

Тому сприйняття соціальної реклами представниками спеціальності “Облік і аудит” (45,3 %) має байдужий характер, для них вона є мало привабливою (57,7 %) та мало інформативною (55,4 %).

Висновки. Отже, результати дослідження свідчать про те, що сприйняття соціальної реклами залежить від багатьох факторів, зокрема від належності до різних вікових категорій, статевої приналежності та від змісту учбово-професійної діяльності споживачів. Кожен з цих факторів має свої особливості. При створенні рекламного повідомлення соціального змісту необхідним є врахування ціннісних орієнтацій, поглядів, принципів, інтересів і потреб споживачів, що сприятиме правильному графічному оформленню соціальної реклами, організації її інформаційного змісту та ефективному його поданню різним цільовим аудиторіям.

ЛІТЕРАТУРА

1. Данчева О.В., Швалб Ю.М. “Як робити якісну рекламу” // Данчева О.В., Швалб Ю.М., Практична психологія в економіці і бізнесі. К. – 1998, – С. 184 – 196.
2. Лебедев – Любимов А.Н. Психология рекламы. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.
3. Лещук Н. “Психология рекламы” // Прикладная психология и психоанализ. – 2001. – №4. – С. 54 – 70.
4. Лещук Н. “Десять мифов о взаимоотношениях детей и рекламы” // Прикладная психология и психоанализ. – 2004. – №1. – С. 14 – 36.
5. Макарова Л.Л., Синельников В.М. Загальна психологія : методичні розробки семінарських занять: Навч. посібн. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 200 с.
6. М’ясоїд П.А. Загальна психологія: Навч. посібн. – 2-ге вид., допов. – К.: Вища шк., 2001. – 487 с.
7. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій, - К.: МАУП, 2002. – 325 с.
8. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии – СПб.: Питер, 2001. – 720 с.
9. Трофімов А.Ю. “Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів” // Прикладная психология и психоанализ. – 2004. – №4. – С. 16 – 18.
10. Хрестоматия по ощущению и восприятию / Под ред. Ю.Б. Михалевського. – М.: 1975. – МГУ. – 400 с.

О.В. Халчанська
Полтава

РОЛЬ МОВОЗНАВЧИХ ДИСЦИПЛІН У ГУМАНІЗАЦІЇ МІЖСОБИСТІСНОГО СПІЛКУВАННЯ СТУДЕНТІВ

Реалізація принципу гуманізації особистісних стосунків полягає у формуванні під час навчального процесу впевненості студентів у можливості поліпшення їх власних взаємовідносин з оточуючими – ровесниками, батьками, викладачами тощо. Студентам, майбутнім педагогам, до того ж необхідно оволодіти умінням спілкуватися з дітьми, ”щасливим учительським даром, від якого залежить багато, якщо не все”[2]. Опанування мовознавчими дисциплінами має значні потенційні можливості для розвитку відповідних компетентностей як міжособистісного спілкування, так і становлення комунікації у широкому соціальному контексті. На реалізацію цих засад спрямовані практиковані в ПДПУ технології викладання лінгвістичних дисциплін. Адже навчання мови полягає не тільки у набутті навичок усної і писемної грамотності та розвитку зв’язного мовлення, а й в умінні звернутися до адресата, встановити контакт з ним, виразити почуття мовця, відтворити образ світу і людини. Тому викладачі кафедри філологічних дисциплін дбають не лише про фахову підготовку, а й про формування комунікативної компетентності, тобто здатності встановлювати і підтримувати необхідні контакти з іншими людьми. Цьому сприяють такі дисципліни, як ділова українська мова, сучасна українська мова, теорія мовної комунікації, культура ділового мовлення.

Навчання мови на основі функціонального підходу передбачає уміння користуватися мовою як засобом спілкування, а формування знань про мову підпорядковується інтересам розвитку мовлення, прищеплення навичок культури людських стосунків, визначення громадянської позиції, національної самосвідомості.

