

УДК 371.134 – 057.875:81'243

Інна Ромащенко, кандидат педагогічних наук, декан факультету довузівської підготовки  
Академії муніципального управління,  
м. Київ

## МІЖКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК ІНТЕГРАТИВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФАХІВЦЯ З МАРКЕТИНГУ

*Стаття присвячена проблемам актуальності формування міжкультурної компетенції майбутніх маркетологів в умовах сучасного маркетингового середовища.*

**Ключові слова:** міжкультурна компетенція, глобалізація, формування компетентності, сучасна освіта, пріоритетні завдання, професійна діяльність.

*Лит. 12.*

Inna Romaschenko

## INTERCULTURAL COMPETENCE AS AN INTEGRATIVE CHARACTERISTIC MARKETER

*The theoretical analysis of the research problem from the point of Pedagogy is made. The main approaches to the definition of the term "problem education" and its main stages are given. The goal and advantages of this method in modern education are defined by the author.*

**Key words:** problem education, competence, competence formation, modern education main goal.

**П**остановка завдання. Процес глобалізації дедалі помітніше впливає на всі сфери життя нашої держави. Він зумовлює посилення європейського виміру в освіті, необхідність сформувати у нового покоління відчуття належності до європейської спільноти. В умовах інтеграції України у європейський освітнянський простір питання формування міжкультурної компетенції, оволодіння іноземними мовами є однією з найважливіших передумов реалізації цих намірів. Розширення мобільності студентів, викладачів, взаємне збагачення європейським досвідом, культурними надбаннями, історією, доступом до інформації – є ознаками сучасних процесів інтеграції. Ці ознаки, безперечно, ставлять нові вимоги перед суспільством стосовно освітньої діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми.** Проблема оволодіння іншомовною комунікативною компетенцією в міжкультурному контексті широко дискутується в наукових дослідженнях Г. Вороніної, В. Зусман, З. Киринозе, Ю. Кузьменкової, Т. Ларіной, В. Сафоновой, І. Стерніна, С. Тер-Мінасової, І. Халєєвої, результати яких дозволяють по-новому оцінити й актуалізувати методичні підходи до формування у студентів здатностей до міжкультурної комунікації в умовах професійно спрямованого іншомовного спілкування. Виявлення сутності й специфіки професійного самовизначення особистості в рамках освітнього процесу вищої школи показує, що його успішне здійснення пов'язане з рішенням таких проблем, як

формування мотивації навчання; розвиток ініціативи й самостійності майбутнього фахівця, що розглядає майбутню діяльність як процес безперервного творчого професійного й особистісного зростання; становлення глибокого й усвідомленого інтересу до професійної діяльності на основі розуміння своєї ролі та місця в професійній сфері; підготовка фахівця, здатного здійснювати експертизу власної діяльності, що має прагнення до удосконалення своєї особистості й своєї професійної діяльності. При цьому, як показує аналіз психолого-педагогічної літератури, одним з діючих факторів професійного самовизначення є **міжкультурна компетенція** як інтегративна характеристика майбутнього фахівця, яка базується на засвоєнні ним різних рівнів культури: інтернаціональної, національної, соціальної, професійної.

**Мета статті.** Проаналізувати сучасні тенденції розвитку особистості, значення та сутність формування міжкультурної компетенції маркетологів на сучасному етапі.

**Викладення основного матеріалу.** На сучасному етапі людство розвивається по шляху розширення взаємозв'язку й взаємодії різних країн і народів. У зв'язку з цим посилюється увага до підвищення якості викладання мов і культур. Це підтверджується зростаючою потребою вивчення міжкультурної комунікації та іноземних мов і, першою чергою, до англійської мови як мови міжнародного спілкування.

Міжкультурній компетенції, сформованій у процесі засвоєння загальнолюдської культури й вивчення іноземної мови, належить провідне місце

## МІЖКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК ІНТЕГРАТИВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФАХІВЦЯ З МАРКЕТИНГУ

у системі вимог до сучасного фахівця з маркетингу. Це пов'язано з тим, що соціально-економічна й політична ситуації в суспільстві визначає соціальне замовлення стосовно підготовки фахівців. Чим вище в суспільстві потреба в нових професійних, особистих, культурних, наукових контактах з носіями іноземної мови, з досягненнями культури різних країн і чим реальніше можливість реалізувати ці контакти, тим, природно, вище статус іноземної мови як засобу спілкування й взаєморозуміння між людьми й культурами. Міжкультурна компетенція є результатом певних факторів, характерних для сучасного суспільства:

- розширення економічних, політичних, культурних зв'язків між країнами і народами;
- доступу до досвіду й знань у світі, великому інформаційному багатству, у тому числі в результаті розвитку міжнародних засобів комунікації та мережі Інтернет;
- міждержавної інтеграції в галузі освіти й розширення можливості для одержання якісної освіти в себе в країні й за кордоном [3].

