

Інна Машкова

## Конвергенція морально-етичних цінностей у процесі підготовки майбутніх фахівців економічної сфери

*Стаття присвячена дослідженню понять «цінності», «конвергенція», «соціокультурне середовище», «педагогічна аксіологія». Автор акцентує увагу на ролі соціокультурного середовища вищої школи у формуванні ціннісних орієнтацій студентів у новій парадигмі стосунків суб'єктів навчального процесу в контексті конвергентної еволюції цінностей.*

*The article of Inna Mashkova «Convergence of moral and ethic values in the training process of future specialists in the economic field» reviews the notions of «values», «convergence», «sociocultural environment», «pedagogical axiology». The author emphasizes the role of sociocultural environment of higher schools in forming students' value orientations in a new paradigm of the training process subjects' relationships in the context of values convergent evolution.*

В умовах принципово нового контексту наукових досліджень становлення морально-етичних та інших парадигм формування свідомості молоді надзвичайно важливим є розширення форм спілкування, обміну думками, дискусій з цього приводу людей, які мають безпосереднє відношення до процесу освіти та виховання молоді в сучасному культурно-історичному просторі [4, с. 6].

Проблема цінностей та ціннісних орієнтацій, яка була і залишається однією з найбільш фундаментальних у соціальній філософії (Н. Гартман, П. Лапі, Г. Лотце, Г. Рікерт, В. Ділтей, М. Лосский, С. Аваліані, Т. Бутківська, Є. Борінштейн, О. Петінова Є. Причепій) в останні десятиліття інтенсивно вивчається українськими педагогами (І. Бех, Ю. Грищенко, С. Краснова, Н. Максимчук, А. Молчанова, Н. Нікітіна, О. Отич, Ю. Пелех, О. Савченко, М. Солдатенко, Л. Султанова, Т. Усатенко, Н. Філіпчук) і психологами (І. Бех, О. Бондаренко, М. Боришевський, В. Панченко). Виокремлюються соціоцентричні тенденції, тобто у формуванні особистісних цінностей одні дослідники підкреслюють роль «соціалізації» та «соціальної детермінації», інші – внутрішньої логіки духовного розвитку, подолання екзистенційної кризи самодетермінації» [10; с. 3].

Цінність в аксіологічному аспекті проблем етики досліджувалася В. Василенком, Т. Дерев'янко, В. Малаховим, М. Тітмою, Б. Юдіним, в області естетики – В. Кудіним, М. Гордієнком, Л. Столовичем, В. Тугариновим та іншими. До аксіологічної проблематики звертаються В. Алексєєв, В. Андрущенко, І. Зязюн, А. І. Кавалеров, А. А. Кавалеров, О. Панін та інші.

В останні десятиліття поняття концепт і концептосфера активно входять у науковий світ, їх становлення в науці позначило новий рівень осягнення засобів, закономірностей та особливостей взаємодії лінгвістики, культури, психології, філософії, педагогіки з когнітологією. Концепт має велике значення у визначенні ролі національної культури в житті суспільства та є певною ланкою між світом взагалі та індивідуальним уявленням людини про цей світ [20, с. 48]. Концепт як етно-соціо-лінгвокультурна одиниця, що є результатом освоєння світу певним етносом, становить собою інструмент, завдяки якому здійснюється «...вихід на концептосферу соціуму, тобто на його культуру» [17, с. 34].

Цінність у найбільш загальному плані можна визначити як щось значиме взагалі, чи то в позитивному, чи в негативному аспекті. Цінності носять суб'єктивно-об'єктивний характер, проте виступають як єдність об'єктивного і суб'єктивного, духовного і матеріального, індивідуально-особистісного та загальнолюдського, соціального і природного [14]. Поняття цінність є специфічно соціальним визначенням об'єктів навколишнього світу, що виявляє їх позитивне чи негативне значення для людини та суспільства (добро та зло, прекрасне та потворне), притаманне явищам суспільного життя та природи. Так звані предметні

цінності (комп'ютер, автомобіль) відносно людини є об'єктами її інтересів, а для її свідомості виконують роль повсякденних орієнтирів в предметній та соціальній дійсності. Якщо вони являють собою ще і предмети мистецтва, то мають естетичну цінність, красу (картини, ювелірні вироби та ін.). Якщо розглядати дані об'єкти як продукт праці, тобто деякий результат економічної діяльності бізнес-підприємства або окремого економічного суб'єкта, вони вже виступають як економічна цінність, вартість.

