

Хмельницький національний університет
Факультет здоров'я, психології, фізичної культури та спорту
Кафедра психології та педагогіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Другий (магістерський)
Освітній рівень

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ЧИННИКИ КОМУНІКАТИВНОЇ
КУЛЬТУРИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ДИЗАЙНУ


Галузь знань - 05 Соціальні та поведінкові науки
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність - 053 Психологія
Шифр і назва спеціальності

Шифр 24395

номер ІНП

Виконала: студент 2 курсу, група ППмз – 23-1



Підпис

Валентина РИГА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник кандидат педагогічних наук, доцент



Підпис

Оксана ВАРГАТА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:
Зав. кафедри психології та педагогіки
доктор психологічних наук, професор



Підпис

Таїсія КОМАР
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

2 грудня 2024 р.

Хмельницький, 2024

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет здоров'я, психології, фізичної культури та спорту
Кафедра психології та педагогіки
Освітній рівень другий (магістерський)
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність 053 «Психологія»
Освітня програма освітньо-професійна програма «Психологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
психології та педагогіки
Таїсія КОМАР


підписпротокол № 5 від 14 грудня 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
Валентини РИГИ

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ здобувача

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну».
Керівник кваліфікаційної роботи: Оксана ВАРГАТА, кандидат педагогічних наук, доцент

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

Затверджено наказом ректора університету від 26 серпня 2024 р. № 60

2. Строк подання здобувачем роботи на кафедру 2 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: матеріали звіту з переддипломної практики, комплекс методів та методик дослідження: «Тест визначення рівня комунікабельності», «Тест комунікативність та адаптація працівника в колективі» (Г. Писаревська), «Методику вивчення комунікативних та організаторських здібностей» (В. Синявський та Б. Федоришин), «Методику діагностики мотивації до успіху» та «Методику діагностики мотивації до уникнення невдач» (Т. Елерс), Методику діагностики емоційних бар'єрів у міжособистісному спілкуванні» та «Методику діагностики комунікативної толерантності» (В. Бойко).

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити): вступ, розділ 1 Теоретичне дослідження комунікативної культури у сучасному науковому дискурсі, комунікативна культура фахівців сфери дизайну як соціально-педагогічний феномен, комунікативні навички як важлива складова комунікативної культури фахівців сфери дизайну, психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну; розділ 2 Емпіричне дослідження психолого-педагогічних чинників комунікативної культури фахівців сфери дизайну, структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери дизайну, методика дослідження

психолого-педагогічних чинників комунікативної культури фахівців сфери дизайну, технологія розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну.

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень)
7 рисунків.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

Дата видачі завдання 14 грудня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів (розділів) кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапу роботи	Примітка
1	Вибір теми дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження, постановка мети і завдань.	До 02 січня 2024 р.	виконано
2	Визначення теоретико-методологічних засад дослідження. З'ясування актуальності проблеми.	До 03 березня 2024 р.	виконано
3	Оформлення вступу кваліфікаційної роботи.	До 01 вересня 2024 р.	виконано
4	I розділ кваліфікаційної роботи.	До 10 вересня 2024 р.	виконано
5	II розділ кваліфікаційної роботи.	До 01 жовтня 2024 р.	виконано
6	Загальні висновки.	До 01 листопада 2024 р.	виконано
7	Оформлення кваліфікаційної роботи.	До 01 грудня 2024 р.	виконано
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	08 листопада 2024 р.	виконано
9	Захист кваліфікаційної роботи (відповідно графіку)	13 грудня 2024 р.	виконано


Здобувач



Валентина РИГА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник роботи



Оксана ВАРГАТА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

АНОТАЦІЯ

Тема кваліфікаційної роботи «Психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну».

Здобувач Валентина РИГА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник Оксана ВАРГАТА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Кваліфікаційна робота включає 68 сторінок, 7 рисунків, перелік джерел посилання складає 65 найменувань.

Ключові слова: «комунікативна культура», «комунікативна культура фахівців сфери дизайну», «комунікативна компетентність», «комунікативні знання», «комунікативні навички», «комунікативні уміння», «комунікативні характеристики», «комунікативна поведінка», «тренінгова програма».

Об'єкт дослідження: комунікативна культура фахівців сфери дизайну.

Предмет дослідження: психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну

За результатами дослідження: проаналізовано комунікативну культуру фахівців сфери дизайну у сучасному науковому дискурсі; охарактеризовано комунікативні навички як важливу складову комунікативної культури фахівців сфери дизайну; визначено психолого-педагогічні чинники та структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери дизайну; проведено емпіричне дослідження психолого-педагогічних чинників комунікативної культури фахівців сфери дизайну; розроблено технологію розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну.

Одержані результати можуть бути використані у тренінгових програмах щодо розвитку комунікативної культури фахівців у різних сферах діяльності та у їх професійній підготовці.

Дипломник 
Підпис

Валентина РИГА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Дата подання кваліфікаційної роботи до захисту 2 грудня 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ.....	9
1.1 Комунікативна культура фахівців сфери дизайну як соціально-педагогічний феномен.....	9
1.2 Комунікативні навички як важлива складова комунікативної культури фахівців сфери дизайну.....	16
1.3 Психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну.....	23
Висновки до розділу.....	31
РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИХ ЧИННИКІВ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ДИЗАЙНУ	32
2.1 Структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери дизайну.....	32
2.2 Методика дослідження психолого-педагогічних чинників комунікативної культури фахівців сфери дизайну.....	40
2.3 Технологія розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну.....	51
Висновки до розділу.....	58
ВИСНОВКИ.....	59
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ.....	60

ВСТУП

Міжнародна інтеграція та формуванням європейського освітнього простору на європейські стандарти потребують підготовки новітніх фахівців у яких сформовані комунікативні уміння та готовність до ефективної комунікативної діяльності. Майбутні фахівці сфери дизайну мають володіти базовими навичками комунікативної взаємодії та бути не тільки професіоналами своєї справи, а й особистостями з розвиненою комунікативною культурою. Особливо значущим у даному контексті є саме проблема формування комунікативної культури фахівців сфери дизайну.

У «Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки» та Законі України «Про вищу освіту» одним із пріоритетних завдань є формування комунікативної культури майбутнього фахівця [49]. У змісті Стандарту вищої освіти зазначено, що майбутні фахівці мають виявляти та вирішувати комунікативні проблеми, здійснювати професійно-суспільну діяльність відповідно до морально-етичних засад, застосовувати норми та стилі спілкування в практичній діяльності, застосовувати комунікативні способи передачі інформації, ефективно працювати з інформацією та критично її аналізувати з метою розв'язання професійних завдань, вільно комунікувати з урахуванням соціокультурних особливостей та приймати ефективні комунікативні рішення у непередбачуваних ситуаціях. Серед умінь комунікативного спрямування, особливого значення набуває здатність до адекватного сприйняття інформації учасниками комунікативного процесу, а також здатність використовувати комунікативні технології для виходу з непередбачуваних комунікаційних ситуацій на засадах толерантності та співробітництва [48].

Актуальність теми дослідження зумовлена низкою психолого-педагогічних чинників, що пов'язані з міжнародною інтеграцією та формуванням європейського освітнього простору, розвитком сучасного

інформаційно-комунікативного суспільства та зростанням вимог до рівня комунікативної культури особистості фахівця сфери дизайну; інтенсивний розвиток інформаційних та комунікативних технологій, що потребує розвитку комунікативної культури. Адже саме комунікативні навички забезпечать досягнення цілей у комунікативній взаємодії та сприятимуть орієнтації на успіх у професійній діяльності, адаптації до змінних умов у діяльності та колективі, прагненню до самовдосконалення та самореалізації. Удосконалення професійної підготовки майбутніх фахівців сфери дизайну, підвищення їхньої професійної комунікативної культури передбачає також оволодіння комунікативними вміннями, що відкривають можливості у розв'язанні нових проблем, що може стати темою подальших досліджень. Окресливши актуальність означеної проблематики й зумовило вибір теми дослідження: **«Психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну»**.

Об'єкт дослідження: комунікативна культура фахівців сфери дизайну.

Предмет дослідження: психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну

Мета дослідження: здійснити теоретико-емпіричне дослідження психолого-педагогічних чинників комунікативної культури фахівців сфери дизайну та розробити технологію розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати комунікативну культуру фахівців сфери дизайну у сучасному науковому дискурсі.
2. Охарактеризувати комунікативні навички як важливу складову комунікативної культури фахівців сфери дизайну.
3. Визначити психолого-педагогічні чинники та структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери дизайну.

4. Провести емпіричне дослідження психолого-педагогічних чинників комунікативної культури фахівців сфери дизайну.

5. Розробити технологію розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну.

Гіпотеза дослідження: розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну сприятиме: врахування структурних компонентів та психолого-педагогічних чинників комунікативної культури та впровадження технології розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну.

У роботі використано такі **методи дослідження:**

- *теоретичні:* передбачали теоретичне вивчення стану проблеми та аналіз сутності понять: «комунікативна культура», «комунікативна культура фахівців сфери дизайну», «комунікативна компетентність», «комунікативні знання», «комунікативні навички», «комунікативні уміння», «комунікативні характеристики», «комунікативна поведінка», «тренінгова програма».

- *емпіричні:* передбачали підбір опитувальників, методик та діагностик щодо дослідження психолого-педагогічних чинників комунікативної культури фахівців сфери дизайну.

Практичне значення полягає у визначенні структурних компонентів комунікативної культури та розробці технології розвитку комунікативної культури фахівців у сфері дизайну. Матеріали дослідження можуть бути використані у тренінгових програмах щодо розвитку комунікативної культури фахівців у різних сферах діяльності.

Експериментальна база дослідження: емпіричне дослідження проводилось на базі кафедри індустрії моди в легкій промисловості Хмельницького національного університету.

Апробація результатів дослідження: результати дослідження представлено на міжнародних та всеукраїнських публікаціях.

Структура роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, переліку джерел посилання.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ФАХІВЦІВ У СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

1.1 Комунікативна культура фахівців сфери дизайну як соціально-педагогічний феномен

Проблема вивчення комунікативної культури як соціально-педагогічного феномену є предметом різних міждисциплінарних наукових досліджень. У сучасному науковому дискурсі даний соціально-педагогічний феномен узагальнюють в межах різних концептуальних підходів та наукових шкіл, з метою вивчення теоретичних аспектів комунікативної культури та її структурних складових. Важливе місце у сфері дизайну належить комунікативній культурі, що визначається наявністю у фахівців індивідуально-особистісних якостей та комунікативних навичок, які забезпечать досягнення цілей у комунікативній взаємодії з колегами та адаптації комунікативної поведінки у колективі. Високий рівень комунікативної культури сприятиме самовдосконаленню та самореалізації фахівців сфери дизайну, орієнтуючи їх на успіх у професійній діяльності.

Розгляд сучасних досліджень дозволить ґрунтовно вивчити означену проблему з різних міждисциплінарних аспектів і надасть змогу більш цілісно проаналізувати комунікативну культуру фахівців сфери дизайну у науковому дискурсі та осмислити виокреслену проблему в контексті комунікативної проблематики [58].

На початку 90-х років ХХ століття в дослідженнях став виділятися культурологічний аспект комунікації та з'явилося саме поняття «комунікативна культура». Дане поняття є багатокomпонентним особистісним утворенням та розуміється як складний соціально-педагогічний феномен [58].

Здійснений аналіз наукових досліджень дозволяє стверджувати, що проблема комунікативної культури фахівців сфери дизайну в контексті вимог сьогодення ще не знайшла достатнього наукового узагальнення саме спеціалістів означеного профілю.

Завданням даного розділу є обґрунтування комунікативної культури фахівців сфери дизайну у сучасному науковому дискурсі.

Поняття «комунікативна культура» науковці тлумачать по-різному:

- як частину професійної загальної культури фахівця;
- як комунікативний аспект професійної підготовки фахівця;
- як компонент культури особистості [47].

Науковці зазначають, що сутність інноваційних підходів до вивчення комунікативної культури майбутніх фахівців у різних сферах діяльності полягає в тому, що:

- навчання майбутніх фахівців має ґрунтуватися на сучасних підходах щодо розвитку комунікативних навичок, як здатності швидко адаптуватися та вирішувати нестандартні комунікативні ситуації;
- розвиток комунікативних навичок фахівців сфери дизайну у процесі професійної підготовки має реалізовуватися впровадженням комунікативних технік з урахуванням сучасних вимог до їх професійної компетентності [47].

Становлення та переосмислення сутності поняття «комунікативна культура» відбувалося на основі певної трансформації даного соціально-педагогічного феномену у сучасному науковому дискурсі.

Л. Волкова визначає комунікативну культуру майбутнього педагога, як:

- компонент педагогічної культури майбутнього педагога;
- особистісний компонент професійної майстерності педагога;
- умову успіху педагогічного процесу;
- умову комфортності педагога в професійній діяльності [10].