Відкритість політики будь-якої держави світовому співтовариству стимулює процеси інтеграції та інтернаціоналізації різних сфер людської діяльності, оскільки представники різних національностей починають усе більше відчувати свою приналежність до співтовариства більшого порядку, ніж та національна спільнота, до якої вони належать. У зв'язку із процесом глобалізації в активний словник увійшов термін “мобільність”, що означає:

- право вільного пересування й повсюдного проживання в межах країн, що входять у Європейську Співдружність;
- право бути вільним в одержанні професійної освіти не тільки у своїй країні, але й у сусідніх державах;
- здатність людини до адаптації до сучасних умов проживання в багатокультурному суспільстві;
- уміння на елементарному рівні встановлювати міжособистісні контакти з носіями мови;
- здатність переборювати можливі труднощі, що виникають у процесі контакту із чужою культурою та її носіями;
- уміння проявляти толерантність до чужої культури [1].

В умовах, що змінилися, людина у своїй повсякденному, у тому числі й професійному, житті все частіше має справу з іноземною мовою. Більше того, інтеграційні суспільні процеси змінюють не тільки статус іноземної мови в суспільстві, але й переформатовують виконувані нею у цьому суспільстві функції, у зв'язку із чим

пріоритетними визначаються установлення взаєморозуміння між народами, забезпечення доступу до різноманіття світової політики й культури.

Оскільки орієнтуватися в новій ситуації без здатності до інтелектуальної й соціальної взаємодії з особами, що говорять на інших мовах, стає усе складнішим, замість терміну “спілкування” пропонується термін “орієнтування”. Таким чином, мова розглядається як інструмент, що дозволяє людині краще орієнтуватися в навколишньому світі; з його допомогою можна створювати нові світові моделі й нове світове знання. Отже, у сучасному суспільстві міжкультурна компетенція, сформована на основі знань іноземної мови й іноземної культури, стає необхідним фактором особистого й професійного життя людини.

Це пояснюється тим, що в умовах сучасної соціокультурної ситуації значно розширилася сфера опосередкованих мовних контактів і безпосередньої комунікації українських громадян із представниками різних країн світового співтовариства. У багатьох регіонах нашої країни стало можливим прослуховування радіопередач і перегляд телевізійних програм іноземною мовою. Українці одержали широкий доступ до великої кількості журналів, газет і іншої оригінальної літератури, надрукованої різними мовами. Все це значно розширило можливості майбутнього фахівця в створенні професійної моделі світу, що, на думку науковців (С. Артем'єва, Ю. Вяткін, І. Ханіна та ін.), є найважливішою умовою професійного самовизначення особистості. Професійна модель світу – це “інтегральний конструктор пізнавальної сфери особистості, багаторівнева система уявлень людини про світ, інших людей, себе як професіонала” [6].

Однією з умов, що визначають ефективність створення професійного зразка світу, є знання світу професії. Це система стосунків фахівця-професіонала має складну структуру, у якій виділяють кілька складових:

- Професійна семантика. Предметом аналізу даної складової є становлення системи значень. За визначенням І. Ханіної, професійна семантика – це “перебудова в суб'єктивному досвіді професійних декларативних значень у професійні реалії”.

- Особливості професійного відображення ситуацій. Будь-яке значення для суб'єкта асоціюється з контекстом діяльності, з тими об'єктивними умовами предметних ситуацій, у яких відбувається діяльність. Складність ситуації зумовлюється багатьма причинами:

## МІЖКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК ІНТЕГРАТИВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФАХІВЦЯ З МАРКЕТИНГУ

- необхідне знаходження нового, раніше невідомого способу її розв'язання;

- необхідно мати специфічні навички й знання для її розв'язання;

- часто конкретна ситуація сприймається суб'єктом неадекватно, переоцінюється небезпека, труднощі одних ситуацій і, навпаки, недооцінюються інші. Таким чином, особливості професійного відображення ситуації вимагають: 1) оцінки умов; 2) виділення професійно значимих параметрів діяльності; 3) знаходження відповідного способу поведінки в них.

