

practical work in the Land Forces.

It also emphasizes the expediency of using in military institutions of higher education in the process of theoretical preparation of the structural-functional method, the method of reference signals, elements of didachography.

Key words: military education, future officers of rocket-artillery theoretical training armament, didachography, method of reference signals, structural-functional method.

Дата надходження статті: «28» вересня 2018 р.

УДК 371.134:339.138

Онуфрив А. Р.*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ В МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ АНГЛОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОМУ УСНОМУ СПІЛКУВАННІ

У статті доведено актуальність проблеми формування в майбутніх маркетологів англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні як одного із пріоритетних завдань іншомовної підготовки цих фахівців у ЗВО. Здійснено аналіз методологічних основ формування англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні майбутніх маркетологів. Висвітлено сутність і структуру англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні майбутніх маркетологів, яку визначено, як здатність реалізувати усномовленневу комунікацію в діалогічній і монологічній формах у комунікативних ситуаціях професійно орієнтованого спілкування. До структури іншомовної професійно орієнтованої компетентності в діалогічному й монологічному мовленні віднесено мовленнєві, навчальні, інтелектуальні, організаційні, компенсаційні вміння; мовленнєві навички: рецептивні і репродуктивні; декларативні і процедурні знання; комунікативні здібності. Установлено, що саме компетентнісний, комунікативно-діяльнісний, професійно орієнтований та контекстний підходи становлять методологічну основу процесу формування англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні майбутніх маркетологів. Обґрунтовано ряд принципів, які лежать в основі формування англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні майбутніх маркетологів і зумовлені зазначеними підходами, а саме: урахування особливостей професійної діяльності маркетологів, моделювання в навчальній діяльності комунікативних ситуацій професійної діяльності майбутніх фахівців; активного включення студента в навчальну діяльність; проблемності; методично обґрунтованого поєднання нових і традиційних методів навчання; комплементарності, доповнюваності. Здійснений аналіз дозволив стверджувати, що комплекс проаналізованих підходів та принципів забезпечує ефективність процесу формування англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні майбутніх маркетологів.

Ключові слова: англомовна компетентність у професійно орієнтованому усному спілкуванні, компетентнісний підхід, комунікативно-діяльнісний підхід, професійно орієнтований підхід, контекстний підхід, принципи, майбутні маркетологи.

На сьогодні формування в студентів багажу теоретичних чи практичних знань не є завданням підготовки фахівців у ЗВО, оскільки з метою пошуку знань студенти можуть звернутися до довідкових джерел у друкованій чи електронній формах. В основі підходу, на якому ґрунтується іншомовна професійна підготовка майбутніх фахівців, у тому числі майбутніх маркетологів, має лежати не багаж знань студента, а вміння розв'язувати проблеми професійного характеру, виконувати професійні функції, ролі й обов'язки. Належний рівень сформованості в майбутніх маркетологів англомовної

*© Онуфрив А. Р.

компетентності в професійно орієнтованому спілкуванні дозволяє суттєво підвищити продуктивність праці цих фахівців.

Проблему формування іншомовної комунікативної компетентності досліджували О. Бігич, Н. Бориско, Р. Гришкова, І. Задорожна, І. Зимня, Г. Китайгородська, А. Леонт'єв, Л. Морська, С. Ніколаєва, Є. Пассов, Г. Рогова, С. Савін'єн, М. Свейн, Д. Хаймс та ін. Питанням визначення сутності й структури іншомовної професійно орієнтованої комунікативної компетентності майбутніх фахівців нефілологічного профілю присвячено наукові розвідки Т. Аванесова, Т. Дадлі-Еванса, Н. Микитенко, Р. Мільруд, О. Паршикової, О. Петрашук, А. Самсонова, М. Сейнт Джон, О. Тарнопольського, О. Тинкалюк, А. Уотерса, Т. Хатчінсона та ін. Проблеми комунікативної підготовки майбутніх маркетологів вивчали М. Акічева, Ю. Мендрух, Ю. Пассов, І. Ромащенко та ін. Попри значну увагу учених і методистів до окресленої проблеми, аналіз наукових джерел засвідчив, що на сьогодні не існує комплексного дослідження, присвяченого аналізу методологічних основ формування англomовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні майбутніх маркетологів.

