

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архіпова Є. О. Критичне мислення як необхідна складова розумової діяльності людини в межах сучасного інформаційного суспільства / Є. О. Архіпова, О. В. Ковалевська // Гуманітарний часопис. – 2012. – № 2. – С. 34–38.
2. Ганаба С. «Навчати мисленню»: епістемологічний проект Метью Ліпмана [Електронний ресурс] / С. Ганаба. – Режим доступу : file:///C:/Users/Aliona/Desktop/Стаття%20Крит.мисл/Vird_2013_29_3.pdf. – Назва з екрана.
3. Головська І. Г. Упровадження стратегії розвитку критичного мислення на уроках англійської мови / І. Г. Головська, І. Р. Талабішка // Наука і освіта. – 2014. – № 2. – С. 72–77.
4. Концепція «Нова школа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mon.gov.ua/Новини%202016/08/21/2016-08-17-3-.pdf>. – Назва з екрана.
5. Кроуфорд А. Технології розвитку критичного мислення учнів / А. Кроуфорд, В. Саул, С. Метьюз, Д. Макінстер ; наук. ред. та передм. О. І. Пометун. – К. : Плеяди, 2006. – 220 с.
6. Критичне мислення: ключові характеристики та вправи для його розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://etwinning.com.ua/content/files/659841.pdf>. – Назва з екрана.
7. Методика розвитку критичного мислення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org>. – Назва з екрана.
8. Проект Закону України «Про освіту» № 3491-д від 04.04.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mon.gov.ua/activity/education/zagalna-serednya/gromadske-obgovorennya-zakonoproektu>. – Назва з екрана.
9. Терно С. О. Теорія розвитку критичного мислення (на прикладі навчання історії) : [посібник для вчителя] / С. О. Терно. – Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2011. – 105 с.
10. Тягло О. В. Критичне мислення : навчальний посібник / О. В. Тягло. – Х. : Основа, 2008. – 192 с.

Дата надходження до редакції: 01.11.2016 р.

УДК 659.1-027.512:005.336.2

Ірина ТІТАРЕНКО,
аспірант Національного університету
«Києво-Могилянська академія»,
магістр менеджменту організацій та адміністрування,
викладач вищої школи

ДІАГНОСТИКА РІВНІВ СФОРМОВАНOSTІ КОНФЛІКТОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

У статті розкрито загальні положення організації і проведення констатувального етапу педагогічного експерименту з перевірки ефективності педагогічних умов формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю в процесі професійної підготовки, до яких віднесено уточнення критеріїв і показників рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю, а також аналіз констатувальних замірів рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.

Ключові слова: конфліктологічна компетентність, рівні сформованості конфліктологічної компетентності, фахівці із реклами та зв'язків з громадськістю.

В статье раскрыты общие положения организации и проведения констатирующего этапа педагогического эксперимента по проверке эффективности педагогических условий формирования конфликтологической компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью в процессе профессиональной подготовки, к которым отнесены уточнение критериев и показателей уровней сформированности конфликтологической компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью, а также анализ констатирующих замеров уровней сформированности конфликтологической компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Ключевые слова: конфликтологическая компетентность, уровни сформированности конфликтологической компетентности, специалисты по рекламе и связям с общественностью.

The research paper deals with the main points of the organization and conduct of the pedagogical experiment ascertaining phase to test the effectiveness of pedagogical conditions of forming conflictological competence of future specialists in advertising and public relations in the process of professional training, which include specifying criteria and indicators of the maturity levels of conflictological competence of future specialists in advertising and public relations; analysis of ascertaining measuring the maturity levels of conflictological competence of future specialists in advertising and public relations. It is stated that the formation of conflictological competences of future specialists in advertising and public relations can be effectively implemented provided implementation of pedagogical conditions, which testing has become the basis of pedagogical experiment. Based on psychological and pedagogical sources on the research subject, the maturity levels of conflictological competence of future specialists in advertising and public relations are identified and substantially characterized, namely: high, medium and low maturity levels. The maturity levels of conflictological competence of future specialists in advertising and public relations are determined by using the cognitive and practical criterion and the motivational and value criterion. A general analysis of the results of the pedagogical experiment ascertaining phase was carried out, which showed insufficient maturity level of conflictological competence of future specialists in advertising and public relations by a number of criteria both in control and experimental groups.

