

якість засвоєння не тільки дисципліни "Педагогічна конфліктологія", інших навчальних курсів, але й загалом професійну й особистісну компетентність та продуктивність студентів за рахунок заощадження часу, ресурсів, творчих перспектив.

Список використаних джерел

1. Кошечко Н. В. Принципи, методи та технології навчання студентів ВНЗ з педагогічної конфліктології: загально-теоретичні (С. Х. Чавдаров) та сучасні емпіричні аспекти / Н. В. Кошечко // Внесок С. Х. Чавдарова (1892–1962) у розвиток педагогічної науки і практики: матеріали наук.-пед. читань, присвячених 125-річчю від Дня народження С. Х. Чавдарова, 22 вересня 2017 р. / за заг. ред. А. А. Марушкевич. – Ніжин: ПП Лисенко М.М., 2018. – С. 61–85.
2. Фісун О. В. Педагогічна фасилітація як багатозначний феномен / О. В. Фісун : зб. наук. пр. Харківськ. нац. пед. ун-ту імені Г. С. Сковороди. – 2010. – Вип. 2.13 (109). – С. 133–139.
3. Шевченко К. О. Педагогічна фасилітація у контексті професійної компетентності вчителя / К. О. Шевченко : зб. наук. пр. Психологічні науки. – 2014. – Вип. 2.13 (109). – С. 258–263.
4. Фасилітація. Модерація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jak.magey.com.ua/articles/fasilitacija-moderacija-mediacija.html>.
5. Хілько С. Особливості формування фасилітаційної позиції майбутнього психолога в системі післядипломної педагогічної освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/pislya_dyplom_osvina/1_2016/%D0%A5%D0%98%D0%9B%D0%AC%D0%9A%D0%9E.pdf.
6. Цілі і техніка фасилітації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/16330826/psihologiya/tsili_tehnika_fasilitatsiyi.

7. Краткий обзор некоторых методов фасилитации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jarki.ru/wpress/2012/02/06/2970>.

References

1. Koshechko N. V. Pryntsypy, metody ta tekhnolohiyi navchannya studentiv VNZ z pedahohichnoyi konfliktoholiyi: zahal'no-teoretychni (S. KH Chavdarov) ta suchasni empyrychni aspekty / N. V. Koshechko // Vnesok S. KH. Chavdarova (1892–1962) v rozvytok pedahohichnoyi nauky i praktyky: materialy naukovo-pedahohichnykh chytan', prysvyachenykh 125-richchyu vid Dnya narodzhennya S. KH. Chavdarova, 22 veresnya 2017 r. / Za zahal'noyu redaktsiyeyu A. A. Marushkevych. – Nizhyn: PP Lysenko M.M., 2018. – S. 61–85.
2. Fisun O. V. Pedahohichna fasylytatsiya yak bahatoznachnyy fenomen / O. V. Fisun // Zbirnyk naukovykh prats' Kharkivs'koho natsional'noho pedahohichnoho universytetu imeni H. S. Skovorody. "Zasoby navchal'noy ta naukovo-doslidnoy roboty". – 2010. – Vyp. 34. – S. 133–139.
3. Shevchenko K. O. Pedahohichna fasylytatsiya u konteksti profesiynoi kompetentnosti vchytelya / K. O. Shevchenko // Zbirnyk naukovykh prats'. Psykholohichni nauky. – 2014. – Vyp. 2.13 (109). – S. 258–263.
4. Fasylytatsiya. Moderatsiya [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://jak.magey.com.ua/articles/fasilitacija-moderacija-mediacija.html>.
5. Khil'ko S. Osoblyvosti formuvannya fasylytatsiynoi pozytsiyi maybutn'oho psykholoha v systemi pislyadyplomnoyi pedahohichnoyi osvity [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/pislya_dyplom_osvina/1_2016/%D0%A5%D0%98%D0%9B%D0%AC%D0%9A%D0%9E.pdf.
6. Tsili i tekhnika fasylytatsiyi [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://pidruchniki.com/16330826/psihologiya/tsili_tehnika_fasilitatsiyi.
7. Kratkyy obzor nekotorykh metodov fasylytatsiyi [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://jarki.ru/wpress/2012/02/06/2970>.