Мета статті – здійснити аналіз підходів і принципів формування англomовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні майбутніх маркетологів.

Услід за Т. Хатчінсоном та А. Уотерсом, І. Гіренко наголошує, що курс навчання професійно орієнтованої іноземної мови не повинен використовувати методологію й методи дисциплін, які він обслуговує [8, с. 135]. Професійно орієнтований підхід має слугувати ефективним методологічним підґрунтям формування в майбутніх маркетологів англomовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні. Цей підхід передбачає професійну спрямованість змісту навчання через діяльність, що має на меті виконання студентами прийомів та операцій, які формують відповідні професійні навички й уміння і передбачає:

- інтеграцію дисциплін «Іноземна мова» та «Іноземна мова професійного спілкування» з фахово орієнтованими дисциплінами на основі міжпредметних зв'язків;
- використання іноземної мови як засобу систематичного розширення професійних знань, розвитку професійних навичок та умінь;
- застосування форм організації навчання і методів навчання, які допоможуть сформуванню в студентів необхідні професійні навички, уміння, знання [13, с. 30-34].

Таким чином, у процесі навчання професійно орієнтованої іноземної мови встановлюється двосторонній зв'язок між намаганням студента отримати спеціальні знання зі своєї майбутньої професії та успішністю оволодіння мовою, оскільки посередництвом іноземної мови студенти отримують, розширюють професійні знання, розвивають професійні навички та уміння, мислення, пізнання інших світових культур.

Пріоритетним завданням вищої школи на сьогодні є формування в майбутніх фахівців комплексу відповідних компетентностей, відтак іншомовна підготовка майбутніх маркетологів має ґрунтуватися на засадах компетентнісного підходу.

Усне мовлення трактується лінгвістами, як вихідна фундаментальна форма існування дискурсу [10, с. 293]. Основним каналом передачі інформації при усному дискурсі є акустичний. Усне спілкування англійською мовою відбувається за допомогою усного продуктивного виду мовленнєвої діяльності – говоріння – у діалогічній і монологічній формах [11, с. 298; 19]. Таким чином, формування в майбутніх маркетологів англomовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні стає пріоритетним завданням іншомовної підготовки цих фахівців у ЗВО.

Англomовну компетентність у професійно орієнтованому усному спілкуванні на основі здійсненого аналізу досліджень лінгвістів [2; 4] і методистів [11; 15] трактуємо, як здатність реалізувати усно мовленнєву комунікацію в діалогічній і монологічній формах у комунікативних ситуаціях професійно орієнтованого спілкування.

Компетентнісний підхід передбачає формування в студентів мотиваційної, рефлексивної, когнітивної, операційно-технологічної, соціальної та інших складових результатів навчання, що є водночас компонентами англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні.

Окрім мотиваційного, рефлексивного, когнітивного, операційно-технологічного, соціального компонентів, до структури іншомовної професійно орієнтованої компетентності в діалогічному й монологічному мовленні входять [11, с. 302-304]:

- мовленнєві, навчальні, інтелектуальні, організаційні, компенсаційні вміння;
- мовленнєві навички: рецептивні і репродуктивні;
- декларативні і процедурні знання;
- комунікативні здібності.