Цінністю вважають також явища суспільної свідомості, які виражають інтерес до предметних цінностей в ідеальній формі (поняття справедливості, несправедливості, ідеали, моральні норми і принципи). Дані понятійні структури є *духовними та морально-етичними цінностями*, й не просто описують певні явища реальності, як дійсні, так і уявні, але дають їм оцінку.

Тлумачний словник А. Хорнбі пропонує наступний ряд значень мовної одиниці цінність (value): 1. якість бути корисним; 2. значущість, цінність чогось порівняно з чимось; 3. (екон.) цінність, вартість чогось у термінах грошей або товарів, на які можна обміняти; 4. (екон.) передбачувана вартість чогось порівняно з отриманою ціною; 5. (муз.) повний час звучання ноти, звука; 6. (мов.) значення; 7. (множина) стандарти, якості: e. g. moral / artistic values. У виразі his scale of values («його шкала цінностей») слово values вживається в значенні «моральні, духовні цінності», у виразі the value of this discovery («цінність цього відкриття») значення лексеми value синонімічне значенням лексем significance, importance – «важливість, значимість», у яких на перший план виходить духовне, а не матеріальне начало. Значення вислову I value your opinion синонімічне значенню висловлювання I appreciate your opinion, тобто «високо цінити, визнавати».

До субкатегорії *економічних цінностей*, які мають вартість, ми можемо віднести усі види активів: матеріальні (такі як фактори виробництва, навіть людські ресурси) та нематеріальні (такі як репутація, авторські права тощо), різноманітні форми розрахунків (зарплати, премії та ін.), цінні папери, інвестиції, матеріальні витрати, товари і послуги, предмети колекціонування та цінності, такі як ювелірні вироби, дорогоцінні метали та каміння.

«Оцінити» можна не лише річ, об'єкт, але й саму людину, суб'єкта. Людину можна «оцінювати» як у прямому значенні слова, тобто визначити її вартість (вартість її спадку, майна) або вартість її послуг чи знань, так і в непрямому, тобто визначити важливість та значимість останніх [18, с. 34–37].

Наприклад, успіх розглядається як подія, що отримала соціальну та суспільну оцінку, проте він може визначатися не лише визнанням інших. Успіх людина може вважати таким, не зважаючи на думку інших людей. Важливо знати і розуміти, що саме вона вкладає в це поняття. Оцінка і домагання – ось дві якості, від яких по суті і залежить успіх.

Якщо ми звернемося до походження цього слова в латинській мові, то побачимо, що *successus*, *m* означає: 1) наближення, підхід, просування; 2) хід, рух, біг, послідовність, течія; 3) наслідок, результат; 4) позитивний наслідок, успіх, удача; 5) нащадок, дитина. В англійській мові: *success* – 1) успіх, удача; 2) процвітання, добробут; 3) той, хто має успіх, визнання; 4) результат (експерименту). У французькій мові: *succès* – успіх, удача, досягнення, (синонім – *réussite*). Пізніше синонім бере на себе ті значення, які в англійській мові виражені старішим словом. *Réussite*, *f* – 1) наслідок, результат; 2) успіх, удача, досягнення [2; 5; 6].

Тож у сучасній французькій та англійській мовах ми спостерігаємо інші, ніж у латині, семантичні наголоси, обернену ситуацію, пов'язану із прагматизмом, акцентуацію на успіх як результат, як щось зовнішнє стосовно людини. Ми бачимо трансформацію самого концепту успіх у сучасних мовах з акцентом на етичний мотив утилітаризму. Студентам в економічному ВНЗ дуже важко не переносити економічні поняття у інші сфери свого життя, тому поняття цінності у них також набуває конвергентного характеру.

На жаль, життя в суспільстві також сприяє стандартизації нашого сприйняття, оскільки стереотипи просто відповідають потребі людини у деякому узагальненні і класифікації того, що вона відчуває і про що думає. Цей тип сприйняття часто стає причиною відсутності взаєморозуміння між людьми, які належать до різних культур або різних рівнів культурної самоідентичності.