Key words: *conflictological competence; maturity levels of conflictological competence; specialists in advertising and public relations.*

Постановка проблеми. Динаміка процесів модернізації освіти в Україні актуалізує дослідження проблеми формування конфліктологічної компетентності сучасного фахівця на етапі здобуття професійної освіти. Особливо нагальним є пошук підходів до розв'язання цієї проблеми в студентів тих напрямів, де набуття конфліктологічної компетентності є першорядним у освітньо-професійній програмі підготовки фахівця. Так, розуміння конфлікту як природного явища, ціннісне ставлення до міжособистісних стосунків, подолання розбіжностей та непорозумінь у спільному пошуку рішення зумовили необхідність дослідження формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю як педагогічної проблеми.

У зв'язку з цим нагальним питанням є визначення рівня сформованості конфліктологічної компетентності як однієї з основних компетентностей, що формується у майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю під час професійної підготовки.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Значущим у дослідженні питання компетентності майбутніх фахівців є досвід Є. Барбіна, С. Вітвицької, О. Дубасенюк, Н. Кузьміна, А. Маркова, В. Маслова, О. Пехоти та інших. Тенденції розвитку та реформування сучасної професійної освіти в контексті формування конфліктологічної

компетентності досліджують А. Анцупов, С. Баникіна, Є. Богданов, В. Зазикін, І. Козич, Н. Москвіна, Н. Мухаметова, Л. Петровська, Н. Самсонова, Б. Хасан, Л. Цой та ін. У наукових працях В. Андрєєва, А. Анцупова, А. Гірника, Н. Гришиної, С. Ємельянова, В. Зазикіна, Л. Козер, А. Шипілова, М. Цюрупи відображено проблеми, присвячені конфліктам та конфліктним ситуаціям. Вагомий внесок у дослідження мотивів конфліктної поведінки людей здійснили Л. Долинська, В. Лобанов, Л. Матяш-Заяц, Д. Романов, О. Тучина, Т. Шапошникова та ін. [1-3; 5-7].

Однак у сучасній літературі проблема діагностики конфліктологічної компетентності в майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю висвітлена недостатньо повно. Зважаючи на це, метою статті є визначення рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.

Відповідно до поставленої мети нами були сформульовані основні завдання: уточнити критерії і показники рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю; проаналізувати констатувальні заміри рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.

Виклад основного матеріалу. Формування конфліктологічної компетентностей майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю може ефективно реалізуватися завдяки впровадженню педагогічних умов, перевірка яких стала основою проведення педагогічного експерименту. Загалом педагогічний експеримент охоплював такі етапи науково-педагогічного пошуку: констатувальний, формувальний, контрольний.

На констатувальному етапі педагогічного експерименту було уточнено критерії і показники рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю, підбрано діагностичний інструментарій, проведено констатувальні заміри рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю; проаналізовано результати. На формувальному етапі зrealізовано теоретично обґрунтовані педагогічні умови формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю в процесі професійної підготовки. На контрольному етапі проаналізовано результати сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю, перевірено ефективність педагогічних умов.

На всіх етапах педагогічного експерименту застосовувалися як авторські методи дослідження, так і ті, що представлені в психолого-педагогічній літературі:

1. *Спостереження* за процесами, що відбуваються в студентській групі (міжособистісні стосунки, згуртованість колективу, конфліктні ситуації, механізмами висунення лідерів тощо).

2. *Самоаналіз та самооцінювання.* Використання аналізу SWOT – визначення студентами власних сильних (Strengths) та слабких (Weaknesses) сторін, можливостей (Opportunities)

та загроз (Threats), тобто внутрішніх і зовнішніх факторів, що сприяють або утруднюють вирішення конфліктів. Заповнення карт-схем щодо аналізу власної реакції на конфліктні ситуації, оцінювання ефективності використання стилів розв'язання конфліктів.

