

ПРОФЕСІЙНО-АДАПТИВНИЙ КОМПОНЕНТ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Економічні перетворення в країні суттєво впливають на зростання частки сфери послуг у виробничих структурах, що цілком закономірно актуалізує проблему вдосконалення професійної підготовки фахівців сфери обслуговування. Обслуговування належить до типу «гностикооперативних» професій, основне завдання якої – «зрозуміти і задовольнити потреби людини у послугах» [9, с. 40]. Це означає, що побудування взаємин із клієнтом потребує особистісного залучення й емпатичних умінь фахівця, його здатності розуміти інтереси та потреби іншої людини у процесі міжособистісної взаємодії. Робота у сфері обслуговування відрізняється високою динамічністю та чисельністю різних за змістом та емоційною напруженістю контактів, які, часом, навіть можуть бути позбавлені мотиваційного підкріплення чи позитивного зворотного зв'язку. Це й інтенсивна взаємодія співробітників, спрямована на скоординоване та ефективне виконання професійних завдань, міжособистісні стосунки з керівництвом закладу обслуговування, а також із клієнтами, коли є випадки, що напружені ситуації, викликані недовірою чи незгодою, можуть призвести до відмови клієнта від подальшої взаємодії. Тобто, одна із суттєвих особливостей професій цієї галузі полягає в тому, що вони належать до комунікативних [12], і тому первинним інструментом своєї праці є сам суб'єкт – фахівець сфери обслуговування.

Характер його професійної діяльності передбачає певну залежність від партнерів зі спілкування і високу відповідальність за результат комунікативної взаємодії. Природно, це висуває певні вимоги до професійної культури фахівця, серед яких особлива увага приділяється якості спілкування і високому рівню комунікативної культури, оскільки від цього найбільшою мірою залежать не лише результати комунікативної взаємодії, а й перспективи майбутніх ділових контактів.

Серед інших вимог до фахівців сфери обслуговування відзначають уміння та навички щодо: розуміння поведінки клієнтів з метою вибору найкращого способу їх обслуговування; свідомого регулювання власної поведінки; адекватного ставлення до поведінки своїх колег для надання їм у разі необхідності допомоги й підтримки; обрання доцільної стратегії поведінки у процесі обслуговування; врахування психологічних особливостей клієнтів різних типів і добору індивідуальних методів роботи з ними. Отже, конкурентоздатний фахівець сфери обслуговування має відрізнятися не лише високою кваліфікацією, самостійністю, соціальною та професійною відповідальністю, а й готовністю швидко адаптуватися та ефективно виконувати професійну діяльність.

Проте, за дослідженнями О. Станулевич, більшість роботодавців нарікають передусім на неадаптованість випускників ПТНЗ до конкретних виробничих умов, що пов'язується із недостатнім обсягом практичної складової навчальних програм. Працедавці не мали можливості повною мірою оцінити професіоналізм молодих фахівців через те, що якість їхньої професійної підготовки вимірювалася переважно повнотою освоєння змісту програм відповідно до освітніх стандартів і відображених у них кваліфікаційних вимог [11, с. 3].

Враховуючи таку ситуацію, у процесі професійної підготовки у ПТНЗ важливо поєднати професійну адаптацію майбутніх фахівців із навчально-професійною, що забезпечить цілісність процесу їхньої професіоналізації, сприятиме їхній самоактуалізації у професії. Здатність випускника ПТНЗ до швидкої адаптації у виробничому середовищі саме на початку професійної діяльності відносять до важливих критеріїв рівня професійної підготовки [3, с. 448]. Вхід людини у нову виробничу ситуацію супроводжується взаємним впливом особистості та трудового середовища, внаслідок чого формується нова система взаємодій усередині колективу [5, с. 11]. Знайомство випускника ПТНЗ із персоналом закладу, налагодження взаємодії з колегами, освоєння норм і правил цієї спільноти

опосередковується його індивідуальними особливостями, які будуть впливати на характер цієї взаємодії. Причому якісь із них сприятимуть легкій, швидкій та успішній адаптації фахівця сфери послуг, інші ж можуть ускладнювати цей процес.