Молоді люди прагнуть свободи, а на ділі часто стають підневільними масових шаблонів, типів поведінки, стандартних образів, нормативів і т. ін., що поширюються масмедіа. Фактично формується небачена раніше відеоструктура сприйняття, котра зумовлена досягненнями сучасних супернових технологій. Електронна цивілізація здатна поширювати небаченими раніше швидкостями знання, але ж вона приховує в собі можливість до примноження невігластва, безкультур'я, аморалізму, бездуховності [4, с. 6].

Дуже цікавою і важливою, на наш погляд, є стаття відомого українського економіста О. Кендюхова «Філософія маркетингу». «Філософія маркетингу, пише він, – перша в історії людства стихійна філософія, яка щойно починає усвідомлюватися. Вона стихійно була створена підприємцями та спеціалістами з просування товару, завдяки інтенсивному розвитку того, що зараз зветься маркетинговими комунікаціями: засоби масової інформації, засоби зв'язку, виставки, спонсорство, благодійні акції, світлина тощо» [11]. Інтернет, медіа, комп'ютерні навчальні програми, тобто суто знаннєві технології за умов гіпертрофованого їх застосування, призводять до ущемлення морального аксіологічного компонента [9; 260]. Свідомість людей, особливо молоді, виявилась настільки відкритою океану інформації про те, чого їм слід бажати, та як і де це можна отримати, що ні світові релігії, ні філософський спадок людства не змогли не те щоб відреагувати, навіть помітити, що вони вже не володіють свідомістю людини. По суті, філософія маркетингу культивує ниці бажання людини, які ототожнюються в усіх релігіях із впливом сил зла: ненаситна жага до матеріальних та чуттєвих фізичних задоволень, жага до грошей, марнославство, заздощі, брехня, підлість, лицемірство. Поняття обов'язку тут недоречно. «Я хочу» повністю витісняє «я повинен».

Філософія маркетингу безперервно формує стереотипи життєвих цінностей та принципів поведінки: розкішні будинки, автомобілі, ресторани, дорогий одяг як, певна річ, домінуючі цінності. Цінність інтелекту нівелюється так само, як і цінність творчих (нематеріальних) досягнень: у науці, музиці, прозі, поезії. Такі романтичні цінності, як любов в ім'я

творчості, жага до подвигу в битві добра зі злом, за справедливість – повністю нівелюються у практичному житті. «Жодна філософська концепція не несла в собі більшої загрози людству, ніж філософія маркетингу, – стверджує О. Кендюхов. Під її впливом відбувається своєрідна духовна дееволюція людства». Людина втрачає змогу пізнавати себе, реалізувати себе як творчу особистість, що, за Бердяєвим, є головною характеристикою людини. Творчість сьогодні підкорена комерційним цілям, а її основна суть у суспільстві споживання – це створення потреб. «Чи є надія щось змінити?» – запитує О. Кендюхов. «Є, – відповідає він, – проте вона має напрочуд примарний характер. Лише інтелектуальний та духовний розвиток людини здатний привести до переосмислення цінностей Суспільства споживання, до розуміння того, що найвищу цінність має те, що не можна купити за гроші. Та чи здатна людина Суспільства споживання до переоцінки своїх цінностей?» [11]

У деякій мірі, процес, який О. Кендюхов називає духовною дееволюцією, ми назвали б *конвергенцією цінностей*. Її можна порівняти з *конвергентною еволюцією* – еволюційним процесом, за якого виникає подібність між організмами різних груп, які знаходяться (живуть) в східних умовах. *Конвергенція* – [лат. *convergere* – наближатися, сходиться] – 1) сходження, зближення; 2) біол. придбання. Вона розглядається як процес зближення, сходження (у різному сенсі), компромісу, стабілізації у протилежність дивергенції. Терміни конвергенція та дивергенція застосовуються в різних природних і гуманітарних науках, наприклад, як процес злиття технологій, які раніше розвивалися паралельно. Цікаво, що в економіці конвергенція – це явище, яке описує уподібнення національних економік, наприклад, господарського (інституціонального) механізму та економічного устрою (в контексті уподібнення суспільного устрою) [15, с. 249]. Дослідження економічного дискурсу є одним із нових напрямів сучасної лінгвістики, оскільки семантичний аспект ринкових відносин є однією з маловивчених проблем. Таким чином виявляється зв'язок адресата – економіста, маркетолога, який дає оцінку ринковій діяльності, журналіста, що описує ситуацію на ринку, (та їх відношення до реальності) – та реципієнта – користувача, наприклад, фінансової інформації, в нашому випадку, студента економічного ВНЗ.