У контексті дослідження комунікативна культура майбутнього фахівця сфери дизайну є сформованою у процесі їх професійної підготовки. Комунікативна культура забезпечує реалізацію наступних функцій:

- інформаційну як обмін інформацією між учасниками взаємодії;
- соціально-перцептивну як забезпечення сприйняття учасників;
- інтерактивну як забезпечення конструктивної взаємодії;
- самопрезентаційну як створення ефекту враження на учасників [12].

Комунікативна культура є соціально-педагогічним феноменом, що характеризується системою комунікативних знань, умінь, навичок та особистого досвіду. Комунікативні навички забезпечують комунікативну взаємодію у ході вирішення комунікативних завдань [12].

Є. Дурманенко зазначає, що комунікативна культура майбутнього педагога є складним професійно-особистісним новоутворенням та дає змогу діагностувати компетентності визначені Державним стандартом [16].

В. Чорноус підкреслює, що комунікативна культура є цілісним динамічним утворенням особистості, що забезпечує адаптацію в соціумі [58].

В. Тернопільська зазначає, що комунікативна культура включає систему знань про стосунки між суб'єктами, що покликана регулювати комунікативну поведінку суб'єктів з метою мінімізації комунікативних протиріч. Основним завданням комунікативної культури педагога є формування етичних правил спілкування, що сприяють взаєморозумінню суб'єктів у комунікативному процесі [51].

Формування цінностей комунікативної культури педагогів передбачає:

- оволодіння національно-історичним досвідом освітянської діяльності;
- аналіз впливу культурно-релігійних цінностей;
- з'ясування взаємовпливу загальної та комунікативної культур;
- вивчення проблеми соціальної відповідальності родини та оточення;
- підтримка та дотримання етичних принципів спілкування [51].

Враховуючи вищезначене, комунікативна культура є компонентом професійної культури майбутнього фахівця. Комунікативна культура майбутнього фахівця включає систему знань про професійну етику ділового спілкування та оволодіння комунікативними навичками, що сприятиме регулюванню їх комунікативної поведінки з метою мінімізації комунікативних протиріч. Оволодіння комунікативними навичками сприятиме ефективній комунікативній взаємодії суб'єктів та взаємозбагаченню їх особистого досвіду, розширюючи межі комунікацій.

Основними ознаками комунікативної культури є комплекс комунікативних знань, умінь, навичок особистості та способів її комунікативної взаємодії, які сприяють ефективному вирішенню комунікативних завдань у професійній діяльності.

Рівень готовності особистості до комунікативної діяльності розкривається через систему поглядів, що забезпечують досягнення цілей комунікативної взаємодії у різних сферах діяльності. Особистість з високим рівнем комунікативної культури характеризується розвиненими комунікативними вміннями та навичками. Комунікативна взаємодія відбувається у комунікативному середовищі та сприяє розвитку комунікативної культури особистості [58].

У даному дослідженні важливо проаналізувати, чи є розбіжності у розумінні комунікативної культури в залежності від сфери підготовки майбутніх фахівців.

Л. Руденко зазначає, що комунікативна культура є складним утворенням особистості та полягає в реалізації професійно-особистісного потенціалу в комунікативній діяльності [41].

Дослідниця виділяє дві складові комунікативної культури:

- перша складова - аксіологічна відображає основні цінності комунікативної культури особистості;

- друга складова - технологічна відображає загальнотеоретичні знання основ міжособистісної комунікації [41].

А. Харківська розглядає комунікативну культуру, як сукупність особистісних комунікативних якостей, вмінь, принципів, які сприяють ефективній комунікативній взаємодії за допомогою засобів комунікації [53].

Л. Варга характеризує комунікативну культуру розглядає як складну інтегральну характеристику особистості та характеризує її, як:

- здатність виявляти особистісні якості;
- здатність адекватно сприймати поведінку суб'єктів спілкування;
- здатність налагоджувати міжособистісні стосунки;
- здатність використовувати вербальні та невербальні засоби;
- здатність створювати сприятливий емоційний мікроклімат [7].

Я. Ван визначив, що даний соціально-педагогічний феномен потребує сформованих знань, умінь, особистісних якостей, які сприятимуть ефективному розв'язанню комунікативних завдань майбутніми фахівцями на професійно-творчому рівні [6].

А. Зайцева інтерпретує комунікативну культуру як інтегративну особистісну якість, що характеризується:

- здатністю до встановлення емоційно-психологічного контакту із суб'єктами у процесі сприймання, оцінювання та творення мистецтва;
- перетворенням художньо-навчальної взаємодії у культуротворчий процес;
- вектором гуманістичної спрямованості на усвідомлення, переосмислення та корекцію власного суб'єктивного розвитку;
- реалізацією у процесі спілкування з мистецтвом унікального особистісно-творчого потенціалу суб'єкта [21].

К. Завізіон розглядає поняття комунікативна культура як особистісно-інтегрований феномен, що визначається:

- сукупністю знань лінгво-культурологічних особливостей представників різних народів та фахової культури фахівця;
- сукупністю умінь (комунікативно-предметних, невербально-етичних, психолінгвістичних, білінгвально-бікультурних та оцінювально-рефлексивних);
- особистих якостей (емоційний інтелект, емпатія, толерантність та рефлексія) [20].

Визначені характеристики комунікативної культури сприятимуть досягненню соціально-комунікативних цілей та визначенню способів адекватної комунікативної взаємодії у комунікативному процесі [20].

Т. Сидоренко позиціонує комунікативну культуру як особистісну потребу у комунікативній взаємодії, вираження її творчого потенціалу та здатності підтримувати позитивний характер комунікативного процесу. Комунікативна культура забезпечує рівень соціальної активності особистості, через її соціальні норми та засоби комунікації [47].

С. Тарасенко визначає комунікативну культуру як сукупність комунікативних характеристик, що забезпечують регуляцію та фахову взаємодію особистості в процесі комунікування [61].

Е. Ященко зазначила, що комунікативна культура є інтегративним особистісним утворенням, що складається із норм етикету та системи комунікативних вмінь, які регулюють поведінкові аспекти комунікації [64].

О. Бовдир трактує, що комунікативна культура розкривається як складне, цілісне та динамічне особистісне утворення, що забезпечує адаптацію особистості в сучасному соціумі, завдяки його інтегрованій готовності до ефективного виконання завдань, сприяє дотриманню правил професійної етики, завдяки комплексу комунікативних навичок, психологічних механізмів комунікативної взаємодії, що забезпечує можливість знаходження ефективного стилю спілкування на різних етапах комунікативної діяльності [4].

Н. Зуенко визначає комунікативну культуру як систему комунікативних норм, знань, умінь, цінностей, що здійснюється під час міжособистісної комунікативної взаємодії фахівців і є чинником, що супроводжує їх фахово-комунікативну спрямованість у професійній діяльності [22].

І. Кухта розглядає комунікативну культуру через інтегративну характеристику, що проявляється здатністю до міжкультурної взаємодії в певному соціально-культурному середовищі [28].

Ю. Козаченко характеризує комунікативну культуру як сукупність комунікативних якостей та навичок, що реалізуються під час професійного спілкування з учасниками комунікативного процесу [24].

О. Ісаєва обґрунтовує, що комунікативна культура є сукупністю спеціальних комунікативних знань, вмінь та навичок, за допомогою яких особистість запобігає виникненню психологічних труднощів міжособистісної комунікативної взаємодії та прогнозує її результативність [18].

Ю. Шалівська визначає комунікативну культуру через сформовану систему якостей, поглядів, переконань, умінь, навичок, цінностей та досвіду комунікативної діяльності [61].

Незалежно від сфери діяльності особистості майбутнього фахівця, комунікативна культура вбирає в себе сформований досвід спілкування та є однією з важливих характеристик його комунікативного потенціалу.

За своєю сутністю комунікативна культура фахівців сфери дизайну може бути представлена, як:

- здатність до співставлення та узгодження власних дій з діями інших;
- сприйняття особливостей учасників комунікативної взаємодії;
- підбір способів комунікації (вербальних/невербальних);
- відкритість до конструктивного комунікативного діалогу;
- розуміння та повага співрозмовників у комунікативному процесі;
- керування комунікативною взаємодією для досягнення спільної мети;
- потреба у комунікативній взаємодії та розширення меж комунікації;

- вміння поставити себе на місце учасниками комунікативного процесу;
- здатність до гнучкої та тактової комунікативної взаємодії;
- здатність до саморегуляції та саморефлексії [61].

Таким чином, теоретичне дослідження означеної проблеми у науковому дискурсі дозволило визначити зміст комунікативної культури фахівців сфери дизайну. Комунікативна культура фахівців сфери дизайну розглядається як особистісно-інтегрований, суспільний та соціально-педагогічний феномен. Даний соціально-педагогічний феномен є багатоаспектним психологічним утворенням особистості та визначається як цілісна система, що складається з взаємопов'язаних компонентів сформованості особистісних якостей, умінь, навичок, що сприятимуть їх адаптації до комунікативних взаємин у колективі та забезпечать досягнення цілей у комунікативній діяльності, орієнтуючись на успіх у професійній діяльності. Удосконалення професійної діяльності фахівців сфери дизайну передбачає підвищення їхньої комунікативної культури та оволодіння комунікативними навичками, що може стати наступним питанням подальших досліджень.

1.2 Комунікативні навички як важлива складова комунікативної культури фахівців сфери дизайну

Комунікативна компетентність є важливою умовою професійної діяльності фахівців сфери дизайну. Сучасні фахівці сфери дизайну мають володіти комунікативними навичками та вміти досягати комунікативної цілі зі співрозмовником. На практиці, комунікативна компетентність проявляється здатністю фахівців застосовувати комунікативні навички у сфері дизайну з метою забезпечення ефективності у професійній діяльності.

Комунікативна компетентність фахівців сфери дизайну визначається не лише знаннями, але й внутрішніми ресурсами, що дозволяють ефективно

взаємодіяти в різних комунікативних ситуаціях. Комунікативна компетентність є однією з ключових характеристик загальної професійної компетентності фахівців сфери дизайну. Ключовими аспектами комунікативної компетентності є те, що комунікація є основною складовою професійної діяльності фахівців сфери дизайну та ключовим аспектом ефективної комунікативної взаємодії. Комунікативна компетентність дозволяє ефективно організовувати та керувати комунікативною взаємодією в професійному середовищі. Володіння комунікативними навичками в професійному середовищі є важливим елементом успішної кар'єри фахівців сфери дизайну та взаємодії у сучасному суспільстві. Комунікативна компетентність такі аспекти, як: чіткість висловлювання, слухання, емпатію, публічні виступи, культурну компетентність, письмову комунікацію та роботу в групах [23].

З позиції науковців формування комунікативної компетентності передбачає такі компетенції, як: мовну (знання про норми мови та вміння ними користуватися у певній ситуації), лінгвістичну (знання про мову та володіння метамовою лінгвістики), культурознавчу (знання про мову й культуру народу) [9].

Комунікативна компетентність визначається такими компонентами:

- змістовним, що передбачає знання про комунікацію, які здобувач отримує в процесі вивчення різних курсів, цей компонент є професійною кінцевою точкою, яку здобувачі набувають як гарантії професійної кваліфікації та професійного становлення майбутніх фахівців;

- діяльнісним, що забезпечує комунікативну активність, що проявляється в здатності реалізації ефективних комунікацій на практиці, цей компонент здійснює вплив професійних якостей особистості на особистісні риси характеру, поведінку, мислення, що здійснюється за допомогою частих повторень у професійної діяльності;

- процесуальним, що ґрунтується на досвіді та є важливою частиною комунікативної компетентності, адже комунікація вважається унікальною та її особливості зумовлені процесами в яких вона здійснюється;

- інструментально-методичним, що передбачає володіння методами (вербальними/невербальними та лінгвістичними/нелінгвістичними) та інструментами (аналіз, синтез, міркування) для ефективного здійснення комунікативного процесу;

- соціальним, передбачає щоб фахівець розумів суспільний контекст та міг співпрацювати в команді, комунікація має сприйматися як можливість, що розкриває нові можливості комунікативної взаємодії;

- саморегулюванням, що передбачає застосування психологічних механізмів саморегулювання особистістю, зокрема: самоконтроль, самоаналіз, самовдосконалення та саморозвиток [9].

Комунікативна компетентність потребує постійного вдосконалення у реальних комунікативних ситуаціях, що відповідають сучасним вимогам сфери діяльності фахівців.

Реалізація комунікативного процесу передбачає наявність у фахівців комунікативних умінь та навичок, що забезпечать ефективність успішної комунікативної діяльності, а саме:

- загальних умінь та навичок професійної діяльності;

- специфічних умінь та навичок комунікативної діяльності [9].

Комунікативні навички є складним особистісним утворенням, що відображають комунікативну поведінку особистості, яка характеризується комунікативними, соціально-перцептивними та інтерактивними вміннями [9].

Комунікативні навички є складовою комунікативної культури фахівців сфери дизайну, що сприяють ефективній комунікативній взаємодії та вирішенню комунікативних ситуацій у професійній діяльності.

