



УДК 37.018.43:316.77

УПРОВАДЖЕННЯ КОНФЛІКТОЛОГІЧНОГО ТРЕНІНГУ ЯК СПОСОБУ ФОРМУВАННЯ КОНФЛІКТОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ

Титаренко І.І., аспірант
кафедри психології та педагогіки

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

У статті розглянуто особливості впровадження конфліктологічного тренінгу як способу формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю. Обґрунтовано доцільність його проведення за наступними етапами: вступним, етапом актуалізації, закріплення, підсумковим. Виявлено, що проведення даного тренінгу сприяє спрямуванню мотиваційно-ціннісної сфери майбутніх фахівців цієї спеціалізації на конструктивне вирішення конфліктів; здобуттю ними інтегрованих знань у галузі конфліктології; розвитку відповідних умінь; набуттю практичного досвіду розв'язання конфліктів. Наведено методичне забезпечення формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю: робота з афоризмами, аналіз суб'єктивних та об'єктивних причин і складових вирішення конфлікту, доповнення студентами змісту навчального матеріалу, метод кейсів, самостійна розробка та впровадження елементів конфліктологічного тренінгу, обмін досвідом та враженнями, визначення завдань щодо самовдосконалення.

Ключові слова: конфліктологічний тренінг, конфліктологічна компетентність, майбутні фахівці з реклами та зв'язків із громадськістю.

В статье рассмотрены особенности внедрения конфликтологического тренинга как способа формирования конфликтологической компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью. Обоснована целесообразность его проведения на таких этапах: вступительном, этапе актуализации, закрепления, итоговом. Выявлено, что проведение данного тренинга способствует направлению мотивационно-ценностной сферы будущих специалистов этой отрасли на конструктивное решение конфликтов; овладению интегрированными знаниями в области конфликтологии; развитию соответствующих умений; приобретению практического опыта конструктивного разрешения конфликтов. Представлено методическое обеспечение формирования конфликтологической компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью: работа с афоризмами, анализ субъективных и объективных причин и составляющих решения конфликта, дополнение студентами содержания учебного материала, метод кейсов, самостоятельная разработка и внедрение элементов конфликтологического тренинга, обмен опытом и впечатлениями, определение задач по самосовершенствованию.

Ключевые слова: конфликтологический тренинг, конфликтологическая компетентность, будущие специалисты по рекламе и связям с общественностью.

Titarenko I.I. CONDUCTING CONFLICTOLOGICAL TRAINING SESSION AS A METHOD OF DEVELOPING CONFLICTOLOGICAL COMPETENCY OF FUTURE SPECIALISTS IN ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

In the present article the peculiarities of conducting conflictological training session as a method of developing conflictological competency of future specialists in advertising and public relations have been considered. It has been proved that its effectiveness is reached by conducting it at such stages as introduction, actualization, retention and summarising. It has been revealed that conducting the training session promotes directing motivation and values sphere of future specialists in advertising and public relations to constructive conflict resolution; acquiring integrated knowledge on conflictology; developing conflictological skills; acquiring practical experience of constructive conflict resolution. Methodical provision for developing conflictological competency of future specialists in advertising and public relations has been provided: work with aphorisms, analysis of subjective and objective reasons and components of the conflict, enrichment of learning content by students, using the case-studies method, independent development and conducting of conflictological training sessions by students, exchange of experience and impressions, setting tasks for self-improvement.

Key words: conflictological training session, conflictological competency, future specialists in advertising and public relations.

Постановка проблеми. Сформованість конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю є важливою складовою їх загальної професійної компетентності. Доцільно пригадати слова відомого бри-

танського дослідника в сфері PR С. Блека [13], який підкреслював, що завданням цих фахівців є запобігання конфлікту та непорозумінь; гармонізація особистих і суспільних інтересів; встановлення доброзичливих відносин з персоналом, по-



стачальниками та клієнтами. Необхідно зауважити, що посилення вимог до якісної професійної підготовки зазначених вище фахівців у вищих навчальних закладах (далі – ВНЗ) потребує відповідної спрямованості на формування конфліктологічної компетентності. При цьому важливо розробляти та впроваджувати інноваційне навчально-методичне забезпечення цього процесу разом з адаптацією існуючих методів і технологій навчання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі наведено велику кількість методів, котрі доцільно застосовувати в педагогічному процесі ВНЗ із метою підвищення якості професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю. Це, зокрема, комплекси лекцій (інформаційна, лекція проблемного викладу, лекція-візуалізація, лекція із запланованими помилками, лекція-прес-конференція) (Н. Веремйова) [2]; тренінги (Н. Галімулліна, Н. Дементьева) [3; 4]; навчальні дискусії (І. Наджафов) [7]; проекти (І. Осадча, Я. Яненко) [8; 12].