За О. Андрєєвим основні цілі та визначені ними функції освіти дорослих можна звести до задоволення потреб особистості, суспільства, економіки: особистості – у самоудосконаленні; суспільства – у формуванні соціально активної та адаптованої до реалій життя особистості; економіки – у підготовці компетентного ефективного працівника. Кінцевою метою освіти дорослих є формування особистості, яка активно, компетентно та ефективно бере участь в економічному соціальному та особистому житті [3].

Тепер, тобто для ринкових умов, стали потрібними більш автономні індивіди – індивіди, які самотужки протистоять на ринку праці один одному і роботодавцям як класу. Чим більше конкуренція між такими індивідами на ринку праці, тим стабільнішою стає уся капіталістична система. Можна вважати, що індивідуалізація, як головна ідея західних теорій – це *соціалізація навпаки* [4, с. 17]. І натомість, епоха постмодерну змінила пріоритети, поставивши у центр уваги особистість, яка вперше усвідомила себе як мікрокосм, як частину світової культури, де на основі діалогу культур вона пізнає себе у своїй власній, збагачуючи культурологічний досвід людства [9, с. 5].

Важливим завданням вищих навчальних закладів є виховання моральних і громадянських рис, без яких неможливі професійна та життєва компетентності. Слід зазначити,

що поява концепту компетентність відповідає викликам епохи постмодерну. На відміну від звичних «знань, умінь і навичок» до структури компетентності увійшли цінності й якості, що перетворили «виконавця», який знає, уміє і діє, на «усвідомленого творця», який знає, заради чого і яким чином він діє [13, с. 217].

Якщо ще в другій половині ХХ століття, у 60–70 роки під цінностями почали розуміти не лише усталені норми, моральні та естетичні ідеали, а і будь-які феномени свідомості, що мають значимість для особистості та суспільства взагалі, та набуває поширення потребніший підхід (В. Блюмкін, С. Аваліані), то багато вчених (П. Копнін, О. Ручка, Л. Косарева) вже розглядали взаємозв'язок між пізнавальним і ціннісним компонентами свідомості. Позитивним можна вважати те, що у зарубіжній педагогіці останніх десятиліть прагматичний варіант пошукового підходу до навчання поступає місцем пошуковому підходу теоретико-пізнавальної орієнтації: навчальний процес будується як самостійний пошук студентами нового знання, нових пізнавальних орієнтирів високого рівня складності (Э. де Боно, Д. Брунер, Э. де Кортє, Д. Мезироу, М. Ноулз, Х. Таба, Д. Шваб та ін.), процес дослідження стає визначальним для побудови навчання («процесуально-орієнтоване» навчання). Основа навчання – його зв'язок із безпосереднім досвідом студентів, який виступає важливим джерелом пізнання і має соціальний характер. Умови навчання, характер взаємодії суб'єктів навчального процесу трансформуються відповідно до вимог ситуації спільного дослідницького пошуку.

Особистісно-орієнтована модель освіти на засадах педагогіки партнерства спрямована на формування високогуманних відносин у вищому навчальному закладі, на формування творчого колективу студентів і викладачів. У сучасній вітчизняній освіті потреба визнання особистісно-орієнтованого виховання як специфічної організації навчально-виховного процесу у соціокультурному середовищі вищого навчального закладу вже розглядається в якості методологічного імперативу для успішного формування творчих інноваційних якостей суб'єктів навчання. Виховний вплив викладача інтегрований у навчання: викладач покликаний розвивати моральну рефлексію студента, орієнтувати його на відповідальну поведінку в майбутній професії та життя в суспільстві, тому стан освітньої сфери, її розвиток і перспективи в першу чергу залежать від аксіосфери педагога [19, с. 29].

*Педагогічна аксіологія* – це наука про цінності освіти, в яких представлена система знань, принципів, норм, канонів, ідеалів, які регулюють взаємодію в освітній сфері і формують компонент стосунків в структурі особистості. Педагогічна аксіологія, вивчаючи особливості ціннісних орієнтацій, підкреслює їх феномен, який полягає у тому, що саме цінності надають стійкості особистості педагога і вихованця, визначають принципи їх поведінки, спрямовують інтереси і потреби особистості, регулюють мотиваційну сферу в системі освіти [19, с. 29].

