У зв'язку з цим ми вважаємо корпоративне навчання ІМ окремим напрямом у методиці навчання ІМ, який сьогодні перебуває у процесі становлення. Таким чином, сформулюємо *поняття “корпоративне навчання”* – це навчання ІМ для спеціальних цілей фахівців із досвідом роботи без відриву від виробництва, яке організоване та фінансується компанією-роботодавцем.

Отже, для оптимізації процесу розробки навчальних програм і курсів навчання ІМ для спеціальних цілей та створення валідної основи формування змісту навчання ІМ, який би повною мірою відповідав потребам певного цільового контексту, необхідна сучасна комплексна діагностика мовних потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації. Це вимагає пошуку нових підходів до вивчення мовних потреб кожного конкретного контексту професійного та ділового середовища.

Проблема діагностики мовних потреб була і раніше предметом наукових досліджень методистів (А. Pilbeam, N. Reeves, С. Wright, М. Hunta, J. Munby, Т. Hutchinson, А. Waters, М. Ellis, С. Johnson, С. Kennedy, R. Bolitho та ін.), але процедура діагностики була спрямована лише на суб'єктів та умови навчання, ігноруючи при цьому власне цільову ситуацію або цільовий контекст еживання ІМ. Тому проблема комплексного дослідження мовних потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації, на наш погляд, знову потребує спеціальної уваги та сучасного вирішення.

Таким комплексним дослідженням є *лінгвістичний аудит (ЛА)* або *language audit* чи *linguistic auditing* (термін Е. Пілбіма). Це цілісна технологія, яка дозволяє повно і всебічно вивчити мовні потреби міжкультурної іншомовної професійної комунікації у сфері післядипломної мовної освіти

персоналу міжнародних організацій і компаній та компетентно сформувати основу для відбору змісту корпоративного навчання ІМ. *Метою* статті є розкриття сутності лінгвістичного аудиту як технології діагностики мовних потреб фахівців, яка забезпечує та гарантує досягнення цілей навчання.

Дослідники, які працюють у галузі навчання ІМ для спеціальних цілей (наприклад, ESP), добре знають, що специфіка розробки програм навчання ІМ для спеціальних цілей полягає в особливому значенні насамперед етапу діагностики мовних потреб, який дає валідну та надійну інформацію про потреби міжкультурної іншомовної професійної комунікації, передбачає збільшення обсягу дослідження та розширення репертуару методів збору й аналізу необхідної інформації та отриманих даних. Оскільки корпоративна програма часто має комбінований характер, тобто може поєднувати такі типи програм, як функціонально-змістовний, ситуативний, тематичний та орієнтований на комунікативні завдання, то потрібна вичерпна інформація про тематичний зміст, функції, ситуації та виробничі комунікативні завдання всіх цільових ситуацій застосування ІМ.

Огляд підходів до відбору змісту навчання ІМ для спеціальних цілей указує, що формування мовного наповнення змісту навчання достатньо вивчено й теоретично обґрунтовано. В умовах корпоративного навчання ІМ спостерігається тенденція до посилення інтересу до позамовного наповнення навчання ІМ. Проте поняття змісту навчання ІМ для професійних цілей має включати як мовний, так і позамовний складники. Оскільки поряд з формуванням і розвитком професійно орієнтованої іншомовної комунікативної компетенції необхідно формувати й розвивати також і міжкультурну компетенцію персоналу, міжкультурний компонент змісту корпоративного навчання є граничним за своєю суттю, що відображено в табл. 1.

Таблиця 1
Зміст корпоративного навчання ІМ

Мовне наповнення змісту навчання		Позамовне наповнення змісту навчання	
Професійно орієнтований мовний компонент	Міжкультурний компонент	Професійний позамовний компонент	

Виходячи з поданого компонентного змісту корпоративного навчання ІМ, пропонуємо вживати термін “потреби міжкультурної іншомовної професійної комунікації”, при цьому зазначимо, що поняття “потреби” включають корпоративні потреби клієнта-замовника (підприємства) та індивідуальні потреби клієнта-споживача (співробітника). У зв'язку з цим ми пропонуємо типологію потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації (див. схему 1).

Таким чином, аналіз міжнародного досвіду проведення ЛА та подальше теоретичне осмислення

ЛА як нового підходу до діагностики мовних потреб дозволило подати ЛА як технологію поетапного дослідження потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації. Ця технологія передбачає:

- певну послідовність трьох етапів дослідження (підготовчого, дослідницького, аналітичного);
- комплекс об'єктів дослідження, який співвідноситься з типологією потреб міжкультурної іншомовної професійної компетенції;
- використання певного набору дослідницьких методів отримання та обробки даних;
- наявність інваріантної частини технології ЛА, яка складається з певного комплексу методів отримання необхідної інформації і даних;
- наявність варіативної частини технології ЛА, яка включає певний набір інструментів дослідження з метою певної адаптації для кожного окремого контексту;
- перелік компетенцій фахівця-користувача технології ЛА.