Надійшла до редколегії 10.02.18

N. Koshechko, PhD (Pedagogical Sciences)
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

FACILITATION AS AN INNOVATIONAL TECHNOLOGY OF PEDAGOGICAL CONFLICT MANAGEMENT IN HIGHER EDUCATION

The article analyzes actual ideas on the problem of managing pedagogical conflicts in higher education. Special emphasis is put on innovative management technologies. Exclusive attention is paid to the technology of facilitation in the management of pedagogical conflicts of domestic institutions of higher education. The contents, historical aspect, principles, stages, specificity of the facilitation are considered in detail. The functions, purpose, actions, techniques, techniques of the faculty-facilitator in solving conflict situations in the high school are generalized.

The technology of pedagogical facilitation involves the use of various resource techniques. The most common of them are "Open Space", "World Café", "Future Search", "Appreciative Inquiry Summit", "Work Out".

Working with a group of students while studying the discipline "Pedagogical Conflictology", the facilitator constantly supports two processes: solving problems and ensuring the procedure, positive atmosphere in the group.

Summarizing all the above, we conclude that facilitation is an effective productive technology in the management of pedagogical conflicts in higher education. Its main content is put into the following statement of the facilitator: "I will help you – I know the purpose and we will find a way together for it!"

The facilitator is the person who organizes the process, engages the participants, and structures the work of the group. Teacher-facilitator – a person who didactically competently and qualitatively provides a successful group communication of students. That is, it solves the tasks, contributing to the comfortable atmosphere and fruitfulness of the discussion. Facilitator transforms the communication process into a convenient and easy for all its participants, helps the group to understand the overall goal and maintains a positive group dynamics to achieve this goal in the process of discussion, while not protecting one of the positions or parties.

Therefore, facilitation is an effective tool, a universal technology, the mastery of which greatly enhances the quality of mastering not only the discipline "Pedagogical Conflictology", other training courses, but also the professional and personal competence and productivity of students in general, at the expense of saving time, resources and creative perspectives.

Keywords: higher education, pedagogical conflict, innovative technologies, facilitation, facilitator, stages of facilitation.

УДК 378

Н. Креденець, д-р пед. наук,
Львівський коледж індустрії моди
Київського національного університету технологій та дизайну, Львів

ПЕДАГОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ПРОЦЕСІ НАВЧАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Досліджено зміст професійно-психологічної компетентності спеціалістів легкої промисловості, формування якої виступає важливим педагогічним завданням навчальної підготовки майбутніх фахівців виробничої сфери. Товарна привабливість продукції легкої промисловості визначається не стільки її об'єктивними властивостями, скільки суб'єктивними, психологічними потребами споживача. Тому навчальна підготовка спеціалістів легкої промисловості має сприяти формуванню їхньої професійно-психологічної грамотності як важливої складової частини загальної фахової компетентності.

Ключові слова: навчальна підготовка спеціалістів, легка промисловість, професійно-психологічна компетентність, компетентнісна освіта.

Постановка проблеми. Виклики сучасної інформаційної доби, специфіка інноваційного виробництва ставлять якісно нові вимоги до підготовки спеціалістів для всіх його сфер та галузей. Причому ці вимоги виходять далеко за межі суто організаційних або технологічних

питань, а торкаються сфери гуманітарного характеру. Відповідно до цих вимог, освітні системи підготовки спеціалістів господарчої сфери потребують принципового оновлення та якісного вдосконалення.