*Ціннісна орієнтація* – вибіркова, відносно стійка система спрямованості інтересів і потреб особистості, зорієнтована на певний аспект соціальних цінностей, задає аксіологічний вектор життєдіяльності людини на ідеальному рівні. На першому плані – інтелектуально-духовні цінності, що не дозволяють людині довго перебувати в полоні бездумного споживацтва.

Західний світ сформував два напрямки соціальної відповідальності. В американській моделі переважає уклін на філантропію, компанії інвестують частину прибутку в соціально корисні ініціативи. В європейській моделі соціально відповідальна діяльність компаній пов'язана

із досягненням бізнес-цілей і є частиною стратегії створення додаткової вартості.

Європейська модель більш меркантильна і тому на сучасному етапі, можливо, більш прийнятна для українського бізнесу. Перетворення відповідальності в центр моралі, в домінуючий моральний принцип відбувається в умовах високотехнологічного виробництва. Зростання соціального динамізму, виробничої потужності, збільшення свободи породжують реалістичний нормативно-ціннісний соціальний проект у вигляді соціальної відповідальності, а в сфері діяльності бізнесу – корпоративної соціальної відповідальності [1, с. 312].

Світоглядна чи ціннісно-орієнтаційна функція навчального середовища розкриває зміст моральної спрямованості навчального колективу – соціальну цінність, інтегративну єдність її мети, цілей, мотивів, перспективи розвитку колективу. У цьому середовищі формується громадська думка щодо різноманітних суспільно-політичних явищ і випрацьовуються колективні погляди, які безпосередньо впливають на формування ціннісних орієнтацій особистості, здатні забезпечити всебічний, гармонійний розвиток особистості студента в колективі та через колектив, прийняття членами даного колективу групових норм і цінностей. Під соціокультурним середовищем ми маємо на увазі сукупність суспільних, матеріальних і духовних умов, факторів, відносин тощо, в яких існує особистість і які так чи інакше впливають на її свідомість, поведінку та діяльність [23, с. 526–27].

Характер соціально-педагогічних технологій особливо яскраво проявляється у процесі педагогізації соціокультурного середовища, залучення студентів до соціокультурної творчості, що є можливим за умов: соціальної спрямованості саморозвитку особистості та розвитку соціальної активності; позитивного ставлення студентської молоді до соціокультурного середовища. Цінності, пов'язані з соціокультурним контекстом, є фундаментом культури, а культура – предметним полем формування цінностей [16, с. 401]. Соціокультурна творчість – це створення людьми нових загальних зразків дій, принципів об'єднання цілей і засобів їх досягнення, цінностей, вірувань, а також символічних засобів (знаків, символів), які забезпечують комунікацію в суспільстві [12, с. 116].

Ознаками, які свідчать про зміни в особистості студента, що відбулися завдяки виховному впливу навчального колективу, можна вважати такі: позитивні зміни в характері діяльності, за якими стоїть зміна мотивації даної діяльності, пов'язана з виникненням нових ціннісних орієнтирів; нове ставлення до загальнолюдських, національних і професійних цінностей, що виражаються в різних формах. Викладацько-студентська субкультура може розглядатися як відносно суверенне, цілісне утворення, що відзначається власним ціннісним устроєм, традиціями, нормами [7, с. 436].

Виховання на основі цінностей – це основний шлях формування особистості студента – майбутнього фахівця в сфері глобальної світової економіки. Діалектична взаємодія викладача і студентів у цілісному педагогічному процесі є надзвичайно складним феноменом, який реалізує аксіологічні функції. Це особлива форма відтворення культури, під впливом якої формується і розвивається культура особистості всіх суб'єктів навчального процесу. Педагогічна культура є інтегративною характеристикою досконалого педагогічного процесу в єдності його аксіологічної, акмеологічної, гуманістичної спрямованості [9, с. 32]. Чим вища професійна і педагогічна культура викладача, тим вищий рівень культурологічного розвитку студента.

Оскільки філософи поняття професійної культури розглядають крізь призму професійної етики (Т. Аболіна, В. Бакшта-



новський, Т. Дерев'яно), спільними зусиллями йде процес створення Кодексів честі університетів, що особливо важливо для вищих навчальних закладів економічного напрямку. Професіоналізм – категорія етична. Етика і компетенція неподільні. Етична кодексова культура є прикметною ознакою демократичного громадянського суспільства, а дотримання норм і правил етичних кодексів є реальною практикою професійної етики, етичної відповідальності, відповідності моральним критеріям тієї або іншої професії [8, с. 341–377].

