

першу чергу залізничного, який відігравав ключову роль в економіці країни.

Ця реконструкція полягала не тільки і не скільки в будівництві нових залізниць, скільки в технічному переобладнанні існуючих залізниць, поліпшенні технологій процесу перевезень, впровадженню нових інтенсивних методів роботи, підвищенні безпеки на транспорті. Нові вимоги до залізничного транспорту полягали в необхідності, по-перше, розвинути пропускну здатність залізниць, враховуючи швидке зростання обсягу як вантажних, так і пасажирських перевезень; по-друге, підвищити швидкість руху поїздів; по-третє, покращити механізацію вантажних робіт і створити нові типи вагонів у зв'язку зі зміною структури вантажів.

Шляхами до виконання цих вимог повинні були стати збільшення потужності локомотивного парку, оновлення вагонів, посилення колії, удосконалення роботи станцій і вузлів.

Будівництво нових залізничних ліній на території України в 1930-х роках було спрямовано на забезпечення перевезення вугілля з Донбасу до промислових підприємств Москви та Ленінграду, а також

забезпечення безперервного функціонування південних портів: Одеси та Херсону. 1930-ті роки характеризуються також значним удосконаленням якості та збільшенням кількості рухомого складу, впровадженням нової залізничної техніки та передових технологій у сфері залізничного транспорту. Радянське керівництво намагалось всіяко заохочувати ініціативу знизу, спрямовану на збільшення інтенсивності роботи залізничного транспорту. У результаті в 1930-х роках розвинувся рух, що ввійшов до історії залізничного транспорту як «стаханівсько-кривоносівський».

Прискорений розвиток українських залізниць, інтенсифікація залізничних перевезень і збільшення їх обсягу, впровадження нової залізничної техніки, вдосконалення системи управління залізницями вимагали радикальних змін у роботі з підготовки кадрів для залізниць України. Центрами залізничної освіти в Україні стали Харків і Дніпропетровськ, де в 1930 році були створені інститути залізничного транспорту.

УДК 808.5:656.2

*Г.Ф. Арбузов*  
*G.F. Arbuzov*

## **ДІЛОВА РИТОРИКА В СИСТЕМІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ-ЗАЛІЗНИЧНИКІВ**

### **BUSINESS RHETORIC IN THE COMMUNICATIVE TRAINING PROFESSIONALS RAILROAD**

У доповіді передбачається обґрунтувати такі положення:

1. Для залізничників уміння спілкуватися актуалізується особливостями функціонування транспортної галузі, насамперед інтенсивною комунікацією працівників різних служб, а також потребами результативних ділових контактів зі споживачами послуг залізниці.

Недостатня сформованість комунікативних умінь випускників вищого технічного навчального закладу значно ускладнює їх професійне становлення, знижує конкурентоспроможність на ринку праці.

2. У системі комунікативної підготовки фахівців-залізничників важливе місце займає ділова риторика. Її метою є формування професійної комунікативної

компетентності, вміння знаходити оптимальні засоби впливу, виховання мовленнєвої особистості як комунікативного лідера, здатного застосовувати ефективні риторичні технології, які можна наповнювати будь-яким предметним змістом (технічним, економічним та ін.).

3. Досвід викладання ділової риторики для слухачів ННППК і студентів академії підтверджує перспективність цієї навчальної дисципліни. Набуття риторичних умінь дозволяє випускнику вищого навчального закладу добирати і використовувати ефективні технології підготовки до конкретних форм ділової комунікації; здійснювати раціональну мовленнєву і невербальну поведінку в різних ситуаціях ділового спілкування; застосовувати риторичні засоби, які

забезпечують дієвість публічного виступу, ділової бесіди, наради, переговорів тощо.

4. Результативність викладання ділової риторики досягається комплексом дидактичних і методичних заходів: відбором навчальної інформації відповідно до професійних потреб майбутнього фахівця; побудовою навчального матеріалу за принципами цілісності та концентричності, що передбачає нарощення, поглиблення знань і вмінь студентів, для яких типовими є більш технічне, ніж гуманітарне мислення, та несформованість риторичної культури; чергуванням семінарських та практичних занять в активній формі; застосуванням методичних розробок, що містять як теоретичні, так і практичні матеріали з ділової риторики і доведені до практичних правил їх застосування в майбутній діяльності за спеціальністю.

УДК 656.2 (477): 94

*О.В. Кравченко*  
*O. V. Kravchenko*

## ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ІСТОРІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ІМІДЖУ УКРЗАЛІЗНИЦІ

### PROMOTION HISTORY RAILWAY AS A FACTOR IMPROVING IMAGE UKRZALIZNYTSYA

Імідж транспортної залізничної компанії – це її бажаний образ, що планується і просувається в цільовій аудиторії. У формуванні іміджу важливу роль відіграють у першу чергу якість і надійність пасажирських і вантажних перевезень. Однак сьогодні залізниця усвідомлюється не лише як засіб перевезення, а й об'єкт, що має історичний та естетичний зміст, тісно пов'язаний з історією і культурою країни.

Робота зі створення позитивного іміджу Укрзалізниці повинна бути спрямована на такі цільові групи: працівники залізниць, для яких поважне ставлення до минулого галузі, її історії та

традицій є складником формування корпоративної культури; молодь і діти як об'єкт цілеспрямованої профорієнтаційної політики; інвестори; споживачі транспортних послуг, до яких потенційно належить все населення України.

Вітчизняний і закордонний досвід свідчить, що популяризація історичної спадщини залізниць може здійснюватися за такими напрямками:

- проведення архівно-дослідницької роботи для знаходження нової інформації з історії залізничного транспорту;
- пошук, збереження та відновлення історично цінних зразків техніки, у першу чергу локомотивів і вагонів;