Цінною є думка К. Пашенко щодо необхідності створення умов для переживання майбутнім фахівцем з реклами та зв'язків із громадськістю ситуації вибору серед великої кількості комунікативних завдань (ситуацій), котрі властиві PR-діяльності; професійно-особистісного функціонування майбутнього фахівця в середовищі корпоративної культури; усвідомленого ототожнення власного «Я» з майбутньою професійною діяльністю [9, с. 16].

Варто зосередити увагу на тих способах (методах), метою яких є формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю. Зокрема, можливості проведення конфліктологічного тренінгу в процесі професійної підготовки, на наш погляд, є виченими недостатньо.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення особливостей упровадження конфліктологічного тренінгу як способу формування цього виду компетентності майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю.

Для вирішення поставлених завдань було використано такі методи: вивчення, аналіз і узагальнення науково-педагогічної літератури з метою розкриття основних дефініцій досліджуваної проблеми; педагогічний експеримент щодо визначення ефективності впровадження конфліктологічного тренінгу в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю як способу формування їх конфліктологічної компетентності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поділяємо точку зору дослідника І. Вачкова щодо поліфункціональності тренінгового методу. У дослідженні вченого тренінг розглядається як своєрідний метод дресури, у якому за допомогою маніпулятивних прийомів вибудовується потрібна поведінка учасників; як тренування (*процес*), у результаті якого формуються і відпрацьовуються вміння та навички ефективної поведінки; як форма активного навчання, метою якого є передача знань, а також розвиток умінь та навичок; як *умова* для саморозкриття учасників і самостійного пошуку ними способів вирішення власних психологічних проблем [1, с. 18].

Є. Земан визначив наступні функції тренінгу як методу формування конфліктологічної культури та компетентності:

- 1) розширення діапазону педагогічних засобів вищої школи;
- 2) переведення пасивної форми отримання інформації та знань в інтерактивний режим;
- 3) здобуття студентами більшого обсягу знань за короткий термін;
- 4) здійснення впливу на розвиток професійно важливих якостей, необхідних для управління конфліктом;
- 5) закріплення у студентів теоретичних знань про управління конфліктом в організації на рівні навичок та вмінь [5, с. 60].

І. Матійків акцентує на доцільності застосування в ході тренінгу сучасних методів і технік навчання, зокрема: ментальних карт («Конфлікт – це...»), інтерактивних міні-лекцій, обговорень, проблемних питань та дискусій («Конфлікт – це добре чи погано?»), ділових та рольових ігор на розв'язання конфліктних ситуацій, переглядів і обговорень відео-фрагментів, моделювань проблемних ситуацій тощо [6, с. 11-12].

У процесі педагогічного експерименту, метою якого було формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю, впроваджувався конфліктологічний тренінг у навчально-практичній роботі студентів як метод активного навчання, а також форма проведення практичних занять під час вивчення навчальних дисциплін «Комунікативні стратегії», «Конфліктологія», «Психологія управління та конфліктологія».

Проведення тренінгу відбувалось за наступними етапами:

1. Вступний. Мета – спрямування мотиваційно-ціннісної сфери майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю на конструктивне вирішення конфліктів. Студентам було запропоновано в мікрогрупах



обговорити зміст афоризмів, пов'язаних із поняттям «внутрішній конфлікт», «мотивація (рушійні сили) конфлікту», а саме:

– «Глибоко в нашій свідомості живе не-втамована жага конфлікту.

Ви боретеся не стільки зі мною, скільки з людською природою» (Артур Конан Дойл «Шерлок Холмс: Гра тіней»).

– «Основні теми для конфлікту – це ті, котрим не знайшлося місця у власному мозку» (Сабір Омуров).

– «Якщо є готовність до конфлікту, привід для нього знайдеться завжди» (Ілля Шельвов).