Фактична, а не формальна автономія університетів неможлива без розвинених партнерських відносин між студентами і викладачами, їх соціокультурної творчості. Освіта, будучи сферою соціокультурної діяльності, відкриває великі можливості для осягнення світової культури і формування в особистості культурологічної основи [22, с. 146]. Цей процес обумовлюють культурологічна діяльність плюс система соціокультурних факторів.

Становлення майбутнього фахівця в сфері бізнесу потребує високої культури і професіоналізму, добросовісності і громадянської відповідальності. Відповідальність це – філософсько-соціальне поняття, яке відображає об'єктивний, історично-конкретний характер взаємовідносин між особистістю, колективом, суспільством у контексті свідомого здійснення висунутих до них взаємних вимог. Сприйняті людиною вони стають основою мотивації його відповідальної поведінки, регулятором якої служить сумління. Формування особистості має на увазі виховання у неї почуття відповідальності, яке стає її якістю [21, с. 453].

Моральна відповідальність – явище складне і означає спроможність правильно зрозуміти потреби інших людей як свої особисті. Це – зворотна сторона свободи, і кожний людський вчинок як результат морального вибору так чи інакше торкається інтересів інших людей і суспільства. Усвідомлення кожною окремою людиною своєї власної гідності як величезної цінності, що має в основі загальнообов'язкове визнання гідності інших, а також усвідомлення своєї громадянської гідності може підняти рідну країну до належних висот у світі.

Тому у майбутніх фахівців економічної сфери необхідно розвивати такий тип світосприйняття як почуття глибоко особистої причетності до світу, розуміючи його не з абстрактно глобалістської, універсально-космічної позиції, а як реальний світ наших рідних і близьких, сусідів, співвітчизників, сучасників – усіх тих, серед яких ми живемо; почуття тривоги і відповідальності за те, що відбувається у цьому світі; виховувати громадянську гідність, тобто глибоке розуміння соціального змісту і наслідків своєї професійної діяльності.