Рівень розвитку комунікативних навичок та готовність до комунікативної діяльності визначається системою поглядів та дій особистості, які забезпечують досягнення комунікативних цілей та комунікативну взаємодію особистості у різних сферах діяльності [58].

Комунікативна особистість характеризується комунікативними вміннями та навичками комунікативної взаємодії, адже особистісні комунікативна взаємодія відбувається у комунікативному середовищі й саме тому, така особистість є комунікативно-компетентною [58].

Завдяки комунікативним навичкам створюється сприятливий соціально-психологічний клімат та максимально спільно вирішуються завдання у комунікативній діяльності. Науковці зазначають, що комунікативні навички, так чи інакше пов'язані із комунікативною діяльністю фахівців. Комунікативна діяльність передбачає психологічну готовність фахівців до комунікативної взаємодії,.

Серед наукових підходів у визначенні комунікативних умінь та навичок важливо виокремити наступне:

- комунікативні вміння та навички співвідносяться з процесом спілкування;
- комунікативні вміння та навички не характеризуються лише певною комунікативною властивістю;
- комунікативні вміння та навички є складним утворенням особистості, що поєднує змістовні елементи [9].

Л. Савенкова подає перелік комунікативних умінь та навичок:

- вміння вербального та невербального спілкування;
- орієнтування в ситуації;
- сприймання та соціальна перцепція;
- створення творчого самопочуття;
- володіння професійно-педагогічною увагою;
- установлення професійно-педагогічного контакту.

Учена зазначає, що певні професійні здібності, що належать до підструктури комунікативних здібностей особистості визначають передумову та ефективність володіння комунікативними навичками [44].

В. Моляко до комунікативних навичок відносить комплекс особистісних якостей особистості виконувати певну діяльність. Специфіка комунікативних навичок полягає в тому, що вони забезпечують емоційні дії особистості, що здійснюються на психічному рівні та свідомі дії, що орієнтовані на взаємодію з іншими [9].

О. Сас зазначає, що комунікативні вміння є видом професійних умінь особистості, що сприяють здійсненню комунікативної взаємодії та відносяться до продуктивної діяльності в якій вони формуються й розвиваються [46].

Н. Литвиненко та Т. Сергієнко розкривають комунікативні навички як важливий компонент професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців, що забезпечують обмін інформацією та формуються на основі конкретних мовленнєвих дій [29].

Рівень сформованості комунікативних навичок є умовою ефективною та продуктивною комунікативної діяльності фахівців сфери дизайну.

Важливими комунікативними вміннями, що забезпечать ефективність комунікативної діяльності фахівців визначено наступні:

- організація та управління комунікативним процесом;
- формулювання думки з використанням мовного етикету;
- володіння техніками вербальної/невербальної комунікації;
- володіння вміннями аналізувати конфліктні ситуації та вирішувати їх;
- володіння навичками емпатії (розуміти потреби та почуття інших);
- володіння методами психотерапії у спілкуванні [9].

Т. Івацко серед специфічних комунікативних навичок виділяє наступні:

- пильно слухати, спостерігати та запам'ятовувати манеру поведінки;
- налагоджувати просту та прозору комунікацію;

- виявляти подібності та розходження у позиціях;
- аналізувати та синтезувати інформацію про проблему;
- діагностувати та заохочувати ефективну поведінку;
- створювати модель ефективної поведінки;
- забезпечувати зворотний зв'язок між учасниками;
- викликати довіру в учасників процесу медіації;
- заохочувати конструктивні дії конфліктантів;
- бути терплячим та певним у позитивному результаті діалогу [17].

З позиції дослідниці комунікативна компетентність є однією з ключових характеристик фахівців та являється важливою умовою ефективності їх професійної комунікативної діяльності.

Розвиток комунікативних навичок передбачає врахування індивідуально-психологічних властивостей особистості (прояву характеру, темпераменту та психічних процесів). Комунікативні навички відіграють важливу роль та являються складовими комунікативної активності особистості. Комунікативні навички є досить складною особистісною характеристикою, що виражається у потребах спілкування та виявляється в особистісній готовності взаємодіяти в комунікативних ситуаціях [17].

Найефективнішим способом комунікаційного зв'язку є суб'єкт - суб'єктна комунікативна взаємодія між учасниками комунікативного процесу. Під час такої комунікативної взаємодії зазвичай, досягається повне взаєморозуміння. Така комунікація надає можливість миттєво обговорити актуальні питання та вирішити їх.

Під час організації комунікативної взаємодії особливо важливим стає створення відповідних умов для розвитку комунікативних навичок через актуалізацію та стимулювання до використання вербальних/невербальних засобів комунікації, заохочення пошуку нестандартних варіантів вирішення комунікативних ситуацій, розвиток активності у комунікативній діяльності.

Формування комунікативних навичок відбувається на:

- комунікативних тренінгах;
- комунікативних курсах;
- майстер-класах з розвитку комунікативності;
- вебінарах та семінарах з розвитку комунікативної компетентності.

Організація такої діяльності сприятиме вдосконаленню комунікативних навичок, фахівців, умінь працювати в команді, набуттю їх досвіду вирішувати комунікативні ситуації.

Формування комунікативних навичок фахівців сприятиме опануванню такими компонентами, як:

- прогнозування та програмування комунікативної ситуації;
- знання та ерудиція у комунікативній діяльності;
- вербальні та невербальні засоби комунікації;
- управління комунікативною ситуацією;
- орієнтація на соціального партнера;
- навички саморегуляції та самоконтролю [9].

Таким чином, теоретичне дослідження наукової літератури з означеної проблеми дозволило визначити зміст комунікативних навичок як складової комунікативної культури фахівців сфери дизайну. Комунікативні навички є складним особистісним утворенням, що відображають комунікативну поведінку особистості, яка характеризується комунікативними, соціально-перцептивними та інтерактивними вміннями. Комунікативними вміннями, що забезпечать ефективність комунікативної діяльності фахівців визначено: організація та управління комунікативним процесом, формулювання думки з використанням ділового етикету та культури спілкування, володіння техніками вербальної та невербальної комунікації, володіння вміннями аналізувати комунікативні ситуації та вирішувати їх, володіння навичками комунікативної емпатії, володіння техніками саморегуляції та самоконтролю у комунікативній діяльності.

1.3 Психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну

У сучасних психолого-педагогічних джерелах містяться обґрунтування різні підходи до класифікації та типології чинників розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну. Обґрунтування психолого-педагогічних чинників комунікативної культури фахівців сфери дизайну передусім має спиратися на концептуальні засади, закономірності та дидактичні принципи. Врахування психолого-педагогічних чинників сприятиме розвитку комунікативної культури та всебічному гармонійному розвитку особистості фахівців сфери дизайну

Опираючись на концептуальні підходи під психолого-педагогічними чинниками розвитку комунікативної культури вважаємо комплекс психолого-педагогічних заходів, що забезпечать рівень розвитку комунікативних навичок та комунікативних якостей фахівців сфери дизайну необхідних для їх подальшої самореалізації у професійній діяльності.

Відповідно до об'єкта та предмета дослідження психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну належать до психолого-педагогічного типу. Ці чинники є функціонально спрямованими у професійній діяльності фахівців сфери дизайну та забезпечать формування комунікативної культури, розвиваючи їхні комунікативні навички. Психолого-педагогічні чинники зорієнтовані на усвідомлення знань щодо комунікативної культури та її значення у професійній діяльності фахівців сфери дизайну, роль мотивації та самомотивації щодо вдосконалення структурних компонентів комунікативної культури, впровадження комплексу методик та діагностик щодо розвитку комунікативної культури, організацію комунікативного процесу, що зорієнтований на суб'єктно - суб'єктній взаємодії, врахування особистої позиції кожного фахівця сфери дизайну як суб'єкта професійної діяльності.

Л. Руденко відповідно до визначеної структури комунікативної культури дослідила заходи, що впливають на розвиток комунікативної культури фахівців сфери обслуговування. Розглянемо їх детальніше [42].

Мотиваційно-цільові заходи розвитку комунікативної культури передбачають:

- зорієнтованість професійної підготовки фахівців сфери обслуговування на виконання соціального замовлення та підготовку висококваліфікованих фахівців сфери послуг, які готові відповідально виконувати свої обов'язки;

- формування ціннісного ставлення до професійно-комунікативної діяльності, що спрямована на підвищення мотивації досягнення під час потреби вдосконалення комунікативної культури [42].

Процесуально-змістові заходи розвитку комунікативної культури передбачають:

- створення інноваційного середовища;
- розвиток пізнавальних здібностей;
- формування комунікативної свідомості;
- перетворення професійних знань у систему власних суджень, поглядів та поведінки у процесі комунікативної взаємодії;

- інтеграцію професійно-орієнтованих знань, умінь та навичок для забезпечення ефективності формування комунікативної культури;

- включення майбутніх фахівців у процес професійно-практичної підготовки для набуття досвіду професійної діяльності [42].

Організаційно-технологічні заходи розвитку комунікативної культури передбачають:

- упровадження активних методів та комунікативних технологій;
- впровадження авторської системи розвитку комунікативної культури, що передбачає застосування комплексу комунікативних навичок комунікативної взаємодії [42].

Суб'єктно-орієнтовані заходи розвитку комунікативної культури передбачають:

- спрямованість процесу формування комунікативної культури фахівців на досягнення високого рівня професіоналізму;
- активізацію комунікативних здібностей та вироблення комунікативних умінь щодо ефективної комунікативної взаємодії;
- готовність адаптуватися у мінімальний термін до виробничого середовища, що свідчить про соціальну зрілість майбутніх фахівців та їхню відповідність вимогам підприємства [42].

Впровадження запропонованих заходів сприятиме розвитку комунікативної культури та реалізації ефективній комунікативній взаємодії у професійній діяльності фахівців сфери обслуговування.

Є. Васютинська вважає, що під час організації комунікативної взаємодії суб'єктів комунікативного процесу особливо важливим стає створення відповідних умов для розвитку суб'єктної позиції майбутніх фахівців через актуалізацію та збагачення власного суб'єктного досвіду:

- звернення до раніше накопичених знань та умінь;
- стимулювання до використання різних способів та самостійного вибору виконання завдання;
- створення ситуацій морального вибору;
- заохочення пошуку нестандартних варіантів вирішення проблеми;
- організація пізнання через переживання;
- актуалізацію чуттєвого досвіду тощо);
- розвиток активності та створення ситуацій вибору [9].

Створення відповідних умов для розвитку суб'єктної позиції через актуалізацію власного суб'єктного досвіду сприятимуть розвитку комунікативної культури фахівця, що забезпечить прийняття відповідальності за власний вибір та результат вирішення проблеми.

К. Галацин провідними психолого-педагогічними чинниками формування комунікативної культури визначає наступні:

- цілеспрямованість та систематичність організації і проведення навчально-виховної та науково-дослідної роботи, що орієнтована на діалогічну комунікативну взаємодію, співробітництво, партнерство в системі відносин «викладач-студент»;

- оновлення змісту навчально-виховної роботи у вищому навчальному закладі з врахуванням комунікативного потенціалу майбутніх фахівців, шляхом створення позитивної атмосфери, розширення сфери професійного спілкування, як в освітньому процесі, так і під час проходження практик та виконання науково-дослідних робіт;

- впровадження інтерактивних форм та методів щодо розвитку комунікативної культури майбутніх фахівців, які забезпечують суб'єкт-суб'єктну взаємодію усіх учасників освітнього процесу з метою формування комунікативності, комунікативної толерантності, емпатії, рефлексії та здатності до саморегуляції;

- управління процесом формування комунікативної культури майбутніх фахівців [12].

Визначені психолого-педагогічні чинники є взаємозалежними та взаємодоповнюються між собою.

Серед пріоритетних у розвитку комунікативної культури фахівців автором визначено наступні принципи:

- організація освітнього процесу на основі діалогу;
- суб'єкт-суб'єктна взаємодія учасників освітнього процесу;
- інтелектуальне співробітництво та партнерство;
- творча активність у спілкуванні, рефлексія та емпатія [12].

Наступним етапом є модифікований добір змісту, що передбачає визначення системи знань, умінь, навичок та оптимального обсягу

інформації для оволодіння комунікативною культурою у контексті комунікативної діяльності.

Дієвими формами та методами навчально-виховної роботи здобувачів вищих визначено:

- традиційні (бесіди, лекції, розповіді, роз'яснення та вправи);
- інноваційні (дискусії у стилі ток-шоу, дискусії у формі симпозіуму, дебати, «сократівські діалоги», моделювання практичних ситуацій, «мозкова атака», метод можливих варіантів «дерево рішень», метод кейсів, метод проектів, соціально-психологічний тренінг) [12].

Важливим також є врахування вимог до викладача вищого навчального закладу, який має бути толерантним, комунікабельним та гуманним у комунікативній взаємодії із майбутніми фахівцями. У сучасного педагога мають бути розвинені комунікативні навички, якості та здібності, які сприятимуть розвитку комунікативної культури у майбутніх фахівців загалом [12].