– «Внутрішній світ – початок усіх зовнішніх мирських конфліктів» (Нестор Уваров).

Також на цьому етапі студентів залучали до аналізу суб'єктивних та об'єктивних причин і складових вирішення конфлікту. Під суб'єктивними чинниками розумілись емоції та почуття, які суттєво ускладнюють вирішення проблемних ситуацій. Майбутні фахівці з реклами та зв'язків із громадськістю опановували такий прийом, як вербалізація (промовляння) почуттів під час конфлікту. У його розробці ми спирались на дослідження О. Сгонникової [10] та І. Холковської [11]. Студенти поділялись на дві групи. Члени першої моделювали дії сторін конфліктної ситуації. При цьому за кожним членом групи закріплювався учасник іншої команди, завданням якого була вербалізація почуттів, стану, думок того, кого він дублював. Його репліка супроводжувалась паузою, під час якої «дублер» висловлював почуття та повідомляв про мотиви поведінки цього учасника. Виконавці ролей знаходили спосіб вирішення конфлікту, а згодом обидві групи аналізували його ефективність. Особлива увага приділялась усвідомленню студентами суб'єктивності трактування будь-якої конфліктної ситуації, коли кожний із учасників інтерпретує її з власної точки зору. Таким чином, ця вправа сприяла розвитку здатності майбутніх фахівців розпізнавати мотиви та почуття конфліктуючої сторони, давати їм об'єктивну оцінку.

У процесі експериментальної роботи було також визначено об'єктивні причини конфліктів. Студенти поділялись на групи, кожною з яких було розроблено та проведено ділову гру, присвячену різним типам конфліктів об'єктивного характеру. Інші учасники визначали тип об'єктивних причин конфлікту: невідповідність структури організацій тієї діяльності, якою вони займаються; дисфункціоналізація зв'язків із навколишнім середовищем, між структурними елементами організації, між окре-

мими працівниками; невідповідність рівня працівника вимогам посади.

2. Етап актуалізації. Мета – здобуття майбутніми фахівцями з реклами та зв'язків із громадськістю інтегрованих знань у галузі конфліктології та розвиток конфліктологічних умінь.

Здобуття майбутніми фахівцями з реклами і зв'язків з громадськістю інтегрованих знань відбувалося за допомогою доповнення студентами змісту навчального матеріалу. Останні готували інформаційні повідомлення про конфлікт як галузь спеціалізації 16 наукових дисциплін з метою розуміння складності й специфічності даного концепту, його багатофункціональної структури та різноманіття форм, різних процесів розгортання і протікання конфліктів у всіх сферах людської діяльності. Студенти обговорювали спільне та відмінне в підходах до дослідження конфлікту.

З метою розвитку конфліктологічних умінь майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю використовувався метод кейсів, провідною ідеєю якого є аналіз конфліктних ситуацій. У процесі експериментальної роботи студенти виконували індивідуальні кейси самостійно, без допомоги викладача, а якість виконання завдання оцінювалась за поданими ними письмовими матеріалами. При виконанні групових кейсів студенти мали не тільки підготувати обґрунтоване рішення, а й переконати інших у правильності своїх аргументів. Майбутнім фахівцям з реклами та зв'язків із громадськістю було запропоновано проблемні ситуації для вирішення за допомогою однієї з моделей, розроблених дослідниками Є. Волковою, Н. Гришиною, С. Ємельяною, А. Кармінім, В. Шейновим. Студенти поділялись на мікрогрупи, обирали відповідну модель, вирішували проблемну ситуацію, а потім демонстрували іншим результати. У кінці відбувалось колективне обговорення ефективності тієї чи іншої моделі. Цінність цього методу полягала у комплексному формуванні конфліктологічних умінь (комунікативних, перцептивних, прогностичних, креативних, умінь саморегуляції).

3. Закріплення. Мета – набуття практичного досвіду конструктивного вирішення конфліктів. Студентам було запропоновано самим розробити та впровадити елементи конфліктологічного тренінгу, спеціальні вправи, аутотренінги з метою формування конфліктологічної компетентності. Майбутні фахівці з реклами та зв'язків із громадськістю самостійно підбирали вправи, спрямовані на підвищення мотивації, посилення групової згуртованості. Також



їх завданням було розробити комплекс вправ на розвиток основних якостей, що входять до структури конфліктологічної компетентності.