3. *Опитування* майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю з метою з'ясування розуміння ними значущості формування конфліктологічної компетентності в процесі професійної підготовки з метою успішного здійснення професійної діяльності; виявлення того, що повинен знати та вміти майбутній фахівець із реклами та зв'язків з громадськістю для конструктивного вирішення конфліктів.

4. *Анкетування* для виявлення конфліктогенних ситуацій, а також визначення мотивів, ціннісних орієнтацій студентів в умовах конфлікту.

5. *Соціометричні та референтометричні методи* з метою вивчення психологічної взаємодії студентів у групі, виявлення неформальних лідерів, визначення соціально-психологічного клімату в колективі.

6. *Використання тестів* із метою виявлення рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю, зокрема «Патохарактерологічного діагностичного опитувальника» А. Личка; «Оцінювальної шкали стресових подій Холмса-Пейджа» (The Holmes and Rahe Stress Inventory); «Методики діагностики перешкод у встановленні емоційних контактів у діловому та міжособистісному спілкуванні», «Методики діагностики рівня емпатичних здібностей» В. Бойка; «Тесту опису поведінки в конфліктній ситуації» К. Томаса (Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument), адаптованого Н. Гришиною; «Діагностики міжособистісних стосунків» Т. Лірі (Leary's Interpersonal Behaviour Circle, Interpersonal Circumplex); «Шкали соціального самоконтролю» М. Снайдера (Self Monitoring Scale); проєктивного тесту «Ділові ситуації» Н. Хитрової; тестів «Оцінювання рівня конфліктності особистості», «Стиль вирішення конфліктів», «Визначення поведінки в умовах конфлікту», представлених Д. Райгородським.

7. *Метод картографії* Х. Корнеліуса (H. Cornelius) та Ш. Фейра (S. Faire) для аналізу сутності конфлікту, його основної проблеми, збору інформації про учасників конфлікту та визначення стійкості їх конфліктологічної позиції.

8. *Активні та ситуативні методи* роботи зі студентами (діагностичні й навчальні вправи, рольові та ділові ігри, групові дискусії та дебати, «мозкові штурми», аналіз проблемних ситуацій) із метою виявлення рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю у змодельованій професійній діяльності.

9. *Контент-аналіз* змісту студентських навчальних і творчих завдань, есе, портфоліо з метою узагальнення набутого досвіду з конструктивного вирішення конфлікту, визначення стійкості конфліктологічної позиції.

10. *Методи математичної статистики* (критерій Стюдента) для обробки одержаних кількісних даних та визначення їх вірогідності.

Під час проведення експерименту було створено експериментальну студентську групу, в якій організовано цілеспрямовану й системну роботу щодо формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю, а також контрольну групу, в якій реалізація означених педагогічних умов не здійснювалася, а формування конфліктологічної компетентності відбувалося за традиційної організації педагогічного процесу згідно з навчальними програмами та планами. До початку експерименту у представлених групах суттєвих відмінностей не виявлено, вони мали подібні вихідні параметри: умови навчання, кількісний склад, соціальні ознаки.

До критеріїв і показників рівнів сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю віднесено такі: мотиваційно-ціннісний – спрямованість на конструктивне вирішення конфлікту; когнітивно-практичний – знання та вміння, необхідні для якісного здійснення професійної діяльності в умовах конфлікту; контрольнорегувальний – стійка конфліктологічна позиція.

Для реалізації завдань дослідження важливо виокремити та охарактеризувати рівні сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.

Аналіз психолого-педагогічних джерел виявив низку характеристик рівнів сформованості конфліктологічної компетентності. Так, І. Козич [4] виокремлює такі: інтуїтивний – пошук шляхів вирішення конфліктних ситуацій за допомогою систематичних проб і помилок (студенти діють неусвідомлено); репродуктивний – робота студентів за підказкою та алгоритмами; творчорепродуктивний – вибір адекватних засобів та прийомів відповідно до конфліктної ситуації; творчий – пошук нових методик, засобів, прийомів, інструментування.