- Особливості професійного міжособистісного сприйняття. У фахівців поступово створюється тенденція відзначати в людині, насамперед, якості, існуванням яких забезпечується успішний хід діяльності. Потреба відображати людей з певної точки зору може перетворитися в професійну звичку, оскільки правильна оцінка особливостей людей є однією з умов виконання професійних завдань. Причому ця звичка може спрацьовувати не тільки в професійних ситуаціях.

- Професійні аспекти спілкування. Ефективність професійної діяльності багато в чому зумовлена рівнем поєднання професійних і непрофесійних факторів. До числа непрофесійних факторів іноді належить спілкування, що у сучасних умовах є одним з основних видів професійної діяльності.

- Таким чином, створення професійного зразка у світовому масштабі дозволяє передбачити професійне майбутнє. Роль міжкультурної компетенції в цьому процесі виражається в тому, що знання закордонних аналогів майбутньої професійної діяльності дає можливість майбутньому фахівцеві з маркетингу сформувати цілісне уявлення про можливий спектр дій у межах майбутньої професійної діяльності й про своє реальне й бажане місце в ньому, тобто визначити межі свого професійного "Я" як необхідну складову професійного самовизначення [8].

- У цьому зв'язку доречно процитувати висловлення академіка Д.С. Лихачова, що писав: "Ноша культурних цінностей – ноша особливого роду. Вона полегшує поступ вперед. Чим більшими цінностями ми опануємо, тим більше витонченим і гострим стає наше сприйняття інших культур, вилучених від нас у часі й у просторі стародавніх і інших країн. Кожна з культур минулого або іншої країни стає для інтелігентної людини "своєю культурою", своєю в глибоко особистому і національному аспекті, тому що пізнання свого поєднане з пізнанням чужого" [9].

Міжкультурна компетенція є комплексним явищем і містить у собі набір компонентів:

- загальнокультурний компонент (знання особливостей культури провідних країн світового співтовариства та відмінностей у системі цінностей, які в цілому складають уявлення про світ);

- лінгвокраєзнавчий компонент (освоєння лексичних одиниць із національно-культурною семантикою країни досліджуваної мови);

- соціокультурний компонент (володіння специфічними прийомами взаємодії партнерів по спілкуванню, що належать до різних лінгвоетно-культурних співтовариств);

- професійний компонент (орієнтація в сучасних вітчизняних й світових політичних, економічних, ідеалістичних, правових процесах, характерних для майбутньої професійної діяльності маркетолога).

В основі *загальнокультурного компоненту* є знання культури як сукупності результатів і процесів будь-якої соціальної діяльності людини. При цьому необхідно відзначити, що поняття "культура" може бути розглянуте з різних точок зору.

З позицій когнітивного підходу (Goodenough W.H., Geertz P.), культура – це певна сума знань або моделей інтерпретації того, що говорять і роблять люди, причому "конкретна культура проявляє себе в фактах, які репрезентують певні форми або моделі. Сума фактів утворює знакову систему, за допомогою якої усередині культури й за її межами відбувається обмін інформацією" [2].

Представники когнітивного підходу прагнули визначити культурні стандарти існуючих культурних систем. Під культурними стандартами вони розуміють "будь-який спосіб сприйняття, мислення, оцінки й поведінки, які приймаються більшістю членів певної культурної формації для себе особисто й для інших як нормальний, природний, типовий, обов'язковий" [2].

Представники символічного напрямку (Hall E.) розглядали культуру як єдину систему правил. У вітчизняній науці сформувався підхід, відповідно до якого культура повинна розглядатися й у матеріальному (речовинні, реальні здобутки праці людини), і в духовному аспектах (виробництво, розподіл і споживання духовних цінностей).

У вітчизняній науці культура найчастіше досліджувалася з позицій аксіологічного підходу, згідно якому основою, фундаментом будь-якої культури визначалася цінність. Так, П. Сорокін писав: "Усяка велика культура є не просто конгломерат різноманітних явищ співіснуючих, але ніяк один з одним не зв'язаних, а є їхня єдність або індивідуальність, всі складові частини якого пронизані одним основним принципом і виражає одну, і головну цінність" [7].

## МІЖКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК ІНТЕГРАТИВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФАХІВЦЯ З МАРКЕТИНГУ

Пізніше з'явилося більше широке розуміння культури, тісно пов'язане з побутом даного народу, культури, що має ті риси, за якими відрізняють представника одного народу від іншого. Вивчення культури відокремилася в самостійну галузь наукового пізнання психологічного портрету інших народів. Культуру стали розуміти як манеру мислити, відчувати, реагувати, що досягається й передається за допомогою символів, першими серед яких є мова, мистецтво, наука, релігія. У даному трактуванні поняття "культура" містить у собі знання, структуру поведінки суспільства й систему властивих йому цінностей. У цьому зв'язку Дейл Хаймс дає таке визначення: "Культура – це все, що потрібно знати й розуміти, щоб поводитися пристойно в спілкуванні з членами даного суспільства" [12].

Такий підхід до розуміння культури розділяють вчені Є. Верещагін і В. Костомаров, які відзначають, що "культура як суспільне явище – це сукупність матеріальних і духовних цінностей, накопичених певною спільністю. Культура – це продукт соціальної активності людини й колективу, вона має історичну генезу і відіграє визначальну роль у становленні окремої людської особистості" [4].

Видатні педагоги минулого й сучасності бачили в різних аспектах дидактики й виховання необхідність засвоєння культури, і, насамперед, вивчення іноземної мови. Необхідність вивчення мов підкреслювали багато філософів, мислителів та педагогів: англійський філософ і педагог Дж. Локк, англійський економіст і реформатор XVIII століття Дж. Беллерс, видатний дидакт І. Песталоцці.

У працях Ф. Дистервега засвоєння культури розглядалося як загальнопедагогічний принцип і відзначалося: "Ми встановлюємо для виховання й навчання принцип культуридоцільності взагалі й ставимо його поруч із природодоцільністю. При цьому перший принцип підпорядковується другому" [5].

Значне місце проблемі взаємодії мови й культури приділялось в роботах К. Ушинського, який відзначав, що "початок людського слова взагалі й навіть початок мови того або іншого народу губиться точно так само в минулому, як початок історії людства й початок всіх великих народностей" [11]. Мова – це вся природа рідної країни й історія духовного життя народу. Звідси, вважає К.Д. Ушинський, "кращий і єдино вірний шлях проникнути в характер народу – засвоїти його мову" [11].

Варто зауважити, що в історії людства завжди

спостерігався взаємовплив і взаємопроникнення культур як на побутовому рівні, так і в сфері освіти, науки, мистецтва, у професійній сфері. Міжкультурні контакти приводять до взаємовпливу наукових ідей, до запозичення слів і термінів. Особливо актуальні міжкультурні контакти на сучасному етапі, оскільки в цей час культурний обмін – необхідна умова існування людського суспільства. Це пов'язано з тим, що сучасна гео економічна та геокультурна ситуації змушують людину пристосовуватися до співіснування в єдиному життєвому просторі, що означає бути здатним будувати взаємовигідний діалог з усіма суб'єктами цього спільного життєвого простору, уміти зводити гуманітарні міжкультурні мости між представниками різних конфесій, культур і країн.

Важливу роль у цьому процесі відіграє мова, яка є єдино можливим інструментом, за допомогою якого й стає реальністю взаєморозуміння й взаємодія між представниками різних лінгвоетноспівтовариств. Звідси зовсім очевидна переорієнтація лінгводидактичних і методичних досліджень на проблеми міжкультурної компетенції, а, точніше, на проблеми формування в особистості здатності ефективно брати участь у міжкультурному діалозі та виконувати свої професійні обов'язки.

**Висновок.** В умовах сучасної соціокультурної ситуації ефективність професійного самовизначення особистості багато в чому визначається характером і рівнем міжкультурної компетенції майбутнього фахівця.

Сформована на основі знань іноземної мови й іноземної культури, вона стає необхідним фактором особистого й професійного життя людини, значно розширюючи можливості фахівця в створенні професійної моделі світу як інтегрального конструктора пізнавальної сфери особистості, багаторівневої системи уявлень людини про світ, інших людей.

Міжкультурна компетенція як інтегративна характеристика особистості майбутнього фахівця, що відображає засвоєння ним лінгвокультури на загальнокультурному, національному, соціальному й професійному рівнях, який є значимим фактором його професійного самовизначення, комплексним явищем із високим рівнем знань особливостей культури провідних країн світового співтовариства й розходжень у системі цінностей, які в цілому утворюють картину світу.

