

соціокультурної лінії зазначено в програмах, що було відібрано на основі відомостей освітніх галузей “Мова і література”, “Суспільствознавство”, “Естетична культура” і ін. Робота з текстами відповідної тематики та над системою інтелектуально й емоційно орієнтованих завдань поступово розкриватимуть когнітивний характер людських надбань.

Характерною складовою когнітивних координат роботи вчителя можна виокремити когнітивний стиль, його особистості, оскільки людина, активний носій когніції, виступає в подвійній ролі: як пізнаюча сторона і як центр перспективи. Об'єкт і суб'єкт тут переплітаються і взаємоперетворюються в акті пізнання.

Когнітивний стиль, за визначенням фахівців, – відносно усталені індивідуальні особливості пізнавальних процесів, що виражаються в пізнавальних стратегіях суб'єкта. Визначаючи когнітивний стиль у широкому розумінні, когнітивісти вважають, що для його встановлення важливо не стільки досягнення мети, скільки те, як вона досягається. Звісно, що кожній людині притаманний свій когнітивний стиль, як от: як вона організує свій процес пізнання, як осмислює нову здобуту інформацію, як перетворює її на інструмент свого подальшого духовного зростання. Отже, є підстави когнітивний розвиток людини розглядати як установа її когнітивного стилю. Це слід враховувати словесникам при аналізі мовного стилю письменників, учених, публіцистів та у процесі формування індивідуального стилю мовлення учнів. На основі такого розуміння питання вчитель спрямовує роботу учнів на уроці і позакласних заняттях зі словниками (тлумачними, синонімів, іншомовних слів і ін.), з досконаліми у мовному відношенні текстами з підготовки власних виступів школярів (усно і письмово) в різних мовленнєвих життєвих ситуаціях.

Досить перспективними є розробка конкретних аспектів когнітивної лінгводидактики.

Підкреслюючи актуальність когнітивного підходу в навчанні, не варто як і інші окремо взяті підходи абсолютизувати його. Адже когніції людини поки що обмежені і зростатимуть вони у процесі подальшої еволюції homo sapiens.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Краткий психологический словарь. – М.: Изд. политич. лит., 1985.
2. Демьянов В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. – 1994. – №4.
3. Чаркова М.Н. Психотехнологии когнитивного развития личности. – Абакан, 2001.
4. Пидкасистый П.И. Самостоятельная познавательная деятельность школьников в обучении. – М., 1980.

**УДК 378**

**Павлютенков Є.М.**

### **ДІАГНОСТИКА ВНУТРІШНЬОЇ ТА ЗОВНІШНЬОЇ МОТИВАЦІЇ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ОБСЛУГОВУЮЧОЇ ПРАЦІ**

*У статті розглянуто діагностику внутрішньої та зовнішньої мотивації дизайнерської діяльності майбутніх учителів обслуговуючої праці.*

*The article is about the diagnostic of the internal and external motivation of the designer's activities of future teachers of handicrafts (manual work).*

Підготовка вчителя обслуговуючої праці передбачає організацію різнопланової діяльності, серед якої особливе місце посідає дизайнерська діяльність. Дизайн – вид діяльності, спрямований на створення надійних, зручних, красивих речей, навколишнього предметного середовища. Дизайн-освіта передбачає формування високого художньо-конструктивного мислення, культури, світогляду, поведінки, конструктивних дій і вмінь.

Дизайн – якісно новий вид діяльності, який інтегрує технічну та гуманітарну культуру на проектній основі і спрямований на організацію гармонійного предметного середовища.

Наразі дизайн пронизує всі сфери життя розвинених країн. Він став неодмінним компонентом масової та елементарної культури, його вважають творчістю майбутнього. У систему освіти багатьох країн в останні десятиліття активно вводиться проблематика проектної культури. Вчені-педагоги вважають, що “пасивне споживання породжує пасивного споживача, який не може оволодіти всім багатством символічного та інструментального змісту навколишнього предметного світу” [3: 2].

Дизайнерська діяльність, як і будь-яка інша, спонукається абсолютно різними мотивами – професійними, пізнавальними, утилітарними, широко соціальними, мотивами творчих досягнень, особистого престижу та соціально-педагогічного плану, соціальною ідентифікацією, а також зовнішніми і внутрішніми мотивами навчання. Дизайнерська діяльність студентів – майбутніх учителів полімотивована [2: 53].