Онтологічні імперативи сучасності, пов'язані із глобалізацією міжнародних економічних відносин, із переходом від індустріальних принципів організації виробництва до інформаційних технологій вимагають стандартизації та уніфікації всіх критеріїв суспільного розвитку. У свою чергу, набуття світовим виробництвом якісно нового характеру зумовлює необхідність підвищення професіоналізму працівників виробничої сфери.

Мета і завдання дослідження. Визначення значення, змісту та методологічних принципів педагогічного процесу формування професійно-психологічної компетентності як формотворчого фактора становлення особистості спеціалістів легкої промисловості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Людський потенціал, знання та вміння використовувати їх залежно від конкретної ситуації стають основним капіталом виробництва та вирішальним ресурсом світового суспільного розвитку. Так, один із засновників науки менеджменту, усесвітньо відомий професор П. Дракер підкреслює, що в сучасну історичну добу "знання стало *головним*, а не просто *одним із* видів ресурсів, і воно перетворило наше суспільство в посткапіталістичне" [1, 98]. Індустріальна доба людства залишається в його історичному минулому і воно вступає у нову, постіндустріальну або, інформаційну, еру свого розвитку.

Зміни характеру сучасного виробництва ставлять нові вимоги і до освітніх систем, зокрема, – до сфери підготовки фахівців. Адже характер, цілі, методологія і методика освіти завжди, в усіх суспільствах і в усі часи детермінуються конкретними практичними потребами всіх галузей суспільного буття, його специфічними вимогами і передусім – сферою матеріального виробництва. Саме суспільне виробництво виступає суб'єктом формування, розвитку та змін освітніх систем. Ця вимога особливо стосується системи професійної освіти, яка повинна оперативно та гнучко реагувати на зміни не стільки у середовищі виробництва, скільки у сфері споживання, масового попиту. Ці зміни мають надзвичайно динамічний характер, що призводить до швидких, а іноді і несподіваних трансформацій ринкового середовища, виникнення нових його секторів та якісно відмінних товарних пропозицій.

Глобалізація світового господарчого середовища вимагає та зумовлює стандартизацію всіх параметрів суспільно-економічного розвитку країни, установлює уніфіковані виміри та критерії виробничої діяльності. Сучасне виробництво характеризується високою інтелектуалізацією та індивідуалізацією праці, підвищенням ролі людського фактора в усіх сферах виготовлення товарної продукції.

Саме тому ефективна виробнича діяльність вимагає від працівника високої та багатогранної професійної компетентності, яка не обмежується вузькою сферою технологічною сферою, а передбачає володіння базовими знаннями гуманітарного характеру, на що звертали увагу К. Абдулханова-Славська, Л. Виготський, Ю. Дворецька, Н. Ничкало, Л. Хомич та інші педагоги. Особливо це стосується спеціалістів легкої промисловості, продукція якої поєднує технологічні інновації із сучасними художньо-прикладними тенденціями.

Важливою складовою частиною фахового профілю спеціаліста є формування його професійно-психологічної компетентності, про що зазначали В. Болотов, І. Зимня, Е. Зеєр, В. Серіков, А. Хуторський. Компетентність такого роду означає здатність майбутнього виробника різноманітних товарів усвідомлювати психологію споживачів, їхню мотивацію, уподобання та прагнення; виробник повинен мати уяву про соціально-психологічну цінність та привабливість цих товарів, обсяг престижності та статусності володіння ними.

В економічній психології певного поширення у термінологічній сфері здобули такі дефініції, як "речова валентність людини" (РВЛ) та "людська валентність речі" (ЛВР) [див.: 2, 244].

Поняття РВЛ визначає психологічну орієнтованість на володіння речовими об'єктами, які мають високу соціальну цінність. Ця цінність становить розмір ЛВР, що вимірюється суб'єктивно визначеною споживчою привабливістю речі (товару) для окремої людини або суспільної групи безвідносно до реального потенціалу її практичної корисності. Наприклад, обираючи одяг, покупець керується не стільки його фізичними властивостями або здатністю виконувати своє функціональне призначення, скільки міркуваннями його престижності, статусності, відповідності пануючій моді.