Показниками сформованості міжкультурної компетенції вважаються: обсяг знань про особливості культури провідних країн світового співтовариства й відмінності у системі цінностей,

## МІЖКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК ІНТЕГРАТИВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФАХІВЦЯ З МАРКЕТИНГУ

які в цілому становлять картину світу (знання); рівень засвоєння лексичних одиниць із національно-культурною семантикою країни досліджуваної мови (уміння); ступінь володіння специфічними прийомами взаємодії партнерів по спілкуванню, що належать до різних лінгвоетнокультурним співтовариствам (навички); спрямованість на аналіз сучасних вітчизняних і світових політичних, економічних, соціальних і правових процесів у контексті майбутньої професійної діяльності (спрямованість).

1. Астафурова Т.Н. Интерактивная компетенция в профессионально-значимых ситуациях обучения межкультурного общения / Т.Н. Астафурова // Актуальные проблемы обучения перевода и иностранных языков в лингвистическом вузе. – М., 1996. – С. 93 – 107.

2. Барышников Н.В. Параметры обучения межкультурной коммуникации в средней школе / Н.В. Барышников // Иностр. языки в школе. – 2002. – №2. – С. 28 – 32.

3. Бриксіна І.Є. Навчання міжкультурному професійному спілкуванню в немовному вузі / Комплексна система мовної підготовки в умовах регіону: Матеріали регіональної (Черноземье) науково-практичної конференції 25 – 26 березня 2004 р. / під ред. Т.А. Вдячної, В.Я. Голуб. – Борисоглібськ: ГОУ ВПО “Борисоглебский ГПИ”, 2004. – С. 36 – 39.

4. Верещагин Е.М. Язык и культура: Лингвострановедение в изучении русского языка как иностранного. – 3-е изд., перераб.

и дополн. / Е.М., В.Г. Костомаров. – М.: Русский язык, 1983. – 269 с.

5. Дистервег Ф.А. Руководство к образованию немецких учителей // Хрестоматия по истории зарубежной педагогики / Ф.А. Дистервег. – М.: Образование, 1971. – С. 385 – 445.

6. Сафин В.Ф. Психология самоопределения личности / В.Ф. Сафин. – Свердловск, 1986. – 232 с.

7. Сорокин П.А. Система социологии, социальная мобильность / П.А. Сорокин. – М., 1992. – 429 с.

8. Сысоев П.В. Культурное самоопределение языкового поликультурного образования / П.В. Сысоев // Иностр. яз. в школе. – 2004. – №4. – С. 14 – 21.

9. Лихачов Д.С. Письма о добром и прекрасном / Д.С. Лихачов. – М., 1989. – С. 231.

10. Чигирин Е. А. ГОС ВПО второго поколения по дисциплине “Иностранный язык”: реализация тренировок в условиях неязыкового вуза / Комплексная система языковой подготовки в условиях региона: Материалы региональной (Черноземье) научно-практической конференции 25 – 26 марта 2004 г. / под ред. Т.А. Вдячної, В.Я. Голуб. – Борисоглебск: ГОУ ВПО “Борисоглебский ГПИ”. – 2004. – С. 252 – 254.

11. Ушинский К.Д. Родное слово. // Хрестоматия по истории зарубежной педагогики / К.Д. Ушинский. – М.: Образование. – 1971. – С. 232 – 245.

12. Dell H. Essays in the history of linguistic anthropology / Dell H. Essays in. – Amsterdam: Philadelphia Benjamins. – 1983. – 240 p.

Стаття надійшла до редакції 24.12.2010



“Кобзар” був книгою невеликого формату обсягом 106 сторінок. Уже у друкарні в деяких його примірниках були нелегально відновлені вилучені цензором рядки, відтак ці книги склалися зі ста шістнадцяти сторінок. Перше видання “Кобзаря” містило тільки 8 поетичних творів: “Думи мої, думи мої”, “Перебендя”, “Катерина”, “Думка”, “До Основ’яненка”, “Іван Підкова”, “Шарасова ніч”, “Шополя”.

Наша дума, наша пісня  
Не вмре, не загине...  
От де, люди, наша слава,  
Слава України!

“До Основ’яненка”  
[С.-Петербург 1839]