Н. Савчук визначає наступні психолого-педагогічні чинники розвитку комунікативної культури, а саме:

- формування позитивної мотивації та використання принципів інноваційності, інтерактивності, професійної спрямованості;
- забезпечення психолого-педагогічної підтримки майбутніх фахівців;
- застосування інтерактивних технологій (ділові та рольові ігри, дебати, мозковий штурм, кейс ситуації, метод проектів, соціально-психологічні тренінги);
- забезпечення сучасного змісту професійної підготовки майбутніх фахівців з метою формування комунікативних умінь та навичок у процесі вивчення гуманітарних дисциплін [45].

Доцільно більш детально проаналізувати психолого-педагогічні чинники розвитку комунікативної культури з позиції автора.

Формування позитивної мотивації забезпечить значний вплив на ефективність комунікативної діяльності та формування комунікативних умінь у рамках професійного й міжкультурного спілкування. У зв'язку з цим, враховуючи індивідуальний підхід педагогу необхідно підібрати відповідні засоби включення усіх фахівців до освітнього процесу, а саме:

- застосовувати аудіо-візуальних засоби;
- застосовувати інтерактивні методи навчання;
- впроваджувати заняття, що спрямовані на практичну діяльність;
- розробляти індивідуальних завдань;
- розподіляти ролі під час застосування групових методів навчання;
- використовувати індуктивні методів навчання [45].

Створення мотиваційного середовища сприятиме формуванню стійкої мотивації та розвитку комунікативних навичок.

Забезпечення психолого-педагогічної підтримки фахівців є певним процесом створення сприятливих умов для налагодження емоційного фону з метою самостійного вибору адекватної моделі поведінки у комунікативному процесі. Здійснюючи психолого-педагогічну підтримку педагог має поєднувати методи та прийоми розвитку особистісно-професійних компетенцій фахівців та їх комунікативну культуру [45].

Впровадження інтерактивних технологій у процесі професійної підготовки майбутніх фахівців характеризуються зворотнім зв'язком та сприяють залученості усіх учасників комунікативного процесу. Позитивним ефектом використання інтерактивних методів є формування креативності та критичності мислення, спрямованості та мотивації професійної діяльності. Використанням інтерактивних технологій передбачає моделювання практичних ситуацій та спільне вирішення проблем на основі аналізу обставин, що сприятиме створенню атмосфери ефективної комунікативної взаємодії, запровадження рольових та дидактичних ігор, що сприятиме формуванню комунікативних навичок [45].

Сучасні фахівці, які володіють комунікативними навичками на високому рівні відповідають освітнім європейським стандартам. Доцільним вважаємо впроваджувати діалогове навчання, що сприятиме формуванню діалогічної компетентності. Саме така компетентність дозволить майбутнім фахівцям реалізувати психолого-дидактичні механізми самоорганізації дослідницько-пошукової діяльності та забезпечить розвиток критичного мислення. В процесі діалогового навчання проявляється зацікавленість, підвищується мотивація, відбувається розвиток комунікативних навичок та розширюється світогляд [45].

Забезпечення сучасного змісту професійної підготовки майбутніх фахівців передбачає формування комунікативної культури та підбір інноваційних методів навчання з метою формування комунікативних навичок. Підбір сучасних методів та форм навчання має обумовлюватися цілям, змістовним наповненням навчального матеріалу, навчально-професійною мотивацією та важливістю розвитку комунікативних навичок у професійній сфері. До сучасного змісту професійної підготовки майбутніх фахівців з метою формування комунікативних навичок доцільно включати такі методи, як: інтерактивні лекції, проблемні лекції, лекції-бесіди, лекції-діалоги, бінарні лекції, проведення ділових та рольових ігор. Формування комунікативних навичок майбутніх фахівців здійснює позитивний вплив на їх творчу самореалізацію та удосконалення професійної діяльності [45].

Розвитку комунікативних навичок фахівців сфери дизайну сприятимуть: особистісно-орієнтована технологія, розвивальна технологія, технологія проблемного навчання, інформаційно-комунікативні технології, кейс-технологія, інтерактивні технології, ігрові технології та тренінгові технології.

Проведений аналіз концептуальних підходів надав змогу сформулювати психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну:

- формування потреби вдосконалення рівня комунікативної культури та комунікативних навичок;
- розвиток ціннісного ставлення до комунікативної культури та усвідомлення її важливості у сфері дизайну;
- сприяння комунікативній активності та мотивацій у комунікативному процесі;
- розвиток комунікативних здібностей та комунікативних якостей фахівців сфери дизайну;
- формування комунікативного потенціалу з метою рефлексивного аналізу власних комунікативних можливостей;
- формування рефлексивного ставлення до комунікативної діяльності;
- формування комунікативної свідомості особистості фахівців;
- вдосконалення комунікативної компетентності фахівців;
- вироблення морально-етичних переконань комунікативної взаємодії;
- оволодіння нормами та правилами комунікативної взаємодії;
- оволодіння сучасними технологіями комунікативної взаємодії;
- розвиток комунікативних навичок виконання професійних обов'язків;
- стимулювання мотивацію щодо вдосконалення комунікативних навичок та якостей;
- поєднання традиційних та інноваційних методів з метою формування комунікативних навичок у професійній діяльності;
- розкриття комунікативних можливостей для творчого застосування комунікативних навичок у реальних комунікативних ситуаціях;
- підбір форм, методів і технологій для забезпечення суб'єкт-суб'єктної взаємодії як моделі розвитку комунікативних навичок;
- підбір форм, методів і технологій для формування комунікативної культури та вироблення засобів саморегуляції комунікативних дій;
- організація ефективної комунікативної взаємодії з метою систематизації цінностей та морально-етичних норм;

- використання елементів діалогового навчання з метою розвитку комунікативних навичок у професійній діяльності;
- удосконалення комунікативних навичок у комунікативних ситуаціях з метою моделювання ефективної комунікативної поведінки;
- активізація та мотивація комунікативної взаємодії у діяльності;
- формування психологічної готовності до практичного застосування комплексу комунікативних навичок комунікативної взаємодії;
- формування потреби у майбутніх фахівців до самоактуалізації та самореалізації в комунікативній діяльності.

Таким чином, обґрунтовані психолого-педагогічні чинники, що спрямовані на формування комунікативної культури фахівців сфери дизайну. Запропоновані чинники сприятимуть розвитку комунікативних навичок з метою моделювання ефективної комунікативної поведінки та успішній комунікативній взаємодії у професійній діяльності.

Висновки до розділу

Проаналізовано комунікативну культуру фахівців сфери дизайну, що є багатоаспектним психологічним утворенням особистості та складається з взаємопов'язаних компонентів сформованості комунікативних навичок та якостей, які забезпечать ефективну комунікативну діяльність.

Охарактеризовано комунікативні навички як важливу складову комунікативної культури фахівців сфери дизайну, що відображають комунікативну поведінку особистості, яка характеризується комунікативними, соціально-перцептивними та інтерактивними вміннями.

Визначено психолого-педагогічні чинники комунікативної культури як комплекс психолого-педагогічних заходів, що забезпечить рівень розвитку комунікативних навичок та комунікативних якостей фахівців сфери дизайну у професійній діяльності.

РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГО- ПЕДАГОГІЧНИХ ЧИННИКІВ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ДИЗАЙНУ

2.1 Структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери дизайну

Структурування комунікативної культури фахівців сфери дизайну набуває все більшої актуальності, що зумовлено підвищенням рівня їхньої професійної підготовки та конкурентоспроможності на ринку праці. Проте, у сучасних дослідженнях досі не існує єдиного підходу до структурування комунікативної культури фахівців саме сфери дизайну та немає чіткості до визначення її компонентів. З огляду на означену проблему, важливо звернутися до наукових досліджень та розкрити структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери дизайну з різних точок зору.

У структурі загальної професійної культури особистості фахівців сфери дизайну комунікативна культура відображається в таких компонентах, як: культура мовленнєвого спілкування, культура комунікативної діяльності та культура мовної поведінки. Комунікативна культура є системою не лише професійних якостей особистості, але й особистісних якостей фахівця сфери дизайну, що включає в себе такі компоненти. як: мовну культуру, культуру спілкування, культуру жестів, культуру сприйняття, емпатійну культуру та культуру комунікативних навичок. Комунікативна культура фахівців сфери дизайну має включати в себе особистісну складову, що характеризується психологічним типом, індивідуально-психологічними властивостями особистості, рівнем емоційності та комунікабельності, здатністю до емпатії та комунікативної взаємодії. Комунікативна культура фахівців сфери дизайну визначається рівнем комунікативних навичок та умінь, адже будь-які уміння ґрунтуються на певних знаннях, їх усвідомленні та трансформації щодо комунікативної ситуації у професійній діяльності [41].

У наукових публікаціях комунікативна культура особистості фахівця тлумачиться як складова професійної культури, що сприяє об'єктивному сприйняттю інформації та створенню ефективної комунікативної взаємодії.

Із позицій діяльнісного підходу комунікативна культура складається з таких компонентів, як:

- світоглядний - система поглядів та знань фахівця, етичних норм та естетичних цінностей особистості, що спрямовані на досягнення професійного результату в міжособистісній комунікативній діяльності;

- мотиваційний - мотиви комунікативної поведінки, комунікативні установки, мотиваційна спрямованість та потреби усвідомлення особливостей професії;

- комунікативний - комунікативні навички, професійна спрямованість мовлення, як засобу формування особистісно-професійних якостей необхідних для самореалізації в комунікативній взаємодії;

- емоційно-вольовий - тактовність, витримка, толерантність, що сприяє вибору вербальних та невербальних засобів спілкування;

- конструктивний - здатність обирати оптимальний стиль комунікативної поведінки та адекватно сприймати себе як фахівця [10].

Комунікативна культура є системою знань про моделі комунікативної поведінки, що прийняті в суспільстві, а також комунікативних умінь, що органічно реалізуються в діловому спілкуванні. В її складі виділяють:

- психологічні особливості, що включають емпатію та саморегуляцію;
- особливості мислення, що виражається у гнучкості та нестандартності;
- соціальні установки, що зумовлюють інтерес до процесу спілкування;
- сформованість комунікативних умінь [42].

Дослідники особливої значущості у структуруванні комунікативної культури надають психолого-педагогічним чинникам, що впливають на комунікативну поведінку особистості фахівця. Розглянуті чинники є передумовами ефективності професійної діяльності фахівців сфери дизайну.

Л. Іванченко розглядає структурування комунікативної культури фахівців політехнічного профілю та визначає такі компоненти, як: мотиваційно-ціннісний, загальнокультурний, розумово-мовленнєвий, професійно-технічний. Розглянемо їх детально з позиції автора:

- мотиваційно-ціннісний компонент, що реалізується через принцип професійної спрямованості змісту дисциплін, стимулює майбутнього фахівця до вдосконалення комунікативної культури та регулює комунікативну поведінку;

- загальнокультурний компонент, що відображає загальну та комунікативну культуру особистості, що базується на професійній підготовці;

- розумово-мовленнєвий компонент, що проявляється сформованістю загальних характеристик мислення та мови за умов впровадження в освітній процес підручників відповідно до спеціалізації фаху;

- професійно-технічний компонент, що передбачає оволодіння професійною термінологією [42].

Детальний розгляд структурних компонентів комунікативної культури дозволило констатувати, що запропоновані компоненти є взаємозалежними та мають реалізовуватися з урахуванням психолого-педагогічних чинників у професійній підготовці майбутніх фахівців.

Ю. Малик розкриває комунікативну культуру державного службовця через систему знань, цінностей, норм та зразків поведінки, що прийняті у суспільстві, а також уміння природно, органічно, невимушено реалізовувати їх у емоційному та діловому спілкуванні. В структурі комунікативної культури автор виокремлює взаємопов'язані компоненти такі, як: пізнавальний, особистісний та практичний [31].

Пізнавальний компонент ґрунтується на знаннях про:

- стилістичні, лексичні, граматичні, фонетичні аспекти мови;
- основи процесу спілкування;

- суб'єктів комунікативного процесу;
- особливості професійного спілкування;
- формули вербального етикету;
- норми невербальної поведінки [31].

Особистісний компонент відображає:

- комунікативні якості;
- ціннісні орієнтації у процесі спілкування;
- адекватність самооцінки особистості [31].

Практичний компонент характеризується такими комунікативними вміннями:

- контролювати свою поведінку;
- проявляти такт та розуміти інших;
- презентувати себе у професійному спілкуванні;
- організовувати спільну діяльність;
- запобігати конфліктам та врегульовувати їх;
- психологічно оптимально вибудовувати своє мовлення;
- аналізувати вчинки інших та давати їм адекватну соціально-психологічну оцінку [31].

Визначальними у вищезазначеній структурі комунікативної культури є система ціннісних орієнтацій, що забезпечують регулювання спілкування.