Протягом адаптаційного періоду фахівець-початківець відчуває найбільші труднощі, на нього впливають різноманітні внутрішні та зовнішні чинники, водночас він є відкритим для навчання і змін у професійній діяльності та свідомості. Саме у цей період відбувається засвоєння професійних цінностей, оволодіння специфікою професійної діяльності та формування готовності до її успішної реалізації. Важливість професійної адаптації та її впливу на якість професійної діяльності спонукала до виокремлення у структурі комунікативної культури фахівців сфери обслуговування професійно-адаптивного компонента.

Складність, динамічність, тривалість, систематичність, специфічність адаптації зумовлюють особливий підхід до становлення молодого фахівця. Ефективність адаптації значною мірою залежить від адекватного сприймання особистістю себе, соціальних взаємовідносин, можливості їх оптимального конструювання, здатності до керування поведінкою під час комунікативної взаємодії у професійній діяльності тощо. Отже, адаптованість випускника ПТНЗ в конкретному трудовому середовищі виявляється не лише в його поведінці, а й у показниках професійної діяльності: ефективності праці, засвоєнні соціальної інформації та її практичній реалізації, зростанні активності, ставленні до професійної діяльності та умов її виконання. Це дає підстави говорити, що професійна адаптація відбувається на зовнішньому та внутрішньому рівнях: зовнішньо випускник адаптується до соціального середовища, сприймає його норми життя та цінності, але водночас змінює навколишній світ, вносячи свої корективи у відносини; внутрішньо – у молодого фахівця відбувається з'ясування власного «Я», результатом чого є самоствердження і зміна поведінки, поглядів, переконань, переоцінка цінностей, переосмислення самооцінки та прагнення до саморозвитку.

Як бачимо, успішна професійна адаптація потребує не лише ознайомлення з особливостями виробничих функцій, набуття вмінь і навичок професійної майстерності, необхідних для якісного виконання трудових обов'язків, а й формування професійно значущих якостей особистості та розвитку усталеного позитивного ставлення майбутнього фахівця до своєї професії. Останнє також суттєво впливає на результативність процесу професійного становлення та особистісного розвитку майбутнього фахівця сфери обслуговування.

Отже, у професійно-адаптивному компоненті комунікативної культури фахівців сфери обслуговування доцільно виділити соціально-адаптивну компетенцію, яка відображає тенденцію до професійного самоутвердження, самоідентифікації шляхом виявлення професійних якостей, прагнення самовдосконалення й самотворення себе як професіонала в сучасних умовах.

Крім забезпечення кожного учня професією за профілем обраної спеціальності, первинними навичками професійної діяльності відповідно до характеру майбутньої роботи на виробництві, підготовка майбутнього фахівця сфери обслуговування має включати й такий важливий аспект, як підготовленість до виконання професійної ролі. Саме із узгодженням ціннісних орієнтацій індивіда та групи, засвоєнням ними норм, традицій і звичаїв середовища, визначенням своєї ролі у ньому тісно пов'язується механізм соціально-професійної адаптації [6, с. 181]. У її ході індивід, з одного боку, задовольняє свої потреби й очікування, пов'язані з професією, а з іншого – вимоги до нього від структури та змісту діяльності, умов її здійснення й тих соціальних груп, які контролюють професійну діяльність особистості. Іншими словами, адаптація особистості молодого фахівця до свого офіційного статусу в професійному середовищі визначається певною соціально-професійною роллю.

Твердження про те, що структура особистості пов'язана з її рольовою сутністю, є одним із провідних у соціально-психологічній теорії ролей, яку розробляли Дж. Мід, Г. Блумер, Е. Гоффман, М. Кун, Дж. Морено та ін.

Згідно з цією теорією, роль найчастіше розуміється як соціальна функція, об'єктивно задана модель поведінки особистості в системі міжособистісних відносин. Її виконання має відповідати прийнятим соціальним нормам і очікуванням оточуючих незалежно від індивідуальних особливостей особистості, оскільки соціальна роль впливає з надіндивідуальних соціальних відносин і взаємозв'язків людей, які виконують спільну діяльність. Прийняття індивідом соціальної ролі залежить від низки умов, серед яких вирішальне значення має відповідність ролі потребам самої особистості в саморозвитку й самореалізації. Сприятливі умови для розвитку й самореалізації особистості в межах рольової поведінки забезпечують цілеспрямованість і гнучкість творчого використання її об'єктивних ресурсів для досягнення соціально значущої мети.