Теоретично значущим для нашого дослідження є висновки С. Романова [9], який визначив такі рівні сформованості конфліктологічної компетентності: оптимальний (високий) – вибір стратегії поведінки в конфліктній ситуації залежно від умов протікання конфлікту або навіть зміна стратегії в процесі конфліктної взаємодії; формальний (середній) – вибір стратегії поведінки в конфліктній ситуації за «шаблоном»; імпульсивний (низький) – вибір стратегії поведінки в конфліктній ситуації неусвідомлено, спираючись більше на емоції, ніж на раціональність та зваженість.

Як засвідчує аналіз наукових джерел, більшість дослідників дотримуються позиції наведених вище класифікацій та характеристик рівнів сформованості конфліктологічної компетентності, які, крім того, представлено в дослідженні Н. Мухаметової [8]. Науковець визначає наступні рівні: незадовільний – недостатньо глибокі знання; вміння підібрати стратегію поведінки відповідно до конфліктної ситуації, що склалася, вміння конструктивно взаємодіяти в стандартних і нестандартних конфліктних ситуаціях виражені слабо; ситуативно-достатній – наявність основних знань, відповідні вміння виражені достатньо; оптимальний – ґрунтовні знання, відповідні вміння виражені добре.

Аналіз психолого-педагогічних джерел із

проблеми дослідження дав змогу виокремити високий, середній та низький рівні сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю, а також надати їм певної змістової характеристики.

Високий рівень передбачає постійне виявлення спрямованості на конструктивне вирішення конфлікту: розуміння конфлікту як природного явища, невід'ємного елемента суспільного життя; ціннісне ставлення до міжособистісних стосунків, сприйняття іншої сторони конфлікту як партнера, готовність до діалогічної взаємодії, подолання розбіжностей та непорозумінь, пошук шляхів спільного вирішення конфлікту; ґрунтовні й гнучкі знання з різних галузей наук щодо сутності, природи та способів вирішення конфліктів; сформовані конфліктологічні вміння (комунікативні, перцептивні, прогностичні, креативні, саморегуляційні), що застосовуються на практиці; стійкість конфліктологічної позиції: здатність усвідомлювати себе суб'єктом комунікації та майбутньої професійної діяльності, самовдосконалюватися, виявляти об'єктивні та суб'єктивні чинники, що призводять до конфліктів, проектувати конкретну роботу з усунення перешкод у стосунках з іншими людьми.

Важливо також відзначити, що фахівець із реклами та зв'язків з громадськістю з високим рівнем сформованості конфліктологічної компетентності усвідомлює зміст складових професійної діяльності, необхідність конфліктологічної підготовки для її якісного здійснення, вміє розпізнавати й запобігати конфліктам, долати їх наслідки, обирати оптимальні стратегії поведінки в складних ситуаціях; здатний до адекватного самоаналізу й самооцінки, може об'єктивно оцінити власні дії в умовах конфлікту; прагне до постійного самовдосконалення з метою конструктивної взаємодії з іншими людьми.

Середній рівень характеризується ситуативним виявленням спрямованості на конструктивне вирішення конфлікту: невміння відразу розпізнавати позитивний вплив конфлікту, а розуміння його як можливості, готовності до конструктивної діалогічної взаємодії є ситуативним; недостатньо повні та гнучкі знання з різних галузей наук щодо сутності, природи та способів вирішення конфліктів; неповною мірою сформовані конфліктологічні вміння, виникнення труднощів у процесі застосування вмінь на практиці; стійкість конфліктологічної позиції виявляється ситуативно, необхідна допомога в подоланні перешкод, що утруднюють конструктивне вирішення конфліктів.