Отже, споживча цінність товару визначається не стільки його здатністю задовольняти об'єктивні матеріальні потреби, скільки суб'єктивним уявленням споживача про соціально ціннісне значення володіння цим товаром та його публічної демонстрації. Усвідомлення ЛВР виробником конкретної товарної продукції є невід'ємною складовою частиною його професійно-психологічної компетентності.

Виклад основного матеріалу. Формування професійно-психологічної компетентності набуває особливої ваги та актуальності у процесі навчальної підготовки фахівців легкої промисловості. Адже товарна продукція цієї галузі виробництва, з одного боку, служить задоволенню природних базових потреб людей в одязі та взутті, але з іншого – відчуває найбільші коливання тенденцій моди та зміни соціальних смаків і уподобань, тобто валентності товару. Працівник легкої промисловості має враховувати два різновекторні фактори, що впливають на конкурентоздатність та збут вироблюваної продукції: об'єктивний (здатність товару задовольняти природні потреби людини) та суб'єктивний (привабливість товару, престижність володіння ним, прагнення і готовність споживача придбати його у власність).

Причому небачений раніше розвиток світового виробництва здатен повністю і навіть надмірно задовольнити всі природні, об'єктивні потреби людства у товарах легкої промисловості. Відомий гарвардський професор Д. Гелбрейт зазначає, що "сучасна ринкова економіка забезпечує виробництво споживчих товарів високої якості в надмірних обсягах" [3, 226]. Тому вся увага виробників спрямована в бік суб'єктивних (урешті-решт нематеріальних) потреб сучасного суспільства та його членів, які мотивуються престижними, статусно-референтними й інноваційними міркуваннями та прагненнями споживачів. Можна сказати, що стратегічним завданням сучасного світового виробництва є створення нових, якісно відмінних споживацьких потреб, які і виступають у ролі його головного продукту.

Д. Гелбрейт писав із цього приводу, що сучасне інноваційне виробництво "створює потребу, яку раніше ніхто не відчував... Виробництво та збут обмежено корисних або цілком некорисних виробів стає звичайною рисою економічної системи" [4, 181]. Неважко помітити, що багато сучасних споживачів постійно користуються товарами та послугами, потребу в яких вони не відчували ще пару десятиліть тому. Доречно нагадати, що саме Д. Гелбрейт запровадив у науковий лінгвістичний обіг поняття "психологічних потреб", які не мають безпосереднього зв'язку із життєдіяльністю людського організму і не мотивуються фізіологічною необхідністю. Саме психологічні потреби формують попит споживачів на продукцію легкої промисловості, і цей попит орієнтовано на престижне споживання: фірмова марка виробу має набагато більше значення, ніж його фізичні властивості. На це звертає

увагу японський економіст Тайічі Сакайя, коли повідомляє про те, що в Токіо чоловіча краватка "всесвітньо відомої марки "Гермес" або "Данхил" коштує у п'ять разів дорожче повністю аналогічного, але "нефірмового" виробу. Сакайя зазначає, що багато людей охоче купують краватки фірми "Гермес", оскільки "такий виріб є носієм цінності, що виходить за межі витрат, пов'язаних із його виготовленням" [6, 42]. Незаперечним є той факт, що ця цінність має виключно психологічну природу і не пов'язана з об'єктивними властивостями товару та із ступенем його здатності задовольняти потреби людини.

Отже, доцільно припустити, що в сучасних умовах не стільки виробництво задовольняє потреби споживання, скільки, навпаки, споживання обслуговує інтереси виробництва. Виробництво формує потреби споживачів, накидаючи їм такі матеріальні форми їхнього задоволення, які відповідають інтересам виробників.

Виробники масової продукції, розрахованої на задоволення потреб широкого кола споживачів, повинні не тільки передбачувати зміни їхніх суб'єктивних смаків та уподобань, але й вміти впливати на їхнє формування.