Цікаво, на наш погляд, характеризує поведінкову роль С. Бахтіярова: «роль – це виконуюча соціальну функцію певна повторювана стандартизована частина особистості, яка відповідає прийнятим нормам і є відповіддю на рольові експектації (очікування) оточуючих» [2, с. 105]. Рольову гнучкість, мистецтво бути різним відповідно до ситуації вона називає необхідною умовою соціальної адаптації та самоідентифікації особистості. У такому контексті професійне спілкування фахівців сфери обслуговування належить до рольової комунікації, учасники якої виступають носіями певних ролей (кралець – замовник, адміністратор – офіціант, перукар – клієнт тощо). За умов рольового спілкування людина певною мірою позбавлена спонтанності своєї поведінки, оскільки її кроки та дії диктуються виконуваною роллю. Відповідно, у процесі комунікативної взаємодії фахівець постає не лише як індивідуальність, а й як соціальна одиниця, що виконує певні функції згідно з поведінковою роллю.

Яку б роль не виконувала особистість у професійній сфері, вона завжди знаходиться у певній групі людей – серед колег, адміністративних працівників підприємства або має контакти з клієнтами у процесі професійної діяльності. До кожної такої групи треба адаптуватися, інакше не

складуться конструктивні ділові стосунки. «Подібно до того, як музика побудована на чергуванні приємного для слуху консонансу й напруженого чи навіть різучого вуха дисонансу, музика людських стосунків є природним чергуванням консонансів і дисонансів, узгодженості й неузгодженості, компромісу і конфронтації, кооперації та конкуренції. Ця музика, крім того, поліфонічна, містить багато різноголосся. Міжособистісне спілкування має утворювати щось подібне до контрапункту – музичної науки про узгоджений рух кількох самостійних голосів, які утворюють нерозривне гармонійне ціле» [2, с. 185]. Досить вдало, на нашу думку, С. Бахтіярова концентрує увагу на спілкуванні, порівнюючи людські стосунки із музикою. Адже воно є центральним чинником взаєморозуміння у взаємодії, яка ґрунтується на готовності обох суб'єктів до певного типу спілкування. Розподіл соціально-професійних ролей, саморегуляція способу мислення, вольових зусиль щодо трудового процесу відбувається саме в період адаптації до професійної діяльності.

У конкурентоздатного фахівця має бути адекватне уявлення про специфіку свого професійно-рольового репертуару. Це дозволить йому правильно оцінювати власні можливості, пов'язані з виконанням певної ролі, розвинути рольову гнучкість, що дасть можливість швидко адаптуватися, переключатися і здійснювати ефективну соціальну взаємодію з колегами, партнерами, підлеглими, замовниками тощо [1, с. 578–579]. Комунікативна взаємодія обов'язково передбачає обмін знаннями, думками, інтересами й ціннісними орієнтаціями, в якому беруть участь психологічні механізми сприймання й розуміння, міжособистісна привабливість, взаємовплив і рольова поведінка. У період адаптації особистості певний набір моделей поведінки задається внутрішньо [13, с. 438–452], а тому її вид, рівень, зміст і механізми функціонування дають змогу прогнозувати дії та вчинки людини в ситуаціях професійної взаємодії.

У складній системі професійних відносин реалізуються всі функції, передбачені виконуваною соціально-професійною роллю, формуючи таким

чином активну життєву позицію фахівця. Так, під час рольової професійно-комунікативної взаємодії, фахівець сфери обслуговування може виконувати ролі підлеглого, колеги по команді, надавача послуги. Залежно від цього він: оцінює свої знання про запити партнера по спілкуванню (керівника, колеги, клієнта), що передбачає аналіз ситуації з позиції партнера з урахуванням його думки, спираючись на знання психологічних особливостей інших людей; вибирає оптимальний спосіб встановлення контакту, що потребує володіння навичками вербальної та невербальної комунікації, орієнтації на конструктивну комунікативну взаємодію та здійснення позитивного впливу; визначає свою лінію комунікативної поведінки в ході взаємодії, що має супроводжуватись виявом ввічливості й поваги до партнера, створенням у нього відчуття психологічного комфорту.

Отже, статусно-рольова компетенція професійно-адаптивного компонента комунікативної культури фахівців сфери обслуговування передбачає їхню готовність до виконання соціально-професійних ролей у трудовому колективі та характеризує професійно-рольову багатогранність, яка інтегрує функціональні й соціальні контексти професійної діяльності та включає прийняття різних ролей (колега, підлеглий, надавач послуги, консультант тощо) та їх ефективне виконання. У такому контексті комунікативна культура фахівця сфери обслуговування є показником його готовності та здатності ефективно виконувати свої функції в соціально-професійному середовищі.