Відзначимо, що студенти, самостійно розробляючи та проводячи тренінги, зазначали, що це допомогло їм набути необхідний практичний досвід конструктивного вирішення конфліктів – усвідомлювати себе як суб'єкта комунікації та майбутньої професійної діяльності, проектувати конкретну роботу з усунення перешкод у стосунках з іншими людьми: розвинути здатність поводити себе з оточуючими в атмосфері співробітництва та взаємозалежності; одержати інформацію щодо того, як люди сприймають та інтерпретують поведінку один одного; сформувати діагностичні вміння в міжособистісній сфері, а також уміння успішно втручатись у внутрішньогрупові та міжгрупові процеси, аналізувати власну поведінку для посилення ефективності міжособистісних стосунків.

4. Підсумковий. На цьому етапі конфліктологічного тренінгу

обговорювались результати його впровадження, підводились підсумки щодо конструктивних та неконструктивних способів вирішення конфліктів. Студенти по черзі висловлювались, говорили про свої враження, відзначали, які проблеми їм вдалося вирішити в процесі тренінгу, визначали особисті завдання для формування власної конфліктологічної компетентності.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, упровадження конфліктологічного тренінгу як способу формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю сприяло спрямуванню мотиваційно-ціннісної сфери майбутніх фахівців цієї спеціалізації на конструктивне вирішення конфліктів; здобуття ними інтегрованих знань у галузі конфліктології та розвиток конфліктологічних умінь (комунікативних, перцептивних, прогностичних, креативних, умінь саморегуляції); набуття практичного досвіду конструктивного вирішення конфліктів. Особливостями даного тренінгу є чітке дотримання етапів його проведення та застосування сукупності різноманітних методів, прийомів та форм навчально-практичної діяльності на кожному з них.

Перспективами подальших досліджень є вивчення особливостей інших способів формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю, наприклад, конструювання нарративу та проведення форум-театру.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вачков И. Основы технологии группового тренинга: учеб. пособ. / И. Вачков. – М: Изд-во «Ось-89», 1999. – 176 с.
2. Веремьева Н. Педагогические условия личностного роста будущих специалистов по связям с общественностью в процессе их психолого-педагогической подготовки: автореф. дисс. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / Н. Веремьева; Федер. гос. бюджет. образоват. учрежд. высшего проф. образования «Ярославск. гос. пед. ун-т им. К. Д. Ушинского». – Ярославль, 2007. – 23 с.
3. Галимуллина Н. Формирование компетенций бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в рамках дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» [Электронный ресурс] / Н. Галимуллина, О. Коршунова // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ»; Ин-т Гос. управления, права и инновационных технологий (ИГУПИТ) – 2014. – Вып 3. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/160PVN314.pdf> – Название с экрана.
4. Дементьева Н. Тренинговые технологии и их использование в подготовке менеджеров рекл. деятельности / Н. Дементьева // Социальная реклама в системе высшего образования: методические и технологические условия подготовки специалистов: сб. материалов Всерос. межвузов. науч.-практ. конф. – М.: МГУКИ, 2007. – С. 26-30.
5. Земан Е. Тренинг как метод формирования конфликтологической культуры студентов-менеджеров / Е. Земан // Культура народов Причерноморья: наук. журн.; Крымск. науч. центр НАН и МОН Украины, Таврийск. нац. ун-т им. В.В. Вернадского. – Симферополь, 2012. – № 232. – С. 57-60.
6. Матійків І. Роль конфліктологічної компетентності керівника у створенні безпечних психологічних умов праці у педагогічному колективі / І. Матійків // Наук. вісн. Львівськ. держ. ун-ту внутрішніх справ. Сер. психологічна: зб. наук. пр. – Вип. 2(1). – Львів: ЛьвДУВС, 2012. – С. 434-443.
7. Наджафов И. Учебная дискуссия как средство формирования профессиональной компетентности будущих специалистов по связям с общественностью: На материале английского языка: автореф. дисс. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / И. Наджафов; Курск. гос. ун-т. – Курск, 2006. – 23 с.
8. Осадчая И. Формирование проектной компетентности будущих специалистов по связям с общественностью: автореф. дисс. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / И. Осадчая; Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. – СПб, 2012. – 22 с.
9. Пашенко К. Профессионально-личностная технология формирования корпоративных ценностей специалиста по связям с общественностью: автореф. дисс. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / К. Пашенко; Воронежск. гос. техн. ун-т. – Воронеж, 2006. – 23 с.
10. Сгонникова Е. Развитие конфликтологической компетентности будущих учителей: дисс. ... канд. пед.