Отже, ЛА є технологією, оскільки передбачає організацію процесу діагностики мовних потреб, певну систему взаємодії всіх учасників цього процесу, систему науково обґрунтованих послідовних дій, яка забезпечує з високим ступенем гарантованості досягнення поставлених цілей. Іншими словами, можна говорити про ЛА як про систематичне та послідовне втілення на практиці попередньо спроектованого дослідницького процесу діагностики мовних потреб. Власне технологія ЛА подана в табл. 2, в якій етапи ЛА співвідносяться з об'єктами дослідження, методами збору інформації і даних, а також із типологією потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації.

Таблиця 2
Технологія ЛА

Етапи ЛА	Об'єкти дослідження та вивчення	Методи збору інформації і даних
Підготовчий	Цілі та завдання Планування та строки Питання повноважень та конфіденційності Очікування і результати ЛА	Вивчення всієї наявної відкритої інформації про компанію, включаючи друковану продукцію та матеріали Інтернету. Вивчення інформаційно-рекламної продукції компанії. Інтерв'ю з керівництвом компанії
Дослідницький	Корпоративні потреби міжкультурної іншомовної професійної комунікації	

	Потреби компанії в цілому на сьогодні та з урахуванням планів подальшого стратегічного розвитку	Структуровані інтерв'ю з керівництвом. Вивчення внутрішньої документації компанії: стратегічний план розвитку, організація, схема бізнес-процесів
	Потреби структурних підрозділів, відділів або напрямів діяльності	Вивчення внутрішньої документації компанії: функції структурних підрозділів і відділів, внутрішні циркуляри та вказівки. Структуровані інтерв'ю з керівниками відділів. Анкетування керівників відділів. Спостереження за роботою відділів
	Посадові потреби (потреби кожного окремого робочого місця або позиції)	Вивчення внутрішньої документації компанії: посадові інструкції. Анкетування співробітників. Фокус-групи із співробітниками. Спостереження за роботою окремих співробітників
	<i>Індивідуальні потреби персоналу корпорації</i>	
Аналітичний	Мовні	Анкетування співробітників. Тестування мовних знань, мовленнєвих умінь і навичок співробітників. Рольові ігри та симуляції. Тестування міжкультурної компетенції у співробітників. Портфоліо письмової іншомовної професійної комунікації
	Міжкультурні	
	Аналіз отриманої інформації. Рекомендації щодо подолання “мовного бар'єра”. Мовний профіль компанії	Якісний та кількісний аналіз отриманих даних і зібраної інформації. Презентація результатів у вигляді схем, таблиць, графіків за результатами статистичного аналізу. Систематизація отриманих даних й аналітична робота

Пояснимо деякі терміни з табл. 2. Фокус-група (focus group) – це метод опитування неструктурованої групи (від 8 до 12 осіб), де під керівництвом модератора обговорюється конкретне поняття, продукт або концепція. Рекламодавці використовують цей метод на етапі розробки реклами як дослідницький маркетинговий інструмент. Виробники застосовують метод на етапі розробки концепції нового продукту. Опитування групи вимагає певного досвіду та знань з боку модератора, який пропонує тему дискусії, стимулює групу до її обговорення і підтримує групову динаміку. Симуляція (simulation) – це метод вивчення оперативної проблеми за

допомогою моделювання системи або процесу для проведення низки маніпуляцій з метою визначення причинно-наслідкових зв'язків і ступеня їх залежностей.

Отже, спираючись на вищесказане, можна дати визначення поняття ЛА як технології комплексного дослідження потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації з використанням кількісних та якісних методів отримання необхідних даних, результати обробки й аналізу яких становлять основу розробки програм навчання ІМ для спеціальних цілей.

Універсальність технології ЛА дозволяє застосовувати її не лише на різних рівнях (корпоративному, національному, міжнародному), але й у широкому діапазоні людського знання і діяльності. Крім того, ЛА має три головних функції: 1) діагностичну; 2) контролю; 3) планування. На корпоративному рівні ЛА потенційно може реалізувати всі три названі функції.

Інформація про мовні потреби міжкультурної іншомовної професійної комунікації має бути подана в аналітичному звіті за результатами проведення ЛА та включати інформацію про потреби міжкультурної іншомовної професійної комунікації, визначити наявний і необхідний рівень іншомовної комунікативної компетенції, містити рекомендації та пропозиції щодо шляхів ліквідації виявленого розриву, шляхів подолання “мовного бар'єра” як у найближчому майбутньому, так і щодо стратегічного розвитку компанії.