Л. Пономаренко в структуру комунікативної культури майбутнього фахівця виокреслює такі основні складові [39]:

- індивідуально-особистісна, що охоплює індивідуальні особливості особистості (темперамент, здібності, характер, екстравертованість / інтровертованість, інтелектуально-пізнавальна сфера) та життєві надбання (ідеали, цінності, установки, моральні якості, етичні норми);
- мотиваційно-вольова, що охоплює ціннісно-мотиваційний компонент (потреби в пізнанні та самопізнанні, в оцінці інших у спілкуванні, самовдосконаленні, самоствердженні, самовираженні; мотивація досягнення

успіху та уникнення невдач; спрямованість на своє «Я», на комунікативний контакт, на комунікативну діяльність) та емоційно-вольовий компонент (емоційна культура, емоційна стійкість, самоконтроль), уміння уникати конфлікту та ефективно виходити з нього;

- соціально-комунікативна, що охоплює соціально-психологічний компонент (емпатія, сприйняття себе та інших, рефлексивні уміння, усвідомлення соціальної ролі та манери поведінки) та індивідуально-комунікативний компонент (взаєморозуміння, взаємозв'язок, уміння встановлювати та підтримувати контакт, комунікативна компетентність, культура мислення та мови, комунікативні знання, уміння та навички) [39].

Важливо зазначити, що фахівцям, які працюють у сфері дизайну необхідно володіти мистецтвом комунікації швидко підбирати відповідний стиль спілкування з клієнтами та колегами, адекватно розуміти комунікативну ситуацію, бути гнучкими та неординарними у спілкуванні, володіти здатністю до емпатії та навичками ефективної комунікативної взаємодії.

Л. Руденко виокремлює структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери обслуговування такі, як: особистісно-рефлексивний, когнітивно-гносеологічний, операційно-діяльнісний та професійно-орієнтований. Розглянемо їх детальніше [41]:

Особистісно-рефлексивний компонент характеризується загальною культурою та внутрішнім світом особистості фахівця, сприйманням довкілля і ставленням до нього, умінням оцінювати свої почуття та стани, здатністю до саморегуляції та емпатії [41].

Даний компонент передбачає врахування таких особистісних чинників:

- мотиваційно-ціннісного як сукупність ціннісних орієнтацій, комунікативних установок, мотивів комунікативної поведінки та професійно-комунікативних цінностей;

- мисленнєвого, що відображається гуманістичною спрямованістю інтелектуальною діяльністю, щирістю, гнучкістю мислення, нестандартністю асоціативного ряду та внутрішнього плану дій;

- психологічного, що проявляється здатністю особистості до оцінювання та самооцінювання, самоаналізу та саморозвитку, самоконтролю та саморегуляції, самоналаштуванням на спілкування, емпатією, особистісною атракцією;

- особистісно-комунікативного, що визначається тактовністю, толерантністю та рефлексією комунікативної діяльності, товариськістю, що проявляється у стійкому прагненні особистості до контактів з іншими у поєднанні із комунікабельністю, альтруїстичними тенденціями, здатністю отримувати естетичну насолоду від комунікативного процесу та контактністю, що проявляється у спроможності входити у психологічний контакт з іншими, формувати довірливі стосунки на засадах узгодженості та взаємосприйняття [41].

Когнітивно-гносеологічний компонент характеризується взаєморозумінням партнерів по спілкуванню та вказує на роль особистості в комунікативному процесі [41].

Даний компонент забезпечують:

- усвідомлення себе як суб'єкта спілкування;
- знання світоглядних особливостей особистості, етичних норм та естетичних рис професії;
- знання основ психології міжособистісного та професійного спілкування;
- набуття професійно-значущих комунікативних умінь і навичок міжособистісної комунікативної взаємодії (розуміння, сприймання, дотримання норм мовного етикету та невербальної поведінки);

- опанування технік спілкування з урахуванням (стилістичних, лексичних, граматичних, фонетичних аспектів мови) та розвитку мовних/іншомовних навичок [41].

Операційно-діяльнісний компонент характеризується арсеналом засобів, що забезпечують ефективний перебіг комунікативних процесів як частини міжособистісних стосунків у професійній сфері [41].

У ньому дослідниця виокремлює:

- вербальний (мовна дія та поведінка, оптимальне вибудовування свого мовлення);
- невербальний (візуальні, акустичні, тактильні, ольфакторні засоби спілкування);
- технологічний (телекомунікаційні та електронні засоби зв'язку);
- оцінювальний (сприйняття комунікативних дій співрозмовника, аналіз вчинків та надання адекватної соціально-психологічної оцінки) [41].

Професійно-орієнтований компонент характеризується показниками ефективності комунікативних дій особистості фахівця у професійній діяльності. Даний компонент включає соціальні установки (зацікавлення процесом та результатом комунікативної співпраці) та професійно-значущі якості [41].

Професійно-значущими якостями визначають:

- організаційні (поєднання вроджених та набутих рис характеру, створення іміджу та самопрезентація у професійній комунікативній взаємодії, організація колективної діяльності та запобігання конфліктам);
- конструктивні (адекватне оцінювання комунікативної ситуації, вибір відповідної моделі комунікативної поведінки, здатність обирати оптимальний стиль комунікативної взаємодії);
- прогностичні (проектування різних видів діяльності відповідно до комунікативної ситуації, моделювання комунікативного процесу та передбачення реакції співбесідника);

- інформаційно-аналітичні (уміння отримувати та передавати інформацію, уміння адекватно застосовувати прийоми рефлексивного та нереклексивного слухання, уміння розрізняти конгруентність вербального та невербального мовлення співбесідника, уміння розпізнавати емоційні стани, мотиви поведінки та наміри співбесідника);

- креативні (швидке прийняття рішень у нестандартних комунікативних ситуаціях, гнучкість та оперативність творчого мислення, що дозволить орієнтуватися в непередбачуваних комунікативних ситуаціях) [41].

З огляду на вищеписане, вважаємо, що запропонована структура комунікативної культури майбутнього фахівця є достатньо цілісною та враховує особистісний компонент, що характеризується здатністю до саморегуляції та сприятиме саморозвитку особистості у професійній комунікативній діяльності.

Вивчення проблеми структурування комунікативної культури у психолого-педагогічній літературі дозволило визначити структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери дизайну такі, як: індивідуально-комунікативний, мотиваційно-комунікативний та емоційно-комунікативний. Розкриємо їх детальніше.

Індивідуально-комунікативний компонент включає в себе:

- комунікативні знання про сутність, структуру, функції, психологічні особливості та стилі спілкування;

- комунікативні навички: уміння слухати, говорити, використовувати вербальні та невербальні засоби в процесі комунікативної діяльності;

- організаторські уміння: схильність до організаторської діяльності, уміння визначати особисті пріоритети, розподіляти власний робочий час, швидко реагувати на зміни та ефективно вирішувати поставлені завдання.

Мотиваційно-комунікативний компонент включає в себе:

- мотиваційну спрямованість на ефективну комунікативну взаємодію;

- мотиваційну установку на досягнення успіху та уникнення невдач.

Емоційно-комунікативний компонент включає в себе:

- здатність до емоційно-комунікативної стійкості, що сприятиме подоланню емоційних перешкод та бар'єрів у встановленні емоційних контактів;

- здатність до емоційно-комунікативної толерантності, що сприятиме емоційному комфорту у процесі комунікативної взаємодії.

Таким чином, структура комунікативної культури фахівців сфери дизайну є надзвичайно складним інтегральним динамічним утворенням, що включає в себе індивідуально-комунікативний, мотиваційно-комунікативний та емоційно-комунікативний компоненти.

2.2 Методика дослідження психолого-педагогічних чинників комунікативної культури фахівців сфери дизайну

У ході теоретичного дослідження визначено зміст та структуру комунікативної культури фахівців сфери дизайну, що розглядається як соціально-педагогічний феномен та визначається як цілісна система, що складається з взаємопов'язаних компонентів сформованості особистісних якостей, умінь, навичок, що сприятимуть їх адаптації до комунікативних взаємин у колективі та забезпечать досягнення цілей у комунікативній діяльності, орієнтуючись на успіх у професійній діяльності. Структура комунікативної культури фахівців сфери дизайну є надзвичайно складним інтегральним динамічним утворенням, що включає в себе такі компоненти, як: індивідуально-комунікативний, мотиваційно-комунікативний та емоційно-комунікативний.

Емпіричне дослідження проводилось на базі кафедри індустрії моди в легкій промисловості Хмельницького національного університету. В експерименті взяли участь 32 фахівця сфери дизайну.

Для дослідження індивідуально-комунікативного компоненту (комунікативні знання про сутність, структуру, функції, психологічні особливості та стилі спілкування; комунікативні навички: уміння слухати, говорити, використовувати вербальні та невербальні засоби в процесі комунікативної діяльності; організаторські уміння: схильність до організаторської діяльності, уміння визначати особисті пріоритети, розподіляти власний робочий час, швидко реагувати на зміни та ефективно вирішувати поставлені завдання) обрано: «Тест визначення рівня комунікабельності», «Тест комунікативності та адаптація працівника в колективі» (Г. Писаревська), «Методику вивчення комунікативних та організаторських здібностей» (В. Синявський та Б. Федоришин).

Для вивчення рівня комунікативних навичок фахівців сфери дизайну запропоновано «Тест визначення рівня комунікабельності». Тест містить 14 запитань на які необхідно надати відповіді. Кожна відповідь «так» - оцінюється в 2 бали, відповідь – «іноді» оцінюється в 1 бал, а відповідь «ні» - 0 балів. За результатами опитування необхідно підрахувати бали.

Результати тесту відображені в рисунку 2.1.

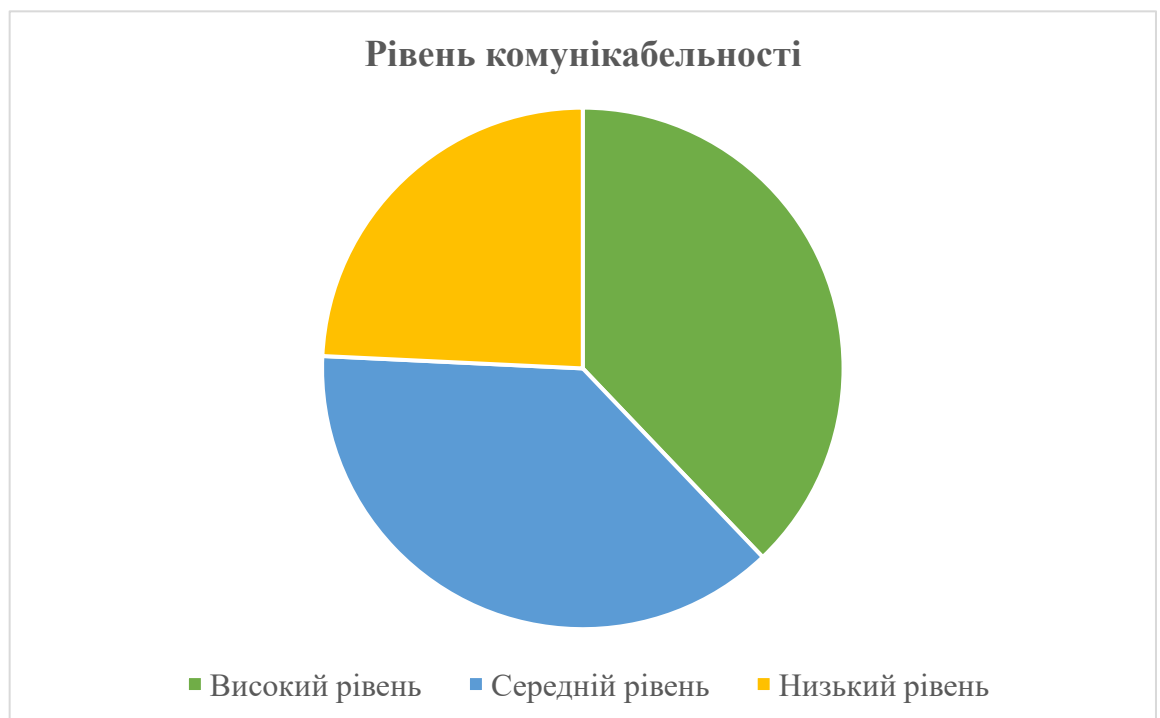


Рис. 2.1 – Рівень комунікабельності

За результатами тесту визначено такі рівні комунікабельності фахівців сфери дизайну:

- високий рівень комунікабельності фахівців сфери дизайну – 25.0%;
- середній рівень комунікабельності фахівців сфери дизайну – 59.4%;
- низький рівень комунікабельності фахівців сфери дизайну – 15.6%.

За результатами опитування у фахівців сфери дизайну переважає середній рівень комунікабельності, що характеризується середнім рівнем розвитку комунікативних вмінь, зокрема: формулювання думки з використанням культури спілкування, володіння техніками вербальної та невербальної комунікації, володіння вміннями аналізувати комунікативні ситуації, володіння техніками саморегуляції та самоконтролю у комунікативній діяльності.

Для вивчення комунікативних здібностей використано «Тест комунікативність та адаптація працівника в колективі» (Г. Писаревська).