Зауважимо, що у фахівця із середнім рівнем уявлення про необхідність конфліктологічної підготовки з метою ефективного виконання професійних обов'язків недостатньо сформоване; у нього наявний достатній рівень знань, умінь та навичок для конструктивного вирішення конфлікту, проте йому не завжди вдається їх реалізувати в практичній діяльності; емоції в конфліктній ситуації можуть переважати над раціональною поведінкою; особа загалом здатна до адекватного самоаналізу й самооцінки, проте робота із самовдосконалення відбувається несистемно.

Низький рівень характеризується тим, що майбутні фахівці із реклами та зв'язків з громад-

ськістю майже не виявляють спрямованості на конструктивне вирішення конфлікту, ставляться до нього як до негативного явища, позитивна міжособистісна взаємодія не має цілеспрямованого характеру; вони мають поверхові знання щодо сутності, природи та способів вирішення конфліктів, несформовані конфліктологічні вміння, а труднощі, що виникають під час конфлікту, не пов'язують із відсутністю відповідних умінь; не здатні долати перешкоди, що утруднюють конструктивне вирішення конфліктів; потребують постійної допомоги у вирішенні конфліктних ситуацій.

Проаналізуємо рівні сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю за *мотиваційно-ціннісним* критерієм. Основними показниками мотиваційно-ціннісного критерію є: спрямованість на конструктивне вирішення конфлікту; розуміння конфлікту як природного явища, невід'ємного елемента суспільного життя; ціннісне ставлення до міжособистісних стосунків, сприйняття конфлікту як партнера, готовність до діалогічної взаємодії, подолання розбіжностей та непорозумінь; спільний пошук шляхів рішення конфлікту. Діагностика рівнів сформованості мотиваційно-ціннісного критерію проводилася на основі спостереження, анкетування, опитування, тестування, аналізу ділових ситуацій.

Як свідчить аналіз результатів спостережень, опитування, тестування, проєктивних методів, у більшості студентів спрямованість на конструктивне вирішення конфлікту виражена неповною мірою (ситуативно) як в експериментальній, так і в контрольній групах. Також виявлено, що мотивація студентів у конфліктній ситуації має конформний (уникнення проблем, нестійке бажання вирішувати конфлікт) або прагматичний (особистісна зорієнтованість у конфлікті, прагнення здобути певні переваги, схвалення з боку інших) характер. Тому, на наш погляд, формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю за мотиваційно-ціннісним критерієм потребує відповідної цілеспрямованої роботи.

Визначимо та проаналізуємо рівні сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю за *когнітивно-практичним* критерієм. Сформованість когнітивно-практичного компонента конфліктологічної компетентності визначається такими показниками, як: сукупність інтегрованих знань щодо сутності, природи та способів вирішення конфліктів; конфліктологічні вміння (комунікативні, перцептивні, прогностичні, креативні, саморегуляційні).

Показниками якості знань майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю стосовно сутності, природи та способів вирішення конфліктів є *повнота* як правильне та повне розуміння понять і термінів, що розкривають суть конфлікту, та *гнучкість* як застосування знань у новій ситуації. Вибір означених показників зумовлений тим, що відповіді на запитання разом із висловленням власної точки зору потребує обізнаності з багатьох галузей наук, що вивчають конфлікт, та здатності ці знання інтегрувати.

Якість засвоєння знань в експериментальній та контрольній групах визначався нами за формулами 1 та 2:

$$K_{\text{повноти}} = \frac{N_1}{N_0} \leq 1, \quad (1)$$

де $K_{\text{повноти}}$ – коефіцієнт ступеня повноти засвоєння знань (груповий);

N_1 – кількість студентів, які правильно й повно відповіли на всі запитання;

N_0 – кількість студентів, які відповіли на запитання.

$$K_{\text{гнучкості}} = \frac{n_6}{n_0} \leq 1, \quad (2)$$

де $K_{\text{гнучкості}}$ – коефіцієнт ступеня гнучкості знань (груповий);

n_6 – кількість студентів, які застосовували знання у варіативних умовах;

n_0 – кількість студентів, які як самостійно, так і під керівництвом викладача намагалися застосовувати знання у варіативних умовах.