Такий тип мотивації засвоєння дизайнерської діяльності пов'язаний з її змістом. Вона набуває значущості для студентів, оскільки в процесі такої діяльності майбутні вчителі можуть задовольняти свою пізнавальну потребу. При зовнішній мотивації значущими стають інші потреби (соціальний престиж, заробітна платня тощо), які не впливають на процес пізнання [1: 42].

Отже, значення мотивів засвоєння дизайнерської діяльності у процесі професійної підготовки вчителя обслуговуючої праці багатогранне. Вони стають фактором розвитку особистості студентів, основою для оволодіння засобами і способами професійного мислення, умовою розвитку творчих можливостей, показником розвитку системи професійних цінностей. Такі мотиви стають джерелом активності студентів, мобілізують творчі сили у вирішенні пізнавальних професійних завдань, впливають на якість і засвоєння творчо-конструкторського блоку навчальних дисциплін, зароджуються і перетворюються на джерело доцільності оволодіння професійною діяльністю вчителя обслуговуючої праці.

Від домінуючих мотивів вивчення творчо-конструкторського блоку навчальних дисциплін залежить успішність оволодіння студентами дизайнерської діяльності, засвоєння необхідних професійних знань, проектних, конструкторських умінь і навичок, оцінки, ставлення до інших навчальних дисциплін і майбутньої професії. Це означає, що викладачі повинні проводити спеціальну роботу щодо формування у студентів позитивної мотивації навчання, зважати на індивідуальну мотиваційну своєрідність суб'єктів навчання студентів і групову мотиваційну спрямованість взагалі. Це передбачає проведення діагностичної роботи з метою виявлення мотивів навчання студентів. Це і стало метою нашої статті.

Складовою діагностичної роботи щодо виявлення мотивів навчання студентів може стати анкета “Мотиви дизайнерської діяльності”, яка дозволяє визначити домінування внутрішньої або зовнішньої мотивації засвоєння студентами дизайнерської діяльності та структурованість мотивів у загальній системі мотивації оволодіння цією діяльністю. Анкета має таку інструкцію: Перед Вами список: 14 понять, кожне з яких означає одну специфічну цінність дизайнерської діяльності:

1. Набути глибокі художньо-технічні знання, конструкторські вміння, навички.
2. Досягти високого соціального статусу в групі, стати популярним на факультеті.
3. Стати професіоналом у галузі декоративно-ужиткового мистецтва.
4. Мати можливість виявити свою індивідуальність.
5. Зрозуміти основи дизайну, які необхідні для майбутньої роботи вчителів обслуговуючої праці.
6. Користуючись дизайнерськими знаннями, вміннями та навичками, заробляти добрі гроші.
7. Грамотно керувати проектуванням учнів на уроках обслуговуючої праці.
8. Підготувати корисний для факультету дизайн-проект.
9. Створювати дослідно-конструкторські розробки верстатів, пристроїв, приладів тощо.

10. Забезпечити себе роботою у майбутньому.
11. Виготовляти лише якісні та корисні речі.
12. Застосовувати свої вміння на користь інших.
13. Створювати щось нове.
14. У разі необхідності продемонструвати знайомим свої знання щодо оцінювання якості та краси виробів.

Респондентам необхідно порівняти ці поняття-цінності попарно між собою на спеціальному реєстраційному бланку (рис.1). На матриці записані пари цифр, кожній з яких відповідає поняття-цінність, яка знаходиться в списку під цим номером. Подані у цьому списку цінності мають для кожної людини різні значущість і ступінь привабливості. Необхідно обрати з двох цінностей ту, яка є найбільш важливою і обвести її кружечком. Наприклад: у парі 2 і 3 під цифрою “2” читаємо: “Досягти високого соціального статусу в групі, стати популярним на факультеті”, а під цифрою “3” – “Стати професіоналом у галузі декоративно-ужиткового мистецтва”. Якщо ви обвели цифрою “2”, то це означає, що високий соціальний статус, популярність для вас важливіші, ніж професіоналізм у галузі декоративно-ужиткового мистецтва. Обводити можна лише одну цифру із пари.