Ключовим результатом ЛА є мовний профіль компанії – документ, в якому описується весь комплекс корпоративних та індивідуальних потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації. Мовний профіль є основою корпоративного навчання ІМ, оскільки забезпечує необхідну і достатню інформацію для формування змісту (його позамовного та мовного компонентів) корпоративного навчання ІМ. Саме мовний профіль становить основу кінцевої програми корпоративного навчання ІМ. Мовний профіль є інструментом підвищення ефективності відбору змісту навчання, оскільки дозволяє зосередити увагу саме на релевантних для цільового контексту темах, функціях, автентичних комунікативних завданнях, мовному матеріалі, що допомагає розробникам навчальних програм диференціювати ключовий і маргінальний мовний матеріал, а також ключові та другорядні компетенції.

Мовний профіль значною мірою сприяє підвищенню рівня інформованості фахівців у галузі навчання ІМ під час міжкультурного іншомовного професійного спілкування. Чітке розуміння цільового контексту відіграє важливу роль як для розробників навчальних програм, так і для практики викладання. Крім того, мовний профіль також є інструментом контролю якості й оцінки ефективності навчання, тобто виконує функцію контролю для керівництва компанії.

Отже, ЛА має низку безперечних переваг: наявність сформованої та описаної технології, яка, з одного боку, має достатню універсальність, а з

другого – володіє високим ступенем адаптивності. Застосування технології ЛА забезпечує валідність і надійність результатів, демонструючи широке охоплення потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації. У результаті використання ЛА виявляються всі можливі шляхи подолання “мовного бар'єра” у професійній та діловій сферах. Важко переоцінити роль ЛА для формування змісту корпоративного навчання ІМ, адже ЛА формує його основу.

Проте можна говорити про три недоліки технології ЛА: 1) висока собівартість дослідження; 2) великі витрати часу на проведення цього дослідження; 3) недостатня увага до вивчення потреб міжкультурної комунікації. Проте технологію ЛА можна вдосконалити, а саме варто дослідити потреби міжкультурної комунікації поряд із потребами іншомовної професійної комунікації та розширити тим самим галузь дослідження, зробивши міжкультурну компетенцію одним з найважливіших об'єктів дослідження. Таке вдосконалення не потребує принципових змін у власне технології ЛА, але вимагає пошуку оптимальних методів виявлення рівня міжкультурної компетенції персоналу.

Таким чином, проблему комплексного дослідження потреб міжкультурної іншомовної професійної комунікації можна вважати вирішеною за допомогою застосування технології ЛА, яка має великий потенціал для вітчизняної державної системи вищої післядипломної професійної освіти, забезпечуючи основу відбору змісту безперервної мовної освіти фахівців та підвищуючи конкурентність українських освітніх послуг вищої школи в галузі навчання професійно орієнтованої ІМ у контексті міжкультурної комунікативної компетенції.

Перспективність подальшого дослідження технології ЛА полягає також у можливості її застосування в розробці програм навчання ІМ на етапі переддипломної підготовки фахівців. Серед інших напрямів подальшого дослідження вважаємо доцільними: розробку інструментів тестування професійно орієнтованої іншомовної комунікативної компетенції, а також інструментів тестування міжкультурної компетенції; розробку та апробацію інструментів для використання під час застосування технології ЛА на національному рівні у сфері професійної освіти; створення навчальних програм з ІМ для спеціальних цілей на основі мовного профілю цільового контексту вживання ІМ та ін.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Ellis M., Johnson C.* Teaching Business English. – Oxford: Oxford University Press, 1995.
2. *Hunta M.* Tool for Planning Language Training. Guide for the Development of Language Education Policies in Europe: From Linguistic Diversity to Plurilingual Education. – Strasbourg: Council of Europe, 2002.
3. *Hutchinson T., Waters A.* English for Specific Purposes: A Learning-Centred Approach. – Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
4. *Kennedy C., Bolitho R.* English for Specific Purposes. – Hemel Hempstead: Phoenix ELT, 1996.
5. *Munby J.* Communicative Syllabus Design. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

6. *Pilbeam A.* The Language Audit. Language Training. – Toronto: Toronto University Press, 1979.

7. *Reeves N, Wright C.* Linguistic Auditing. A Guide to Identifying Foreign Language Communication Needs in Corporations. – Clevedon: Multilingual Matters Ltd, 1996.

УДК 379.821:502/504:613-053.67

Шаповалова Т.Г.

ВАЛЕОЛОГІЧНА ПІДГОТОВКА КЕРІВНИКА ГУРТКА

У статті розглядаються питання використання інтерактивних методів підготовки керівників гуртків до виховання вмінь і навичок здорового способу життя.