На сучасному етапі суспільного розвитку висуваються нові вимоги до кожного учасника ринкових відносин. Уміння втілювати в життя свої цілі, розвивати власні компетентності відіграватимуть далеко не останню роль (а можливо, навіть головну) для досягнення бажаного успіху. Для успішної адаптації випускнику ПТНЗ сфери обслуговування недостатньо мати диплом про отримання відповідного фаху, а потрібно критично оцінювати свої можливості, бути гнучким, старанно виконувати свої обов'язки, виправдовувати довіру керівництва [15]. Іншими словами, молодий фахівець,

розпочинаючи трудову діяльність у закладі сфери обслуговування, передусім має переконати роботодавця у своїй незамінності. Адже перше враження часто встановлює напрям подальших стосунків у професійній сфері. Тут враховується зовнішній вигляд, визначений смаком, почуттям міри, настрої і готовність фахівця взаємодіяти із професійно-соціальним середовищем, на високому рівні виконувати свої функції. Таке зростання вимог закономірно зумовлює вимогу формування у майбутніх фахівців нових якостей, серед яких відзначимо навички ефективної самопрезентації.

Етимологію слова «самопрезентація» пов'язують з англійським словом «self-presentation» – «самоподача», «самопред'явлення», «представлення себе іншим». А. Дорошкевич вважає, що ХХІ ст. можна без перебільшення назвати століттям самопрезентації, яка є однією з фундаментальних соціальних потреб особистості мати «своє обличчя», запам'ятовуватися іншим [7, с. 245]. Сутність самопрезентації полягає у створенні власного позитивного образу в повсякденному житті та досягненні успіху в практичній діяльності. Як переконують дослідження з цієї проблеми, найбільш свідомого характеру самопрезентація набуває під час самореалізації особистості у професійній діяльності, передусім в умовах конкуренції. Ми свідомо включили компетенцію самопрезентації до професійно-адаптивного компонента комунікативної культури фахівців сфери обслуговування, визнаючи його роль у процесі їхньої професійної адаптації та очевидний тісний зв'язок із професійно-комунікативною діяльністю фахівців цього профілю.

Наукові теорії самопрезентації розроблялися західними соціальними психологами ще у 60–80 рр. ХХ ст., проте ще й досі немає загально узгодженого трактування самого терміну «самопрезентація». Одним із перших самопрезентацію досліджував прихильник рольової теорії особистості Е. Гоффман [17]. Він розглядав самопрезентацію як постійний процес, що змінює характер залежно від цілей особистості та обставин, тобто як загальну особливість соціальної поведінки. У соціальній психології найбільш поширеним є її розуміння як: цілеспрямованої поведінки, що

використовується для досягнення конкретних цілей у поточній взаємодії (Е. Джонс, Т. Пітман, М. Лірі, Р. Ковальські); процесу управління сприйняттям реципієнта шляхом цілеспрямованого привертання його уваги до особливостей свого зовнішнього вигляду, поведінки, ситуації, які запускають механізм соціального сприйняття (Г. В. Бороздіна); самомоніторингу, згідно з яким люди різною мірою керують враженням, яке справляють на інших (М. Шнайдер). Аналіз наукової літератури свідчить, що більшість зарубіжних дослідників цього феномену користуються визначенням Ж. Тедеші та М. Ріеса: самопрезентація – це зумисна й усвідомлювана поведінка особистості, спрямована на створення в оточуючих певного враження про себе [18]. Вона ґрунтується на прагненні збільшити соціальний контроль і досягти бажаних результатів у взаємодії. Актуальною для нашої проблематики є дефініція Р. Баумайстера і А. Стейнхілбера, які вважають самопрезентацію саморозкриттям особистості в інтерперсональному спілкуванні через демонстрацію власних думок, характеру тощо [16].

У докторській дисертації О. Пікульової, присвяченій дослідженню соціальної психології самопрезентації особистості, пропонується її визначення як «різною мірою усвідомлюваного, з урахуванням специфіки соціальної ситуації, і постійно здійснюваного в міжособистісній взаємодії процесу пред'явлення Я-інформації у вербальній і невербальній поведінці суб'єкта самопрезентації» [10, с. 14]. Дослідниця обґрунтовано вважає самопрезентацію невід'ємним атрибутом усякої, передусім комунікативної, соціальної взаємодії, в межах якої відбувається представлення кожного із учасників, їхніх особистісних і професійних якостей.