1 2	2 3	3 4	4 5	5 6	6 7	7 8	8 9	9 10	10 11	11 12	12 13	13 14
1 3	2 4	3 5	4 6	5 7	6 8	7 9	8 10	9 11	10 12	11 13	12 14	
1 4	2 5	3 6	4 7	5 8	6 9	7 10	8 11	9 12	10 13	11 14		
1 5	2 6	3 7	4 8	5 9	6 10	7 11	8 12	9 13	10 14			
1 6	2 7	3 8	4 9	5 10	6 11	7 12	8 13	9 14				
1 7	2 8	3 9	4 10	5 11	6 12	7 13	8 14					
1 8	2 9	3 10	4 11	5 12	6 13	7 14						
1 9	2 10	3 11	4 12	5 13	6 14							
1 10	2 11	3 12	4 13	5 14								
1 11	2 12	3 13	4 14									
1 12	2 13	3 14										
1 13	2 14											
1 14												

Рис. 1. Реєстраційний бланк (матриця).

Обробку результатів анкетування проводять так: підраховують кількість виборів кожного з 14 мотивів. Наприклад, перше твердження називалося тричі, друге – двічі. Така обробка дозволяє визначити перевагу внутрішніх або зовнішніх мотивів дизайнерської діяльності. В анкеті подані сім внутрішніх мотивів (1, 3, 5, 7, 9, 11, 13) і сім зовнішніх мотивів (2, 4, 6, 8, 10, 12, 14). Серед них треба обрати три мотиви, які набрали максимальну кількість, отже будуть домінуючими. Підсумковий результат дозволяє визначити перевагу внутрішніх або зовнішніх мотивів дизайнерської діяльності.

У даній анкеті майбутнім учителям обслуговуючої праці запропоновані такі мотиви засвоєння дизайнерської діяльності:

- а) внутрішні мотиви засвоєння:
  - 1, 3 – пізнавально-дизайнерські мотиви;
  - 5, 7 – професійно-педагогічні мотиви;
  - 9 – загальний пізнавальний мотив;
  - 11 – художньо-естетичний мотив;

- 13 – мотив творчих досягнень;  
 б) зовнішні мотиви засвоєння:  
 2, 4, 14 – мотиви особистісного росту;  
 6, 10 – прагматичні мотиви;  
 8, 12 – широкі соціальні мотиви.

Один студент може набрати максимальну кількість балів – 91. Теоретично цю суму здобуваємо так: перший мотив можна обрати в 13 випадках, другий – лише в 12 випадках, третій – в 11 випадках і т.д. Сума всіх виборів складає 91 бал. Якщо підрахувати окремо суму балів зовнішніх і внутрішніх мотивів дизайнерської діяльності окремо, тоді визначимо домінування однієї з груп мотивів. Сума балів (91) помножена на кількість студентів у групі дозволяє визначити груповий бал.

З метою визначення мотивів дизайнерської діяльності майбутніх учителів обслуговуючої праці нами було проведено анкетування студентів індустріально-педагогічного факультету Бердянського державного педагогічного університету, результати якого наведено в таблиці 1.

Таблиця 1.

**Мотиви дизайнерської діяльності студентів (у %)**

Мотиви	Групи мотивів														Σ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
зовнішні		6,6		7,7		6,6		6,6		11,0		8,7		6,6	53,8
внутрішні	4,4		6,6		5,5		7,7		11,0		3,3		7,7		46,2

Дані таблиці 1 свідчать, що частота виборів студентами зовнішніх мотивів дизайнерської діяльності більша, ніж внутрішніх. Тобто для них, на жаль, найбільш значущими є соціальний престиж, заробітна платня тощо, які не впливають на процес пізнання, не спонукають майбутніх учителів до якомога кращого засвоєння навчального матеріалу.

Таким чином, формування мотивів дизайнерської діяльності має неабияке значення у процесі професійної підготовки вчителя обслуговуючої праці, адже ці мотиви стають фактором розвитку особистості, основою для формування професійного мислення, творчих здібностей, джерелом активності людини, мобілізують творчі сили на розв'язання професійних завдань, впливають на якість засвоєння творчо-конструкторського блоку навчальних дисциплін. З огляду на це проблема потребує подальшого вивчення та розв'язання.

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Дусеева И.П. Проблемы повышения успеваемости и снижения отсева студентов // Педагогика и психология высшей школы. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – С. 42-45.
2. Переверзев Л. Дизайн в школе. Британский эксперимент // Подготовка дизайнеров за рубежом: Труды ВНИЛТЭ. – М., 1986. – С. 52-57.
3. Хуторский А.В. Современная дидактика: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.

**УДК 378**

**Тверезовська Н.Т.**

***ПЕДАГОГІЧНІ ОСНОВИ ПРОФЕСІЙНОГО ЗРОСТАННЯ ВИКЛАДАЧА:  
 ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ***

*У статті в історичному аспекті розглядаються педагогічні основи професійного зростання викладача вищого навчального закладу.*