В статье рассматриваются вопросы применения интерактивных методов подготовки руководителей кружков по воспитанию умений и навыков здорового способа жизни.

The article describes the questions of adaptation of interactive methods of preparation for hobby group teachers on upbringing the healthy life skills.

Останнім часом інтерес учених-філософів, культурологів, соціологів, психологів, педагогів та медиків до проблеми здоров'я людини значно посилюється [2; 3; 4]. Україна активно сприйняла світові тенденції щодо поліпшення стану здоров'я населення через освіту. Серед найважливіших стратегічних завдань національних програм “Освіта” (Україна ХХІ століття) і “Діти України” було визначено всебічний розвиток людини і становлення її духовного, психічного та фізичного здоров'я. З 1994 року у школах України почалось викладання валеології. Реалізація валеологічних ідей пов'язана з удосконаленням змісту педагогічної освіти відповідно до вимог сьогодення з метою формування валеологічної культури підростаючого покоління, розвитку індивідуальних якостей особистості та професійної підготовки дітей та молоді.

Однак на сьогодні поза увагою дослідників залишилась проблема формування валеологічної культури у процесі становлення особистості підлітка, виявлення чинників педагогічного впливу на цей процес, їх взаємозв'язок; недостатньо висвітлено і розроблено зміст й особливості підготовки вчителів та керівників гуртків, які можуть створити умови для формування здорового способу життя у дітей і підлітків.

На особливу увагу заслуговує позашкільна освіта дітей та підлітків, яка є важливою складовою цілісного процесу виховного впливу на формування гармонійно розвиненої особистості. У період реформування та становлення нашої країни все актуальнішим стає завдання побудови нових відносин між особистістю і суспільством. Позашкільна педагогіка – важлива ланка навчально-виховного процесу для формування валеологічного світогляду школярів [5]. Останнім часом позашкільні навчальні заклади почали перебудовувати навчально-виховну роботу з урахуванням валеологічних проблем сьогодення.

Метою нашого дослідження є теоретичне обґрунтування та перевірка ефективності використання інтерактивних методів підготовки керівників гуртків до виховання вмінь і навичок здорового способу життя у вихованців.

На сьогодні існують програми шкільного інтегрованого курсу з валеології (автори: Т. Бойченко, Н. Вадзюк, В. Мовчанюк, Т. Усатенко, А. Царенко, М. Шабатура) для 1–10 класів; інтегрованого курсу з навчальних предметів “Валеологія” та “Охорона життя і здоров'я учнів” (“Основи безпеки життєдіяльності”) для 1–3 класу (автори: Т. Воронцова, Н. Адамчук, Н. Максимова, В. Пономаренко, С. Страшко); програма гуртка в позашкільних навчальних закладах “Валеологія” (автори: О. Команєва, Ю. Ломака, Л. Чіп, В. Язловецький).

Результати різноманітних досліджень дозволяють стверджувати, що традиційна система освіти більшою мірою зорієнтована на здобуття знань та інформації, а формування життєвих умінь і навичок недостатнє, рівень підготовки дітей до самостійного життя не відповідає сучасним вимогам [1].

Нами була розроблена програма з валеології для позашкільного навчального закладу еколого-натуралістичного профілю відповідно до вимог основних положень Концепції валеологічної освіти й рекомендована як програма з валеології для гуртків еколого-натуралістичного профілю [6].

Ця програма повинна виконувати такі функції:

- надання можливості накопичувати мінімум знань, необхідних для формування підлітком культури здоров'я та створення індивідуальної програми здорового способу життя;
- ліквідація прогалів у базовій освіті підлітків загальноосвітніх шкіл щодо проблем збереження й зміцнення власного здоров'я;
- превентивності поведінки підлітка з урахуванням його вікових особливостей.

Формування здорового способу життя, реалізація програм первинної профілактики, викладання навчальних предметів, пов'язаних з розвитком життєво важливих компетенцій в учнів, потребують використання сучасних навчальних технологій. Однак у наших умовах керівники гуртків, які отримали традиційну підготовку в педагогічних вищих навчальних закладах, не володіють відповідними методиками, що знижує можливості формування валеологічної культури, умінь і навичок здорового способу життя.

Результати наших досліджень засвідчили, що керівники гуртків недостатньо використовують власні можливості через брак практичного досвіду з відповідних технологій валеологічного виховання. Це також пов'язано зі слабкою підготовленістю керівників гуртків щодо впровадження ідей здорового способу життя в навчально-виховний процес позашкільного навчального закладу, з недостатнім використанням педагогами активних форм і методів, інноваційних технологій у роботі з вихованцями.