Інтерес до цього явища спостерігається і в українській науці. На основі вивчення сучасних теорій самопрезентації Т. Чигирин пропонує визначення: самопрезентація – це процес, під час якого відбувається управління сприйманням навколишнього соціуму через привертання уваги задля реалізації мотивації, задоволення потреб і досягнення цілей особистості, а також формується образ «Я» і підтримується самооцінка [14, с. 247]. О. Капустюк

підкреслює, що в життєдіяльності особистості самопрезентація виконує функцію стратегічного засобу контролю власного життя, збільшення власних переваг і зведення до мінімуму недоліків [8]. Це дає підстави позиціонувати самопрезентацію як особливий засіб безпосереднього самовираження людини, коли відповідно до обставин актуалізуються різні аспекти її Я-концепції. Їх гнучкість і мінливість забезпечують постійну адаптацію особистості до змінних ситуацій життя.

Прискоренню професійної адаптації сприяє належний когнітивно-гносеологічний розвиток особистості. У контексті нашої наукової проблеми привертає увагу позиція, згідно з якою самопрезентація – це не лише управління враженням про себе, але й засіб самопізнання (П. Єрмаков, В. Лабунська). Зазначимо, що таке розуміння самопрезентації спирається на самооцінку й саморегуляцію фахівців сфери обслуговування у процесі комунікативній взаємодії, відображає рівень комунікативної свідомості щодо координації комунікативних дій та залежить від комунікативних умінь як системи внутрішніх засобів регуляції цих дій, визначаючи таким чином характер комунікативної діяльності фахівців у професійній сфері.

Успішність самопрезентації фахівців сфери обслуговування залежить від досконалого володіння прийомами і продуктивними технологіями реалізації функціональних обов'язків, умілого застосування комплексу професійно значущих знань, умінь, навичок у процесі спілкування, високого рівня мотивації досягнення тощо. Якщо молодий робітник під час комунікативної взаємодії досягає поставлених цілей, привертає до себе увагу як висококваліфікований фахівець, переконує співрозмовника у своїй надійності та конкурентоздатності, то така самопрезентація є успішною [14, с. 251]. Основні техніки самопрезентації описані Г. Бороздіною [4, с. 17–19]: самоподача переваги (виділення зовнішніх якостей переваги в одязі, мовленні, поведінці); самоподача привабливості (відповідність одягу та зовнішніх якостей); самоподача ставлення (демонстрування ставлення до партнера); самоподача стану і причин поведінки (привернення уваги партнера до найбільш прийнят-

ної для нього причини власних дій). Безсумнівно, усі ці техніки передбачають комунікативну взаємодію на вербальному й невербальному рівнях.

Створення успішної самопрезентації потребує ретельної самоорганізації молодого фахівця, щоб якнайкраще виявити властиві йому соціально і професійно значущі особистісні якості, які визначатимуть його конкурентоздатність і сприятимуть швидкій адаптації у професійну спільноту.

Підсумовуючи викладене, зазначимо, що професійно-адаптивний компонент комунікативної культури фахівців сфери обслуговування передбачає активізацію їхніх здібностей і вироблення умінь моделювати комунікативний процес у професійній сфері, прогнозувати реакції партнера, розрізняти конгруентність вербальної та невербальної мови співбесідника, розпізнавати його емоційний стан, наміри і мотиви поведінки, орієнтуватися у нестандартних комунікативних ситуаціях. Усе це є підґрунтям для реалізації та поліпшення стосунків з іншими людьми, які позитивно впливатимуть на процес адаптації до нових умов професійної діяльності.

Отже, цей компонент комунікативної культури є показником ефективності комунікативних дій фахівців сфери обслуговування у професійній сфері, міри задоволення потреб і очікувань, пов'язаних із професійною діяльністю та умовами її здійснення, а також їхньої відповідності вимогам підприємства. Його професійний контекст виявляється в особливостях взаємодії молодих фахівців у трудовому колективі, прийнятті та належному виконанні ними професійно-комунікативних функцій та в розумінні специфіки власного рольового репертуару. Ці якості суттєво впливають на розвиток усталеного позитивного ставлення фахівців сфери обслуговування до професії, мотивують їхнє самовдосконалення, зокрема в комунікативній сфері, сприяючи таким чином підвищенню якості надання послуг споживачам.