наук: спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / Е. Сгонникова. – Шадринск, 2010. – 198 с.

11. Холковская И. Приемы конфликтологической подготовки будущих учителей [Электронный ресурс] / И. Холковская // Социосфера: журн. – 2013. – № 4. – Режим доступа: http://www.sociosphere.com/publication/journal/2013/3085/priemy_konfliktologicheskoy_podgotovki_buduwih_uchitelej/ – Название с экрана.

12. Яненко Я. Мультимедійний творчий проект як технологія навчання майбутніх фахівців у галузі мас-медіа [Електронний ресурс] / Я. Яненко // Інформаційні технології і засоби навчання: електрон. наук. фахове видання. – Т. 44. – № 6. – К.: Інститут інформаційних технологій і засобів навчання, 2014. – С. 134–140. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/43176> – Назва з екрану.

13. Black S. (1993). The Essentials of Public Relations. London: Kogan Page.

УДК 373.21:004(07)

ПРОБЛЕМА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ КОМП'ЮТЕРНИМИ ІГРАМИ ТА ДИТЯЧОЮ АГРЕСИВНІСТЮ

Чекан О.І., к. пед. н.,
старший викладач кафедри теорії та методики дошкільної освіти
Мукачівський державний університет

У статті проаналізовано проблему взаємозв'язку між комп'ютерними іграми та дитячою агресивністю. Здійснено спробу довести, що комп'ютерні технології можуть залучатись в освітній процес дошкільної установи не лише в якості навчального забезпечення, а і як засоби вирішення проблеми дитячої агресивності. Також проаналізовано складові комп'ютерно-ігрового комплексу, який має функціонувати у дошкільних закладах. Подано аналіз комп'ютерних ігор, котрі провокують дитячу агресивність.

Ключові слова: комп'ютерні ігри, дитяча агресивність, дошкільна установа.

В статье проанализирована проблема взаимосвязи между компьютерными играми и детской агрессивностью. Предпринята попытка доказать, что компьютерные технологии могут привлекаться в образовательный процесс дошкольного учреждения не только в качестве учебного обеспечения, но и как средства решения проблемы детской агрессивности. Также проанализированы составляющие компьютерно-игрового комплекса, который должен функционировать в дошкольных учреждениях. Представлен анализ компьютерных игр, которые провоцируют детскую агрессивность.

Ключевые слова: компьютерные игры, детская агрессивность, дошкольное учреждение.

Chekan O.I. PROBLEM RELATIONSHIP BETWEEN COMPUTER GAMES AND CHILDREN'S AGGRESSION

The article analyzes the problem of the relationship between computer games and children's aggressiveness. An attempt was made to show that computer technology can be involved in the educational process of preschool institutions, not only as an educational software, but also as a means of solving the problem of child aggression. components of computer-game complex also analyzed which should function in preschool. The analysis of computer games that encourage children's aggressiveness.

Key words: computer games, children's aggression, preschool.

Постановка проблеми. Сьогодні вже нікого не здивуєш комп'ютером удома. Вони непомітно увійшли в наше повсякденне життя і поступово посіли в ньому важливе місце. Майже для кожного виду людської діяльності комп'ютер є невід'ємним інструментом, важливим джерелом інформації, зокрема за допомогою мережі Інтернет. Також це досить популярне джерело розваг – через ігри та віртуальне спілкування.

Проте дедалі частіше науковці б'ють на сполох – комп'ютер може становити загрозу для людського організму, впливаючи не лише на фізичний, а й на психологічний стан людини. Це особливо стосується

дітей, зокрема дошкільного віку. У Законі України «Про освіту» відзначається, що метою освіти є всебічний розвиток особистості як найвищої цінності суспільства, розвиток її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей, формування громадян, здатних до свідомого суспільного вибору, збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу, підвищення освітнього рівня, забезпечення народного господарства кваліфікованими фахівцями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом багато педагогів пов'язують питання оптимізації процесу