Метою опитувальника є вивчення рівня комунікативності та адаптації шляхом тестування. Тест містить 10 запитань на які необхідно дати правильну відповідь. Методичними рекомендаціями є наступні: читаючи кожне твердження, респондентам слід позначити знаком «+» ті відповіді з якими вони згодні, та знаком «-», якщо вони не згодні з відповіддю.

Підрахунок здійснюється таким чином: за відповідь «ні» на питання 1, 5, 7 по одному балу та відповідь «так» також по одному балу на решту питань. За результатами опитування пропонується підрахувати кількість балів.

За результатами тестування визначено такі рівні комунікативних здібностей фахівців сфери дизайну:

- високий рівень комунікативних здібностей – 28.1%;
- середній рівень комунікативних здібностей – 50.0%;
- низький рівень комунікативних здібностей – 21.9%.

Результати тесту відображені в рисунку 2.2.

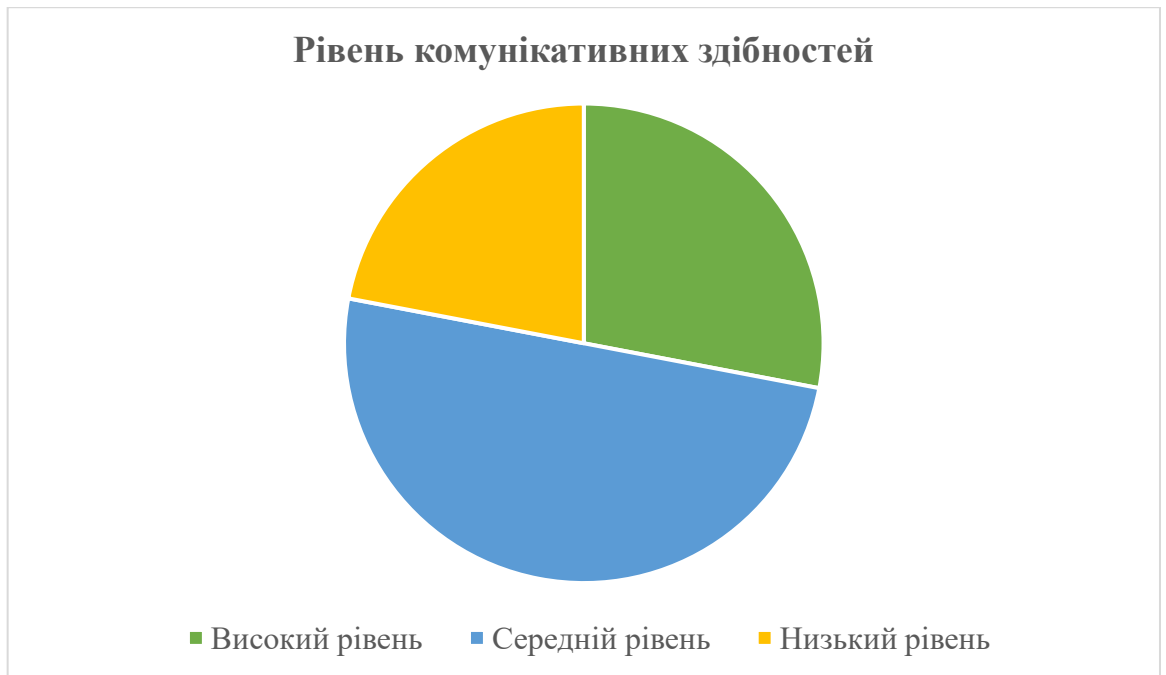


Рис. 2.2 – Рівні комунікативних здібностей

За результатами тестування фахівці з високим рівнем комунікативних здібностей легко входять у будь-яку роль та гнучко реагують на зміну ситуації у процесі комунікативної взаємодії; фахівці із середнім рівнем комунікативних здібностей щирі, але стримані у своїх емоційних проявах у процесі комунікативної взаємодії; фахівці із низьким рівнем комунікативних здібностей мають стійку прямолінійну поведінку та не вважають за потрібне змінювати її залежно від ситуації у процесі комунікативної взаємодії.

За результатами дослідження визначено середні показники комунікативних здібностей, що проявляються в комунікативній поведінці фахівців сфери дизайну.

Для вивчення організаторських умінь фахівців сфери дизайну використано «Методику вивчення комунікативних та організаторських здібностей» (В. Синявський та Б. Федоришин).

Метою методики є вивчення комунікативних і організаторських здібностей фахівців сфери дизайну, зокрема: вміння встановлювати ділові та міжособистісні контакти, прагнення до розширення їхньої сфери комунікативних контактів, участь у різних заходах, вміння здійснювати вплив на інших та проявляти ініціативу. Запропонована методика містить

питання на які респондентам потрібно відповісти обираючи при цьому один із запропонованих варіантів відповідей, а саме: «так» – 1 бал або «ні» – 0 балів. Важливо щоб опитуванні вільно висловлювали свою думку з кожного питання. За результатами дослідження набрана кількість балів співвідноситься зі шкалою визначення рівнів розвитку комунікативних та організаторських здібностей: низький рівень визначається наявністю 1-15 балів, середній рівень характеризується 16-29 балів, високий рівень відображає 30-40 балів.

Результати методики відображені в рисунку 2.3.

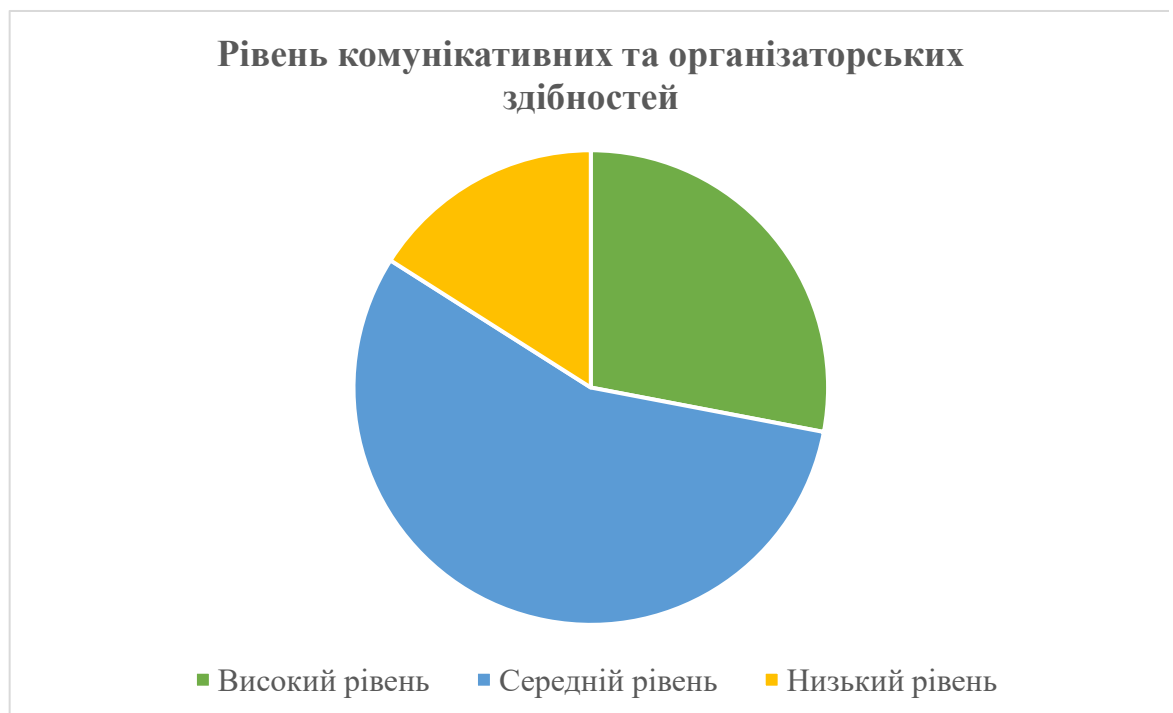


Рис. 2.3 – Рівень комунікативних та організаторських здібностей

За результатами методики визначено такі рівні комунікативних та організаторських здібностей фахівців сфери дизайну:

- високий рівень комунікативних та організаторських здібностей фахівців сфери дизайну – 28.1%;
- середній рівень комунікативних та організаторських здібностей фахівців сфери дизайну – 56.3%;
- низький рівень комунікативних та організаторських здібностей фахівців сфери дизайну – 15.6%.

Високий рівень прояву комунікативних та організаторських здібностей характеризується потребою в комунікативній та організаторській діяльності, такі фахівці активно прагнуть до розширення сфери комунікативних контактів, швидко орієнтуються у комунікативних ситуаціях та адаптуються до нового колективу, ініціативні та віддають перевагу у самостійному прийняттю рішень у складних ситуаціях.

Середній рівень прояву комунікативних та організаторських здібностей характеризується прагненням до комунікативних контактів не обмежуючись колом знайомств, такі фахівці орієнтуються у комунікативних ситуаціях та адаптуються в новому колективі залежно від обставин, потенціал їх комунікативних та організаторських здібностей потребує подальшого удосконалення.

Низький рівень прояву комунікативних та організаторських здібностей характеризується уникненням комунікативних контактів, часто такі фахівці відчувають труднощі в установленні комунікативних контактів та почувуються неадаптованими у новому колективі, надають перевагу самотності та погано орієнтуються у комунікативних ситуаціях, їх комунікативні та організаторські здібності потребують комплексного розвитку.

За результатами дослідження індивідуально-комунікативного компоненту розвиток комунікативної культури фахівців сфери дизайну залежить від рівня розвитку їх комунікативних та організаторських здібностей, що проявляються в умінні встановлювати ділові контакти та вмінні здійснювати вплив на інших.

Для дослідження мотиваційно-комунікативного компоненту (мотиваційну спрямованість на ефективну комунікативну взаємодію; мотиваційну установку на досягнення успіху та уникнення невдач) обрано: «Методику діагностики мотивації до успіху» та «Методику діагностики мотивації до уникнення невдач» (Т. Елерс).

Для вивчення мотивації досягнення успіху фахівців сфери дизайну використано «Методику діагностики мотивації до успіху» (Т. Елерс). Респондентам буде запропоновано 41 питання, на кожне з яких необхідно дати відповідь «так» або «ні». За результатами опитування необхідно підрахувати загальну суму балів. Чим більша сума балів, тим вищий рівень мотивації досягнення успіху фахівців сфери дизайну.

Результати методики відображені в рисунку 2.4.

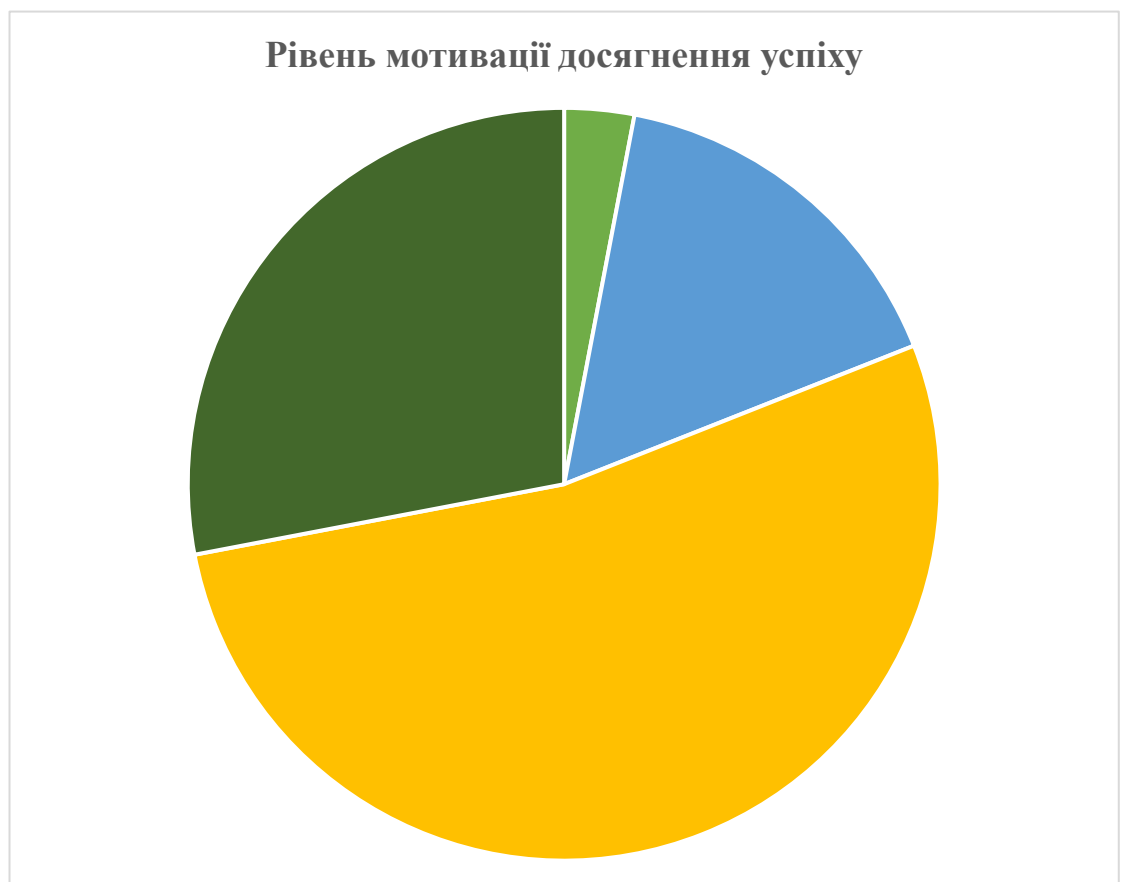


Рис. 2.4 – Рівні мотивації досягнення успіху

За результатами методики визначено такі рівні мотивації досягнення успіху фахівців сфери дизайну:

- дуже високий рівень мотивації досягнення успіху – 3.1%;
- помірно високий рівень мотивації досягнення успіху – 15.6%;
- середній рівень мотивації досягнення успіху – 53.1%;
- низький рівень мотивації досягнення успіху – 28.2%.