Література:

1. Авдеева А. П. Компетностная модель профессиональной элитарности в сфере техники и технологии / А. П. Авдеева // Наука и образование. — 2013. — № 9. — С. 567–578.
2. Бахтіярова С. А. Азбука саморозуміння. Реверсивний психоаналіз / С. А. Бахтіярова. — К. : ТОВ «Росава» ЛТД, 2002. — 440 с.

3. Бідюк Н. Професійна адаптація випускників вищих навчальних закладів до вимог сучасного ринку праці: світовий досвід / Бідюк Наталя // Інноваційність у науці і освіті / [В. Кремень (голова редкол.), Є. Куніковські (заст. голови), Н. Ничкало (заст. голови)]; упоряд. : Н. Ничкало; І. Савченко : Хмельницький нац. ун-т. — К. : Богданова А. М., 2013. — С. 447–453.
4. Бороздина Г. В. Психологія делового общения / Г. В. Бороздина. — М. : Инфра-М, 2006. — 224 с.
5. Вдович С. М. Мовна підготовка як умова професійної адаптації учнів професійно-технічних навчальних закладів : навч.-метод. посіб. / С. М. Вдович, О. В. Палка. — К. : Педагогічна думка, 2012. — 136 с.
6. Вдович С. Особливості професійної адаптації учнів професійно-технічних навчальних закладів / Світлана Вдович // Психолого-педагогічні основи професійної адаптації майбутніх фахівців : монографія / за ред. Г. П. Васяновича. — Львів : ЛДУ БЖД, 2008. — С. 168–202.
7. Дорошкевич А. С. Стратегії самопрезентації особистості у повсякденності / А. С. Дорошкевич // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». — 2013. — № 5 (19). — С. 245–254.
8. Капустюк О. М. Аналіз процесу самопрезентації особистості та його структурно-динамічна модель [Електронний ресурс] / О. М. Капустюк. — Режим доступу : <http://vuzlib.com/content/view/435/94/>.
9. Коваленко Т. М. Творчість і креативність – риси майбутніх фахівців у вищій економічній освіті / Т. М. Коваленко // Вісник національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка : зб. — 2009. — № 3 (27). — Ч. 2 / МОН України, Нац. техн. ун-т України «Київський політехнічний інститут» ; редкол. Б. В. Новіков [та ін.]. — Київ : Політехніка, 2009. — С. 35–41.
10. Пикулева О. А. Социальная психология самопрезентации личности : автореф. дисс. на соискание науч. степени д-ра. психол. наук : спец. 19.00.05 «Социальная психология» / О. А. Пикулева ; [ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский гос. ун-т»]. — СПб., 2014. — 45 с.
11. Станулевич О. Е. Профессиональные компетенции как показатель качества профессионального образования / О. Е. Станулевич // Среднее профессиональное образование. — 2013. — № 4. — С. 3–5.
12. Творогова Н. Д. Общение : диагностика и управление : монографія / Н. Д. Творогова. — М. : Смысл, 2002. — 246 с.
13. Хьелл Л. Теория личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. — 3-е изд. — СПб. : Питер, 1997. — 607 с.
14. Чигирин Т. О. Самопрезентація : визначення, види, стратегії, техніки / Т. О. Чигирин // Зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. — Т. XIV, ч. 5. — К. : А.С.К., 2012. — С. 245–253.
15. Щербак О. І. Зв'язок стандартів професійної освіти з вимогами ринку праці / О. І. Щербак // Педагогіка і психологія професійної освіти. — 2006. — № 1. — С. 181–188.
16. Baumeister R. F. Paradoxical effects of supportive audiences on performance under pressure : The home field disadvantage in sports championships / Baumeister R. F. and Steinhilber A. // Journal of Personality and Social Psychology. — 1984. — № 47. — P. 85–93.
17. Goffman E. The presentation of self in everyday life / Erving Goffman. — New York : 1st Anchor Books ed., 1959. — 259 p.
18. Tedeschi J. T. Identities, the phenomenal self, and laboratory research / J. T. Tedeschi, M. Riess // Impression management theory and social psychological research. — N. Y. : Academic Press, 1981. — P. 3–22.