Узагальнені результати вимірювання якості засвоєння інтегрованих знань щодо сутності, природи та способів вирішення конфліктів (повнота, гнучкість) і порівняв їх засвоєння майбутніми фахівцями із реклами та зв'язків з громадськістю, що здійснювалися за допомогою тестування, опитування, виконання вправ на засвоєння знань про конфлікт, групових дискусій та дебатів, рольових та ділових ігор, в яких виявляються конфліктологічні вміння, аналізу проблемних ситуацій та варіативних способів їх розв'язання, контент-аналізу студентських есе, свідчать про те, що молодим людям бракує системних знань про конфлікт та здатності інтегрувати знання про нього з різних навчальних дисциплін, що пояснюється багатьма причинами. На основі спостережень виявлено, що більшість студентів звикли до поверхового сприйняття й короткочасного заучування розрізнених відомостей, здобутих із різних джерел, зокрема з мережі Інтернет; до репродукції, а не творчого застосування знань, з опорою на представлені зразки, дослівне відтворення інформації, знаходження готових (однозначних) відповідей на поставлені запитання; не вміють переосмислювати та перетворювати навчальний матеріал, самостійно ставити запитання до прочитаного, почутого або побаченого.

Результати вимірювання рівнів сформованості конфліктологічних умінь майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю на констатувальному етапі педагогічного експерименту демонструють переважно середній та низький рівні сформованості конфліктологічних умінь

майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю як в експериментальній, так і контрольній групах. Це, на наш погляд, не зможе забезпечити якісного здійснення професійної діяльності в умовах конфлікту.

Дотримуючись логіки дослідження, визначимо та проаналізуємо рівні сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю контрольньо-коригувальним критерієм. Основними показниками контрольньо-коригувального компонента конфліктологічної компетентності є: стійкість конфліктологічної позиції – здатність усвідомлювати себе суб'єктом комунікації та майбутньої професійної діяльності, самовдосконалюватися, виявляти об'єктивні та суб'єктивні чинники, що призводять до конфліктів, проектувати конкретну роботу з усунення перешкод у стосунках з іншими людьми.

Результати виявлення ступеня стійкості конфліктологічної позиції майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю на констатувальному етапі педагогічного експерименту за допомогою таких інструментів, як «Патохарактерологічний діагностичний опитувальник», «Оцінювальна шкала стресових подій Холмса-Раге», «Методика діагностики перешкод у встановленні емоційних контактів у діловому та міжособистісному спілкуванні», анкетування, аналіз SWOT, дають можливість зробити висновок, що ступінь стійкості конфліктологічної позиції майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю є недостатнім для конструктивного вирішення конфліктів, усвідомлення себе суб'єктом комунікації та майбутньої професійної діяльності. Студентів необхідно спрямовувати до самовдосконалення та проектування конкретної роботи з усунення перешкод у стосунках з іншими людьми.

Висновки. Отже, узагальнений аналіз результатів констатувального етапу педагогічного експерименту засвідчив недостатній рівень сформованості конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю за усіма розглянутими критеріями як у контрольній, так і в експериментальній групах. Це пояснюється неповними знаннями про сутність конфлікту та нездатністю інтегрувати знання про конфлікт із різних навчальних дисциплін, недостатньою готовністю використовувати набуті знання в майбутній професійній діяльності, недостатньою сформованістю конфліктологічних умінь, потребою у зовнішній стимуляції у ході вирішення конфліктів.