За результатами опитування у фахівців сфери дизайну переважають середні показники мотивації досягнення успіху, що свідчить про їхню достатню спрямованість на виконання складних завдань у процесі комунікативної діяльності.

Для вивчення мотивації до уникнення невдач фахівців сфери дизайну використано «Методику діагностики мотивації до уникнення невдач» (Т. Елерс). Досліджуваним пропонується список слів: тридцять колонок по три слова. У кожному рядку необхідно обрати тільки одне з трьох слів, яке характеризує учасника та позначити його. За результатами опитування необхідно підрахувати загальну суму балів. Чим більша сума балів, тим вищий рівень мотивації до уникнення невдач у фахівців сфери дизайну.

Результати методики відображені в рисунку 2.5.



Рис. 2.5 – Рівні мотивації до уникнення невдач

За результатами методики визначено такі рівні до уникнення невдач фахівців сфери дизайну:

- надто високий рівень мотивації до уникнення невдач – 6.3%;
- високий рівень мотивації до уникнення невдач – 18.7%;
- середній рівень мотивації до уникнення невдач – 53.1%;
- низька мотивація до самозахисту – 21.9%;

За результатами опитування у фахівців сфери дизайну переважають середні показники мотивації до уникнення невдач, що свідчить про їхню готовність до виконання складних завдань, але й визначено високий рівень мотивації до уникнення невдач, що сприяє мотиваційній напрузі спеціалістів при виконанні поставлених завдань.

Для дослідження емоційно-комунікативного компонента (здатність до емоційно-комунікативної стійкості, що сприятиме подоланню емоційних перешкод та бар'єрів у встановленні емоційних контактів; здатність до емоційно-комунікативної толерантності, що сприятиме емоційному комфорту у процесі комунікативної взаємодії) обрано: «Методику діагностики емоційних бар'єрів у міжособистісному спілкуванні» та «Методику діагностики комунікативної толерантності» (В. Бойко).

Для вивчення здатності до емоційно-комунікативної стійкості фахівців сфери дизайну, що сприятиме подоланню емоційних перешкод та бар'єрів у встановленні емоційних контактів використано «Методику діагностики емоційних бар'єрів у міжособистісному спілкуванні» (В. Бойко). Методика містить опитувальник який складається з 25 питань. Респондентам пропонується прочитати наведені нижче судження та дати відповідь «так» або «ні». За результатами опитувальника підрахуйте загальну суму балів. Чим більше балів, тим нижчий рівень емоційно-комунікативної стійкості очевидніші у спілкуванні.

Результати методики відображені в рисунку 2.6.

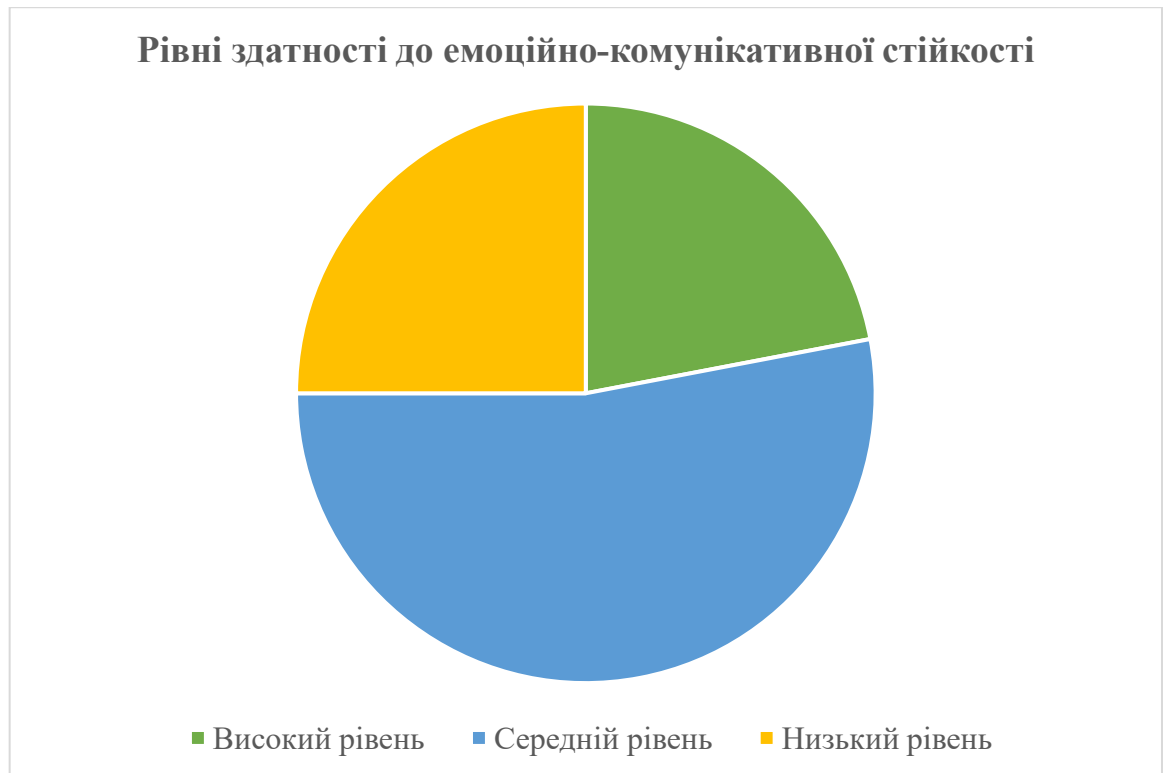


Рис. 2.6 – Рівень здатності до емоційно-комунікативної стійкості

За результатами методики визначені такі рівні здатності до емоційно-комунікативної стійкості фахівців сфери дизайну:

- високий рівень – 21.9%;
- середній рівень – 53.1%;
- низький рівень – 25.0%.

За результатами дослідження у фахівців сфери дизайну переважають середні показники здатності до емоційно-комунікативної стійкості, що характеризується психологічною здатністю контролювати та стримувати прояви негативних емоцій у процесі комунікативної діяльності

Для вивчення здатності до емоційно-комунікативної толерантності фахівців сфери дизайну, що сприятиме емоційному комфорту у процесі комунікативної взаємодії) використано «Методику діагностики комунікативної толерантності» (В. Бойко). Метою методики є вивчення здатності до емоційної толерантності (приймати/не приймати) індивідуальності інших. Досліджуванам пропонується оцінити себе в дев'ятох представлених нескладних ситуаціях взаємодії з іншими. При

відповіді дуже важлива перша реакція. Відповідати необхідно довго не роздумуючи та не пропускаючи питання: один бал – зовсім невірно; два бали – вірно до деякої міри (несильно); три бали – вірно значною мірою (значно); чотири бали – вірно найвищою мірою (дуже сильно). За результатами опитування чим більше балів, тим нижчий рівень емоційно- комунікативної толерантності.

Результати методики відображені в рисунку 2.7.

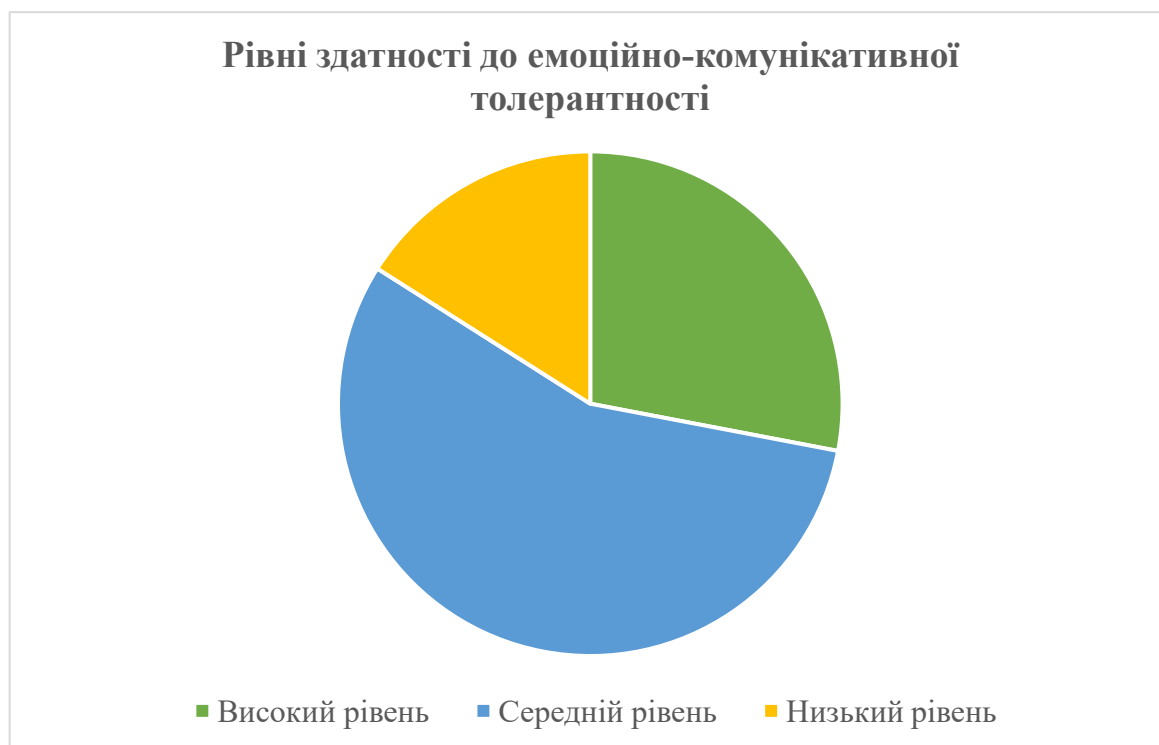


Рис. 2.7 – Рівень здатності до емоційно-комунікативної толерантності

За результатами методики визначені такі рівні здатності до емоційно-комунікативної толерантності фахівців сфери дизайну:

- високий рівень – 28.1%;
- середній рівень – 56.3%;
- низький рівень – 15.6%;

За результатами дослідження у фахівців сфери дизайну переважають середні показники здатності до емоційно-комунікативної толерантності, що характеризується психологічною готовністю взаємодіяти з іншими та приймати світоглядні бачення, стилі поведінки, мислення інших у процесі комунікативної діяльності.

2.3 Технологія розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну

Комунікативна культура характеризується комунікативними знаннями, уміннями та навичками, що забезпечать використання мови в комунікативній ситуації, знаходження адекватного комунікативного стилю у професійному спілкуванні та стратегії комунікативної взаємодії. Фахівці сфери дизайну з високим рівнем комунікативної культури виявляють толерантне ставлення до цінностей колективу, здатність до співпраці з колегами на основі взаємоповаги та взаємодовіри [30].

Важливого значення для розвитку комунікативної культури фахівців сфери дизайну належить інтерактивній технології навчання. Інтерактивна технологія навчання характеризується активною комунікативною взаємодією та передбачає залучення усіх суб'єктів до комунікативного процесу.

Особливостями інтерактивної технології навчання дорослих є:

- формування інтелектуально-творчої активності суб'єктів комунікативного процесу, що побудований на інтелектуальній та творчій комунікації;
- створення ситуацій взаємонавчання, що передбачає залучення кожного учасника до обговорення комунікативної ситуації;
- створення ситуацій успіху;
- створення атмосфери емоційного комфорту;
- використання інтерактивних форм та методів роботи.

Технологія комунікативної культури фахівців сфери дизайну являє собою інтерактивну модель комунікації між суб'єктами комунікативного процесу, яка сприятиме формуванню комунікативних знань та розвитку комунікативних навичок.

Під технологією комунікативної культури фахівців сфери дизайну будемо розуміти інтерактивну модель комунікації, яка застосовується в комунікативному процесі та спрямована на формування трьох структурних

компонентів комунікативної культури, а саме: індивідуально-комунікативного, мотиваційно-комунікативного та емоційно-комунікативного.

Метою технології комунікативної культури фахівців сфери дизайну є формування комунікативних знань та розвиток комунікативних навичок.

Завданнями технології комунікативної культури фахівців сфери дизайну є:

- створення комфортних умов для залучення учасників комунікативного процесу;
- створення психоемоційної атмосфери довіри та співпраці учасників комунікативного процесу;
- створення ситуацій успіху та мотивації учасників комунікативного процесу;
- створення умов для розвитку комунікативних навичок та умінь учасників комунікативного процесу;
- створення умов для саморозвитку та самоактуалізації учасників комунікативного процесу.