Саме тому навчальна підготовка спеціалістів виробничої сфери має бути спрямованою, зокрема, на формування їхньої професійно-психологічної компетентності. Особливо ця вимога стосується підготовки спеціалістів такої галузі, як легка промисловість, де мода, що формує уподобання та смаки споживачів, постійно демонструє закономірну тенденцію змінювати свої значення та форми набагато швидше, ніж у інших галузях виробництва (скажімо, у харчовій промисловості чи навіть у галузі виробництва побутової електроніки). Причому швидкість (навіть раптовість) змін тенденцій моди залежить від рівня розвитку можливостей виробництва задовольняти потреби споживачів. Наприклад, в умовах обмежених технологічних можливостей виробництва предметів одягу (в античні та середньовічні часи) мода не змінювалась протягом століть, але важко визначити та описати "моду XX століття" (особливо його другої половини, коли відбувся небачений раніше в історії людства розвиток світового промислового виробництва).

З огляду на це професійна компетентність спеціалістів легкої промисловості передбачає вміння впевнено орієнтуватися в маркетинговій ситуації, оперативно реагувати на її зміни та ефективно використовувати для цього не тільки технологічні можливості підприємства, але й знання психології споживачів.

Прикладною сферою практичної реалізації професійно-психологічної компетентності спеціаліста легкої промисловості є рекламна діяльність. Ефективність реклами базується саме на врахуванні психологічних характеристик та особливостей споживачів.

Авторитетні посібники з організації рекламного бізнесу підкреслюють, що "багато розбіжностей у характері покупок можна пояснити тільки психологічним складом людей" [5, 148]. Важливим завданням маркетингових підрозділів підприємств є організація сугестивного впливу на свідомість споживачів, формування привабливого сприймання ними образів пропонованих товарів, особливо їхніх нових зразків. Просування у ринкове середовище нових модифікацій товарів за допомогою реклами являє собою процес, орієнтований не на раціональне, а на суто емоційне їхнє сприйняття споживачем.

Отже, без розуміння психологічної структури споживачького попиту доволі важко здійснити успішне просування товарів легкої промисловості у ринкове середовище. Адже ефективна діяльність будь-якого підприємства передбачає тісний зв'язок та взаємовплив виробництва зі сферою споживання.

Водночас зауважимо, що професійна компетентність не є константною величиною, її ресурсний потенціал не сталий та безмежний – спеціаліст може втратити свою професійну кваліфікацію, якщо постійно не відтворює її відповідно до змін та вимог реальної виробничої ситуації, не реагує на зміни у самому виробництві. Таким самим чином він повинен реагувати і на зміни споживачьких запитів та настроїв, які мають незаперечно психологічну, суто суб'єктивну природу.

Водночас зауважимо, що професійно-психологічна компетентність вимагає від спеціаліста вміння не тільки враховувати суб'єктивні чинники споживання, але й постійно орієнтуватися на особистісне вдосконалення. У зв'язку з цим уважимо справедливим висновок про необхідність для спеціалістів стану "довічної освіти". Професійно компетентний працівник психологічно орієнтований на постійне якісне відтворення й оновлення своїх фахових знань та вмінь, оскільки безперервна освіта спеціаліста є незаперечним імперативом сучасного виробництва.

Висновки. Базова освіта у навчальному закладі тільки створює підвалини для подальшого самостійного вдосконалення професійної компетентності, а також вона має сформувати у людини внутрішню, психологічну потребу в постійному поповненні знань та вмінь, зорієнтувати її на безперервну освіту й самоосвіту. Ця вимога набуває особливого значення для спеціалістів легкої промисловості, оскільки продукція цієї галузі виробництва в умовах сучасності зазнає дуже швидких і кардинальних змін, тому зорієнтувати інтереси майбутнього фахівця на якийсь певний напрям моди в процесі навчання просто неможливо. Необхідно сформувати в нього внутрішню, психологічну потребу самостійно відслідковувати колювання у світі моди.