Питання проведення формувального етапу педагогічного експерименту з комплексною реалізацією педагогічних умов формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю за допомогою способів упровадження конфліктологічного тренінгу, проведення форуму-театру, конструювання наративу вважаємо такими, що потребують подальших наукових досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Власенко І. А. Психологічні особливості внутрішньоособистісних конфліктів у професійній діяльності вчителя : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 / Власенко Інна Анатоліївна ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – Київ, 2016. – 20 с.
2. Герасімова Н. Є. Конфліктологія : практикум / Н. Є. Герасімова ; Черкас. нац. ун-т ім. Богдана Хмельницького. – Черкаси : ЧНУ, 2013. – 89 с.
3. Гуменюк Л. Й. Соціальна конфліктологія : підручник / Л. Й. Гуменюк ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. – Львів : ЛДУВС, 2015. – 563 с.
4. Козич І. В. Формування конфліктологічної компетентності соціального педагога в умовах магістратури : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 «Соціальна педагогіка» / І. В. Козич ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2008. – 254 с.
5. Конфліктологія : [навч. посіб. для слухачів магістратури ден. та заоч. форм навчання за спец. 8.18010020 «Управління навчальним закладом» / та 8.18010021 «Педагогіка вищої школи»] / [Д. В. Коваленко та ін.] ; Укр. інж.-пед. акад. – Вид. 2-ге, перероб. та допов. – Харків : С.А.М., 2015. – 256 с.
6. Кутуєв П. В. Конфліктологія: соціологічна перспектива : навч. посіб. / П. В. Кутуєв. – Київ : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2014. – 162 с.
7. Луцишин Г. І. Конфліктологія та теорія переговорів : навч. посіб. / Г. І. Луцишин ; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2015. – 199 с.
8. Мухаметова Н. М. Организационно-методические аспекты исследования конфликтологической компетентности / Н. М. Мухаметова // Фундаментальные исследования : научн. журн. – 2014. – № 12. – Ч. 3. – С. 617–620.
9. Романов С. В. Формирование конфликтологической компетентности будущего педагога в системе студенческого самоуправления : автореф. дисс. на соиск. учен. степени канд. пед. наук : спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / С. В. Романов ; Волгоградск. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2010. – 24 с.

Дата надходження до редакції: 16.11.2016 р.

УДК 37.032:159.9.019

Інна ШПИЧАК,
старший викладач кафедри педагогіки,
психології та корекційної освіти
Рівненського ОШО

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ВИХОВАННЯ ОСОБИСТОСТІ У СПАДЩИНІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПСИХОАНАЛІТИКІВ 20-х РОКІВ ХХ СТ.

У статті розглянуто науково-педагогічні підходи вітчизняних психоаналітиків стосовно виховання дітей у радянському освітньому просторі 20-х років ХХ ст. Обґрунтовано основні ідеї та погляди М. Вульфа, І. Єрмакова, В. Шмідт, В. Рижкова, І. Перепеля. Особлива увага приділена аналізу проблеми психічного розвитку дітей у світі психоаналітичного вчення.

Ключові слова: освіта, виховання, розвиток, психоаналіз, особистість.

В статье рассмотрены научно-педагогические подходы отечественных психоаналитиков по воспитанию детей в советском образовательном пространстве 20-х годов ХХ в. Обоснованы основные идеи и взгляды М. Вульфа, И. Ермакова, В. Шмидт, В. Рыжкова, И. Перепеля. Особое внимание уделяется анализу проблемы психического развития детей в свете психоаналитического учения.

Ключевые слова: образование, воспитание, развитие, психоанализ, личность.

In the article the scientific and pedagogical approaches psychoanalysts about parenting in the Soviet educational space 20s of XX century are revealed. Highlights the main ideas and views of M. Wolf, I. Yermakov, V. Schmidt, V. Ryzhkov, I. Perepel. Special attention is given to highlighting the problems of mental development of children in the psychoanalytic theory.

Key words: education, development, psychoanalysis, personality.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільства школа стоїть перед необхідністю формування нової стратегії виховання, нового розуміння людини та її місця в житті. Нові завдання реформування сучасної освіти в Україні передбачають її спрямування на гуманізацію та демократизацію навчально-виховного процесу, формування ініціативної, творчої, всебічно розвиненої особистості. Виходячи з пріоритетних напрямів розвитку освіти в умовах розвитку української державності, педагогічна наука в пошуках шляхів і засобів виховання та навчання молоді звертається до вивчення і творчого