1. *Аболина Т. Г.* Этические аспекты социальной ответственности бизнеса / Т. Г. Аболина // Украина у стані перманентного вибору: духовно-культурні, соціально-економічні та політико-правові стратегії: матеріали Х ювілейної наук.-практ. конф., Київ, 20 трав. 2010 р. / Національна акад. управл. – К.: НАУ, 2011. – 336 с.
2. *Англо-український словник: у 2 т.* Близько 120000 слів / Склав М. І. Балла. – К.: Освіта, 1996. – Т. 2. – 712 с.
3. *Андреев А. А.* Педагогика высшей школы. Новый курс / А. А. Андреев. – М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2002. – 264 с.
4. *Бровко М. М.* Молодь у сучасному соціокультурному просторі / М. М. Бровко // Молодь у сучасному світі: філософсько-культурологічні виміри: зб. матеріалів Міжнар. наук. конф., Київ, 26–27 берез. 2009 р. – К., Видавничий центр КНЛУ, 2009. – 504 с.
5. *Ганшина К. А.* Французско-русский словарь: 51000 слов / К. А. Ганшина. – [9-е изд., стереотип.] – М.: Русский язык, 1982. – 912 с.
6. *Дворецкий Й. Х.* Латинско-русский словарь. Около 50000 слов / Й. Х. Дворецкий // [изд. 2-е, переработ. и доп.] – М.: Русский язык, 1976. – 1096 с.
7. *Дерев'яно Т. М.* Викладацько-студентська субкультура: проблема етичної кодифікації / Т. М. Дерев'яно // Молодь у сучасному світі: філософсько-культурологічні виміри: зб. матеріалів Міжнар. наук. конф. – Київ, 26–27 берез. 2009 р. – К.: Видавничий центр КНЛУ, 2009. – 504 с.
8. *Етика в освіті та культурі України.* Круглий стіл [В. Малахов, Т. Дерев'яно та ін.] – К.: Дух і літера, – 2004. – № 13–14. – С. 341–377.
9. *Иванова Т. В.* Культурологическая подготовка будущего учителя / Монография. / Т. В. Иванова. – К.: ЦВП, 2005. – 282 с.
10. *Завгородня О. В., Кураганська Л. О.* Особистісні цінності та методи їх дослідження / О. В. Завгородня, Л. О. Кураганська. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2006. – 50 с.
11. *Кендюхов А. В.* Философия маркетинга и общества потребления: Начало новой цивилизации или начало конца? [Электронный ресурс] / А. В. Кендюхов // <http://kandyuhov.in.ua/personality.html>.
12. *Культурология.* Интегративный курс: учеб. пособие. / И. Е. Волошко, Б. Г. Мачульский, А. А. Машталер и др.; под общ. ред. И. Е. Волошко. – К.: КНУ, 2009. – 383 с.
13. *Лактіонова Г. М.* Концепт покоління / Г. М. Лактіонова // Концептосфера педагогічної освіти: Матеріали філософсько-методологічного семінару «Аксіологічна концептосфера педагогічної освіти» / Авт. ідеї і упор. Т. П. Усатенко. – К.; Ніжин: ПП Лисенко М. М., 2010. – 299 с.
14. *Петінова О. Б.* Проблема цінності в філософії / О. Б. Петінова // Культура народів Причорномор'я. – 2002. – № 36. – С. 183–188.
15. *Словарь иностранных слов.* – 18-е изд., стер. – М.: Русский язык, 1982. – 624 с.
16. *Скотний В. Г.* Філософія символічного світу. Цінності / В. Г. Скотний // Філософія. Історичний і систематичний курс. – К.: Знання України, 2005. – 575 с.
17. *Солоненко М. А.* Концепт как базовый термин лингвокогнитивной деятельности / М. А. Солоненко // Аспирант и соискатель. – 2007. – № 1. – С. 31–36.
18. *Старцева Н. Н.* Понятийная категория ценность в экономическом контексте / Н. Н. Старцева // Когнітивно-прагматичні дослідження мов професійного спілкування: матеріали Міжнар. наук. конф. – Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2006. – 144 с.
19. *Султанова Л. Ю.* Теоретичні засади педагогічної аксіології в системі підготовки майбутнього педагога / Л. Ю. Султанова // Аксіологічний підхід – основа формування цілісної особистості майбутнього педагога: Монографія / за заг. ред. Л. О. Хомич. – К.; Ніжин: ПП Лисенко М. М., 2010. – 143 с.
20. *Усатенко Т. П.* Концепт – визначальний чинник когнітивної педагогіки: педагогічна інноватика / Т. П. Усатенко // Концептосфера педагогічної освіти: матеріали філософсько-методологічного семінару «Аксіологічна концептосфера педагогічної освіти» / Авт. ідеї і упор. Т. П. Усатенко. – К.; Ніжин: ПП Лисенко М. М., 2010. – 299 с.
21. *Философский энциклопедический словарь* / Редкол.: С. С. Аверинцев, Э. А. Араб-Оглы, Л. Ф. Ильичев и др. – М.: Сов. энциклопедия, 1989. – 815 с.
22. *Хейстер И. М.* К вопросу о моделировании объема знаний выпускников вуза / И. М. Хейстер // Научная организация труда в вузе. – М., 1989.
23. *Ягулов В. В.* Педагогіка: навч. посібник / В. В. Ягулов. – К.: Либідь, 2002. – 560 с.

Рафиг Наджафгулиев

## Проблеми правового регулювання предоставлення статусу беженця или вынужденного (внутри страны) переселенца в Азербайджанской Республике

*В статье рассматриваются некоторые проблемы миграционных процессов после распада СССР на бывшей его территории. Автор особое внимание уделяет правовым проблемам в плоскости регулирования представления статуса беженца и вынужденного переселенца. Проведен анализ национального законодательства, касающийся статуса беженцев и вынужденных переселенцев (внутренне перемещенных лиц). Так же был исследован административно-правовой статус уполномоченных органов, непосредственно обеспечивающих правовой статус беженцев и вынужденных переселенцев (внутренне перемещенных лиц).*

*This article discusses some of the problems of migration after the collapse of the former Soviet Union in its territory. The author of the special attention paid to the problems of legal regulation in the plane representation of refugee and internally displaced. The author of the article, an analysis of national legislation relating to the status of refugees and internally displaced persons (IDPs). This article has been investigated in the same administrative and legal status of the authorized bodies directly providing legal status of refugees and internally displaced persons (IDPs).*

Після розпаду СРСР на території бывших союзных республік почався взрив етнічного сепаратизма,

вооруженных конфликтов, политической нестабильности, дисбаланс економічних і соціальних інститутів,