Таким чином, навчальна підготовка фахівців легкої промисловості повинна бути спрямована на формування всебічної компетентності майбутніх спеціалістів, включаючи їхню професійно-психологічну компетентність.

Навчальна діяльність педагогів Львівського коледжу легкої промисловості зорієнтована на формування у студентів не тільки розуміння специфіки виробництва, але й на усвідомлення особливостей споживання, психології користувачів тих товарів, які їм, як майбутнім спеціалістам, доведеться виробляти. У процесі викладання спеціальних дисциплін педагоги коледжу прагнуть висвітлювати їхній зміст із врахуванням завдань формування професійно-психологічної грамотності майбутніх фахівців.

Окремого дослідження та висвітлення потребує педагогіка навчальної підготовки майбутніх керівників виробничих підрозділів, формування у них навичок управління людьми та колективами за допомогою соціально-психологічних методів. Але не викликає сумніву, що професійно-психологічна компетентність керівника має вирішальне значення для ефективного управління виробничими колективами. Адже керівник суттєво обмежений у можливостях безпосереднього впливу на матеріальну сферу виробництва: основна його діяльність спрямована на мобілізацію, стимулювання та активізацію людського фактора, тобто підлеглого йому колективу.

Саме тому професія керівника передбачає оволодіння широким колом знань та вмінь, що потребують постійного оновлення й поповнення. Як пишуть німецькі фахівці менеджменту В. Зігерт та Л. Ланг, "процес управління – завжди творчий процес, він постійно вимагає нових ідей, готовності до вдосконалення" [7, 29].

Таким чином, формування професійно-психологічної компетентності є важливим напрямом навчальної підготовки спеціалістів легкої промисловості, складовими компонентами якого виступає формування теоретичних знань та практичних навичок у прикладних галузях соціальної психології, рекламної справи, інформатики.

Список використаних джерел

1. Дракер Питер. Посткапіталістическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / П. Драгер. – М.: "Academia", 1999.
2. Китов А. И. Экономическая психология / А. Китов. – М.: Экономика, 1987.
3. Гэлбрейт Джон К. Справедливое общество: гуманистический взгляд // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Д. Гэлбрейт. – М.: "Academia", 1999.
4. Гэлбрейт Дж. Экономические теории и цели общества / Д. Гэлбрейт. – М.: Прогресс, 1979.
5. Сэндидж Ч. Реклама: теория и практика / Ч. Сэндидж, В. Фрайбургер, К. Ротцолл. – М.: Прогресс, 1989.

6. Sakaija T. The Knowledge-Value Revolution, or A History of Future / T. Sakaija. – New-York: Kodansha America Ltd., 1991.
7. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов : пер. с нем. / В. Зигерт, Л. Ланг. – М.: Экономика, 1990.

References

1. Draker Piter. Postkapitalisticheskoye obshchestvo. – V kn.: Novaya postindustrialnaya volna na Zapade. Antologiya. – M.: "Academia", 1999.
2. Kitov A. I. Ekonomicheskaya psikhologiya. – M.: Ekonomika, 1987.
3. Gelbreyt Dzhon K. Spravedlivoye obshchestvo: gumanisticheskij viglyad. – V kn.: Novaya postindustrialnaya volna na Zapade. Antologiya. – M.: "Academia", 1999.
4. Gelbreyt Dzh. Ekonomicheskiye teorii i tseli obshchestva. – M.: Progress, 1979.
5. Sendidzh CH., Frayburger V., Rottsoll K. Reklama: teoriya i praktika. – M.: Progress, 1989.
6. Sakaija T. The Knowledge-Value Revolution, or A History of Future. – New-York: Kodansha America Ltd., 1991.
7. Zigert V., Lang L. Rukovodit' bez konfliktov. Per. s nem. – M.: Ekonomika, 1990.