Принципами технології комунікативної культури фахівців сфери дизайну визначено:

- принцип активності учасників комунікативного процесу;
- принцип відкритого зворотного зв'язку між учасниками комунікативного процесу;
- принцип експериментування та активного пошуку нових ідей учасниками комунікативного процесу;
- принцип довіри між учасниками комунікативного процесу;
- принцип рівності позицій між учасниками комунікативного процесу.

Технологію комунікативної культури фахівців сфери дизайну можна представити через модель інтерактивного навчання, що передбачає три основні етапи:

- перший етап – підготовчий;
- другий етап – комунікативний;
- третій етап - рефлексивний.

Підготовчий етап включає підготовку до технології інтерактивного навчання. На цьому етапі важливо створити сприятливі умови для учасників комунікативного процесу. Необхідно підштовхувати учасників комунікативного процесу до діалогу та дискусій. Діалогове спілкування припускає, що співрозмовники комунікують один з одним на рівних позиціях. Такий психологічний контакт сприятиме зацікавленню та довіри між учасниками комунікативного процесу. На підготовчому етапі доцільно сформувати навчальні групи (навчальні пари або навчальні трійки). Оптимальний склад групи для ефективної комунікативної взаємодії не має перевищувати п'ять осіб.

На етапі комунікативної взаємодії слід мотиваційно підготувати учасників комунікативного процесу на взаємодію один і одним. На цьому етапі учасники усвідомлюють свою участь у комунікативному процесі, для цього важливо сформувати комфортне комунікативне середовище, що передбачає вироблення та узгодження спільних правил співробітництва, які сприятимуть розвитку комунікативних умінь та навичок ефективної комунікативної діяльності. На етапі комунікативної взаємодії у процесі пошуку спільного рішення, учасникам важливо основну увагу приділяти не особистостям, а діям групи: активна позиція при розв'язанні комунікативної ситуації, підтримка один одного у процесі вирішення комунікативних завдань, повага до інших учасників комунікативного процесу. У такому комунікативному режимі в учасників формується критичне та креативне мислення, зокрема: аналіз синтез та узагальнення думок щодо вирішення комунікативної ситуації, креативність у сприйнятті та пошуку вирішення комунікативних проблем.

Рефлексивний етап передбачає саморефлексію учасників комунікативної взаємодії, що спрямована на осмислення своїх власних дій та емоційних станів у комунікативному процесі, що у подальшому стане основою для самопізнання, самоаналізу та самоспостереження. Саме рефлексивний етап сприятиме особистісного зростання фахівців сфери дизайну у комунікативному процесі.

Впровадження технології комунікативної культури фахівців сфери дизайну передбачає застосування методики кейсів, шляхом чого є вирішення аналізу певних комунікативних завдань.

Кейси є багатофункціональним інтерактивним методом, що сприятимуть розвитку таких соціально-психологічних характеристик фахівців сфери дизайну, як:

- комунікативні уміння ефективно сприймати та оцінювати потрібну інформацію;
- комунікативні уміння дискутувати у комунікативному процесі;
- комунікативні уміння конструктивно формулювати та відстоювати свою позицію.

Кейси являють собою техніку активної комунікативної взаємодії, яка полягає у використанні практичних ситуацій у комунікативному процесі, що націлені на результат формулювання певної проблеми та оптимального пошуку її вирішення.

Змістовної структурою роботи з кейсами є:

- проблемний аналіз, що визначається певними відчуттями самої проблеми, що потребує вирішення;
- системний аналіз, що формує певні комунікативні уміння цілісного бачення проблеми;
- праксеологічний аналіз, що формує критичне мислення у процесі комунікативної діяльності;

- прогностичний аналіз, що розвиває прогностичне мислення комунікативної ситуації та передбачення дій для прийняття рішень;
- причинно-наслідковий аналіз, що встановлює причини та обставини, виникнення комунікативної ситуації;
- аксеологічний аналіз, що передбачає проектування системи оцінювання комунікативної ситуації, враховуючи різні позиції [38].

Технологія комунікативної культури передбачає формування комунікативної компетентності фахівців сфери дизайну:

- розвиток комунікативних навичок аналізувати та систематизувати інформацію, класифікувати важливу та неважливу інформацію, мислити чітко та логічно у процесі вирішення комунікативної ситуації;
- розвиток практичних навичок критичного та креативного мислення, здійснюючи генерацію альтернативних рішень;
- розвиток комунікативних навичок дискутувати, переконувати та використовувати вербальні/невербальні техніки спілкування;
- розвиток навичок самоаналізу, саморефлексії та самоконтролю у процесі комунікації [30].

Реалізація кейсів передбачає врахування психолого-дидактичних принципів, зокрема:

- індивідуальний підхід до кожного учасника комунікативного процесу;
- активна позиція кожного учасника комунікативного процесу в обговоренні кейсів та розв'язанні комунікативної ситуації;
- систематичний підхід до розв'язання комунікативної ситуації;
- проектування можливих варіантів розв'язання комунікативної ситуації;
- підбір оптимального та ефективного розв'язання комунікативної ситуації;

- орієнтація на професійну спрямованість розв'язання комунікативної проблеми;
- прогнозування та передбачення результатів комунікативної діяльності;
- уміння легко адаптуватися до нових комунікативних ситуацій;
- навички саморефлексії та самоконтролю;
- навички саморозвитку та самоактуалізації [38].

Технологія кейсів передбачає дотримання певних психолого-дидактичних вимог:

- кейси мають бути взаємопов'язані з практичною діяльністю фахівців;
- кейси мають відповідати рівню складності та мислення фахівців;
- кейси мають передбачати окреслення проблем, із якими фахівці зустрічаються у професійній діяльності;
- кейси мають стимулювати до дискусії, вдосконалюючи комунікативні навички фахівців;
- кейси мають спрямовувати на розробку декілька рішень конкретної проблеми;
- кейси мають спрямовувати на пошук достовірних шляхів розв'язання конкретної проблеми [38].

Пропонуємо приклади кейсів:

Кейс 1. Майстер-класи для фахівців сфери дизайну.

Проблематика. Підвищення професіоналізму та комунікативної компетентності фахівців, що полягає у забезпеченні ефективного досвіду при вирішенні комунікативних ситуацій та ознайомленні із сучасними техніками спілкування.

Рішення. Організація інтерактивних майстер-класів, де фахівці можуть не тільки навчатися новим технікам спілкування, але й відразу їх випробувати на практиці. Наприклад, майстер-клас з використання вербальних та

невербальних засобів спілкування дозволить фахівцям не тільки ознайомитися з техніками, але й розробити власні.

Результат. Учасники майстер-класів ознайомлені з новими комунікативними техніками та готові застосовувати їх у своїй практиці, що позитивно впливатиме на рівень комунікативного процесу [38].

Кейс 2. Онлайн-платформи для фахівців сфери дизайну.

Проблематика. Необхідність самоосвіти та постійного оновлення комунікативних знань для фахівців сфери дизайну, особливо в умовах швидких змін та сучасних технологій комунікації.

Рішення. Використання онлайн-платформ надасть доступ до великої кількості ресурсів, зокрема: вебінарів, відео-лекцій, інтернет-статей, тез, рекомендацій щодо розвитку комунікативної культури фахівців. Онлайн-платформа дозволить фахівцям сфери дизайну обирати індивідуальний темп навчання та взаємодіяти з іншими колегами через форуми.

Результат. Фахівці отримують гнучкий доступ до актуальних питань щодо комунікативної культури та методик щодо оцінки її рівня. Онлайн-платформи сприятимуть обміну досвідом з колегами та розширенню професійного горизонту вдосконалення власної практики [38].

Кейс 3. Інтерактивні воркшопи для розвитку комунікативних навичок фахівців.

Проблематика. Комунікативні навички є важливою складовою комунікативної культури фахівців. На практиці, не всі фахівці володіють достатнім рівнем розвитку комунікативних навичок.

Рішення. Реалізація інтерактивних воркшопів, на яких фахівці через групові дискусії, рольові ігри та комунікативні вправи навчаться ефективно комунікувати, вирішувати комунікативні ситуації та працювати в команді. Воркшопи надають можливість виступити в різних ролях, що допоможе краще зрозуміти динаміку комунікативної взаємодії.

Результат. Воркшопи розширять комунікативні навички фахівців, що безпосередньо позитивно впливатиме на їхню комунікативну діяльність [38].

Запропоновані кейси відкривають нові горизонти комунікативних знань для фахівців сфери дизайну та сприятимуть їх ефективній комунікативній взаємодії з колегами у професійній діяльності.

Таким чином, впровадження технології сприятиме розвитку комунікативної культури фахівців дизайну, зокрема комунікативних навичок та умінь. Успішна інтеграція технології сприятиме створенню відкритої та довірливої атмосфери між учасниками комунікативної взаємодії, забезпечуючи при цьому високий рівень мотивації та активності комунікативного процесу.

Висновки до розділу

Визначено структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери дизайну та діагностовано середні показники: індивідуально-комунікативного (комунікативні знання, комунікативні навички, організаторські уміння); мотиваційно-комунікативного (мотиваційну спрямованість на ефективну комунікативну взаємодію, мотиваційну установку на досягнення успіху та уникнення невдач) та емоційно-комунікативного (здатність до емоційної стійкості, здатність до емоційної толерантності) компонентів.

Розроблено технологію розвитку комунікативної культури, що являє собою інтерактивну модель комунікації між суб'єктами комунікативного процесу, яка сприятиме формуванню комунікативних знань та розвитку комунікативних навичок фахівців сфери дизайну фахівців у процесі комунікативної діяльності.

ВИСНОВКИ

Розкрито зміст комунікативної культури фахівців сфери дизайну, яка розглядається як соціально-педагогічний феномен та визначається як цілісна система, що складається з взаємопов'язаних компонентів сформованості особистісних якостей, умінь, навичок, що сприятимуть їх адаптації до комунікативних взаємин у колективі та забезпечать досягнення цілей у комунікативній діяльності, орієнтуючись на успіх у професійній діяльності.

Виокреслено зміст комунікативних навичок як складової комунікативної культури фахівців сфери дизайну, що відображають комунікативну поведінку особистості, яка характеризується комунікативними, соціально-перцептивними та інтерактивними вміннями. Комунікативними вміннями, що забезпечать ефективність комунікативної діяльності фахівців визначено: організація та управління комунікативним процесом, формулювання думки з використанням ділового етикету та культури спілкування, володіння техніками вербальної та невербальної комунікації, володіння вміннями аналізувати комунікативні ситуації та вирішувати їх, володіння навичками комунікативної емпатії, володіння техніками саморегуляції та самоконтролю у комунікативній діяльності.

Визначено психолого-педагогічні чинники комунікативної культури фахівців сфери дизайну: формування потреби вдосконалення рівня комунікативної культури та комунікативних навичок, розвиток ціннісного ставлення до комунікативної культури та усвідомлення її важливості у сфері дизайну, сприяння комунікативній активності та мотивації у комунікативному процесі, розвиток комунікативних здібностей та комунікативних якостей фахівців сфери дизайну, формування комунікативного потенціалу з метою рефлексивного аналізу власних комунікативних можливостей, формування рефлексивного ставлення до комунікативної діяльності, вдосконалення комунікативної компетентності

фахівців, вироблення морально-етичних переконань комунікативної взаємодії, формування психологічної готовності до практичного застосування комплексу навичок комунікативної взаємодії та формування потреби до самоактуалізації в комунікативній діяльності.

За результатами дослідження структуровано компоненти комунікативної культури фахівців сфери дизайну та визначено середні показники: індивідуально-комунікативного (комунікативні знання про сутність, структуру, функції, психологічні особливості та стилі спілкування; комунікативні навички: уміння слухати, говорити, використовувати вербальні та невербальні засоби в процесі комунікативної діяльності; організаторські уміння: схильність до організаторської діяльності, уміння визначати особисті пріоритети, розподіляти власний робочий час, швидко реагувати на зміни та ефективно вирішувати поставлені завдання); мотиваційно-комунікативного (мотиваційну спрямованість на ефективну комунікативну взаємодію; мотиваційну установку на досягнення успіху та уникнення невдач) та емоційно-комунікативного (здатність до емоційної стійкості, що сприятиме подоланню емоційних перешкод та бар'єрів у встановленні емоційних контактів; здатність до емоційної толерантності, що сприятиме емоційному комфорту у процесі комунікативної взаємодії) компонентів.

Розроблено технологію комунікативної культури фахівців сфери дизайну, яка являє собою інтерактивну модель комунікації між суб'єктами комунікативного процесу та сприятиме формуванню комунікативних знань та розвитку комунікативних навичок дискутувати, переконувати та використовувати вербальні/невербальні техніки спілкування, практичних навичок критичного та креативного мислення генерування нових ідей у процесі вирішення комунікативних ситуацій, навичок самоаналізу, саморефлексії та самоконтролю у процесі комунікативної діяльності.