Оцінювання результатів навчання відбувається із врахуванням пізнавальної самостійності студентів, уміння працювати з інформацією, її критично сприймати, застосовувати для розв'язання життєвих проблем. Наприклад, встановленню контакту із співрозмовником, яке залежить від характеру стосунків, ситуації, передбачають теми "Звертання", "Етикет спілкування". Звертається увага, які форми засвідчують приятельські стосунки, які підкреслюють повагу, коли вживаються форми "ти", "ви", коли не бажано використовувати займенники 3 особи (при присутній особі - виявлення неповаги до неї), чому не варто вживати просторічні кальки (типу "Привіткі").

Засвоїти норми етики спілкування - наприклад, висловити прохання, запрошення, відмову, згоду, пораду, підтвердження - сприяють заняття з тем "Типи речень з метою висловлення", "Спосіб дієслова" тощо. Так, доречними будуть запитання за змістом прочитаного типу "Про що б ти попросив у...? Щоб ти порадив другові у...?", які спонукають осмислити висловлене, зробити певний аналіз, висновок.

Нові технології навчання надають студентам можливість вибору стилю міжособистісного спілкування, тону висловлення. Цікавими будуть такі теми занять, як "Форми ділового спілкування й засоби досягнення його ефективності", "Соціально-психологічні та національні чинники успішної ділової взаємодії" тощо. Проте важливо не тільки визначити форми ділового спілкування, а й досягти його ефективності. Студенти ознайомлюються з культурою службової телефонної розмови, ділового листування, проведення диспуту, ведення щоденника тощо.

Мова, як відомо, у процесі спілкування варіюється залежно від того контексту, в якому вона застосовується. І завдання викладача навчити користуватися нею відповідно до потреб комунікації у рамках однієї із сфер діяльності. І учні, і студенти, які вивчають мову, мають бути добре підготовлені для спілкування у різних сферах діяльності, наприклад, в особистій сфері, центром якої є друзі, сім'я (а це ведення щоденника, задоволення соціальних інтересів).

Види мовленнєвої діяльності у професійній сфері охоплюють виконання певних посадових або професійних обов'язків, участь у процесі навчання. Студенти вчать скласти таблиці, схеми (проектна робота), відгадують кросворди, виконують тестові завдання, редагують написане тощо, із задоволенням працюють над написанням творів - есе, які трактують літературні, філософські та інші проблеми у вільній формі.

Публічна сфера мовлення полягає в тому, що мовець виконує різноманітні види діяльності, суспільні та адміністративні, з певною метою. Студенти, наприклад, ознайомлюються з проведенням різних видів диспуту, культурою їх проведення, комунікативною тактикою оптимального вирішення ділових конфліктів, мовною стратегією й тактикою ділової бесіди та переговорів.

Робота з розвитку культури спілкування триває протягом усього навчання мови, а під час вивчення конкретної теми удосконалюються навички і уміння. Студенти вчать правильного добору слова і граматичної конструкції. Так, при вивченні способу дієслова акцентується увага на різне вираження наказу, прохання, вимоги. Наприклад, форма недоконаного виду передає наказ більш категорично, ніж форма недоконаного, порівняймо: сядь і сідай. А частки -но, -бо послаблюють значення наказу і вживаються переважно в розмовному мовленні. Інфінітив, навпаки, передає наказ сильніше, а форма умовного способу вносить у висловлення відтінок прохання: "Чи не сказали б Ви, котра година".

Тема "Етикетна поведінка у мовленні" навчить студентів не допускати типових помилок при спілкуванні. Щоб бути приємним для інших людей, треба постійно

“поглиблювати і розвивати свою мовну компетенцію і вдосконалювати свою майстерність спілкування.”[3]

Таким чином, теза “Вчимося спілкуванню” є для майбутнього учителя, психолога основною, адже, як правильно визначено Г.С.Батищевим, “якщо ж культура індивіда нижче або ледь дорівнює рольовому мінімуму виконавства, то рольова логіка не піддається його суб’єктивному управлінню”[1].

ЛІТЕРАТУРА

1. Батищев Г.С. Проблема освещения и ее гносеологическое значение/ Гносеология в системе философского мировоззрения .-М. - 1983, с. 271.
2. Мистецтво життєтворчості особистості .-К.- 1997, с.610.
3. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування. -Львів .- 2001.- 224с.