Надійшла до редколегії 01.03.18

N. Krednets, Doctor of Education, Director
College of Fashion Industry of Kyiv National University of Technology and Design, Lviv, Ukraine

PEDAGOGICAL CONTEXT OF FORMATION OF PROFESSIONAL AND PSYCHOLOGICAL COMPETENCE IN THE PROCESS OF EDUCATIONAL TRAINING OF SPECIALISTS OF FASHION INDUSTRY

The present study analyzes the content of professional pedagogical competence in specialists of fashion industry, formation of which becomes an important pedagogical task for educational training of future experts in the sphere of production. The marketable effectiveness of fashion industry products is determined not only by their objective properties but also by subjective psychological needs of a consumer. That is why the educational training of future fashion industry experts should contribute to formation of their professional-psychological literacy as an important component of general professional competence. It has been proved that basic education in an educational institution only creates the basis for further self-improvement of professional competence, and also it should form a person's internal, psychological need for constant replenishment of knowledge and skills, orienting it to continuous education and self-education. Formation of professional-psychological competence is an important direction of training of specialists and the components of this training is the formation of theoretical knowledge and practical skills in applied branches of social psychology, advertising, computer science.

It has been shown that educational activity of teachers of Lviv college College of Fashion Industry of Kyiv National University of Technology and Design is oriented on the formation in students not only understanding the specifics of production, but also the awareness of the specifics of consumption, the psychology of users of products that they, as future specialists, will have to produce. In the process of teaching special disciplines, college teachers are keen to highlight their content, taking into account the tasks of forming professional psychological literacy of future specialists.

Keywords: educational training of experts, fashion industry, professional-psychological competence, competency based education.

УДК 37.013

Н. Кузьменко, д-р пед. наук, доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

ПРОФЕСІЙНО-ПЕДАГОГІЧНА КУЛЬТУРА ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Проаналізовано різні підходи до класифікації ціннісних орієнтацій особистості та приділено особливу увагу визначенню поняття професійних ціннісних орієнтацій. Виокремлено чинники, що впливають на формування професійних ціннісних орієнтацій студентської молоді під час навчання у закладах вищої освіти. Визначено роль професійно-педагогічної культури викладача вищої школи у формуванні професійних ціннісних орієнтацій студентів.

Ключові слова: студентська молодь, викладач вищої школи, професійно-педагогічна культура, професійні ціннісні орієнтації.

Постановка проблеми. Питання формування ціннісних орієнтацій студентської молоді в реформованому суспільстві, їхня структура і динаміка залишається незмінно актуальною. Сучасна студентська молодь істотно відрізняється від студентства ХХ ст. за такими характеристиками: молодь живе в новій країні, де розвивається демократія, вносяться корективи в цінності й ціннісні орієнтації підрастаючого покоління; інформаційне суспільство дає можливість студентам опанувати сучасну інформацію, класифікувати її, усвідомлювати і приймати відповідно до пізнавальних здібностей та професійної підготовки їх як майбутніх фахівців; прагнення студентів до нового, їх оперативне сприйняття, пов'язане з обумовленим віком молоді: легкого до навчання і відкритого до нових знань; потенційна можливість здо-

бувати освіту за кордоном в умовах європейського вектора розвитку вищої професійної школи України. Усе це визначає специфіку структури і динаміку розвитку ціннісних орієнтацій студентської молоді.

Більшість дослідників вважають, що навчання у закладах вищої освіти є найважливішим періодом для розвитку продуктивних ціннісних орієнтацій, оскільки здійснюється формування професійної компетентності майбутніх фахівців. Особливістю навчання сучасних студентів є той факт, що демократичне і творче середовище створює необхідні умови для їх особистісного зростання і формування вищого, автономного рівня системи ціннісних орієнтацій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Студенти, як особлива соціальна група, постійно перебувають