Кожен з компонентів компетентності має відповідний метод формування, що характеризується єдністю мети, прийомів і результатів [3, с. 156-163]. Зокрема, методом розвитку когнітивної складової компетентності студентів можна уважати пізнавальну діяльність, а відповідним результатом – багаж здобутих знань та досвід пізнання. Методом розвитку операційно-технологічної складової компетентності є практична діяльність, а результатом – комплекс здобутих навичок та умінь, а також досвід практичної діяльності (у контексті нашого дослідження йдеться про комунікативну діяльність). Методом розвитку мотиваційної складової компетентності можна уважати творчо-пошукову діяльність, а відповідним результатом – накопичення досвіду в успішному розв'язанні творчо-пошукових завдань. Методом розвитку рефлексивної складової є оцінювальна діяльність, а результатом – формулювання оцінювальних суджень, усвідомлення власної системи цінностей, розуміння системи цінностей інших осіб. Методом розвитку соціальної складової є імітація комунікативної діяльності та реальна комунікативна діяльність засобами умовно-комунікативних та комунікативних вправ і завдань інтерактивного характеру, а результатом – формування досвіду комунікативної діяльності [17, с. 84-88].

Таким чином, компетентнісний підхід орієнтується на приріст знань, умінь і навичок – компонентів англомовної компетентності майбутніх маркетологів у професійно орієнтованому усному спілкуванні, а також формування досвіду комунікативної діяльності та емоційно-ціннісного ставлення до предмету комунікативної діяльності. На основі цього вважаємо компетентнісний підхід одним із базових підходів до формування англомовної компетентності майбутніх маркетологів у професійно орієнтованому усному спілкуванні.

Процес формування англомовної компетентності майбутніх маркетологів у професійно орієнтованому усному спілкуванні дозволяє відзначити зорієнтованість його змісту на цінності особистісного розвитку (одним із мотиваційних чинників розвитку яких у процесі підготовки майбутніх фахівців є професійний компонент, зокрема комунікація в галузі професійної діяльності) й значне зростання ефективності навчання за рахунок діяльнісного компоненту. Таким чином, аналіз методологічного підґрунтя формування англомовної компетентності майбутніх маркетологів у професійно орієнтованому усному спілкуванні доводить вагомість комунікативно-діяльнісного підходу. Застосування комунікативно-діяльнісного підходу відповідає цілям навчання іноземних мов і дозволяє активно формувати й розвивати в тих, хто навчається, іншомовну комунікативну компетентність. Формування й розвиток іншомовної комунікативної компетентності є метою стандартизованої мовної освіти на усіх рівнях [16, с. 15-20].

На основі досліджень І. Зимньої [9], Ю. Пасова [14], І. Бім [3] дослідниця І. Бабій робить висновок, що комунікативно орієнтоване навчання трактується, як поєднання двох структурних компонентів: екстралінгвістичного, що включає комунікативні наміри мовця й предметний зміст спілкування відповідно до ситуації, а також лінгвістичного, який окреслюється мовним матеріалом (фонетичним, граматичним, лексичним)

і мовленнєвим (зразки ситуативно й тематично зумовлених мовленнєвих висловлювань) [1]. Таким чином, структура англомовної компетентності майбутніх маркетологів у професійно орієнтованому усному спілкуванні відповідає засадам згаданого підходу. Виявлений факт є ще одним аргументом щодо доцільності формування в майбутніх маркетологів англомовної професійно орієнтованої компетентності на засадах комунікативного підходу, що носить діяльнісний характер.

Діяльнісний підхід до формування в майбутніх маркетологів англомовної професійно орієнтованої компетентності в усному спілкуванні акцентує на співвідношенні мови і мовлення. При цьому мова розглядається як засіб, а мовлення – як спосіб реалізації мовленнєвої діяльності. Мовлення є способом формулювання думки засобами системи мови в процесі мовленнєвої діяльності. Теорія мовленнєвої діяльності розглядає мовлення як активну, цілеспрямовану й умотивовану діяльність та аналізує: функції і мотиви цієї діяльності, її зв'язок з мисленням; розвиток мислення засобами мови й мовлення; процеси породження й сприйняття висловлювань, текстів; механізми мовлення, його види, типи; ефективні механізми оволодіння рідною та іноземними мовами. Отже, мовленнєва діяльність є процесом активного, цілеспрямованого спілкування, опосередкованого мовою й зумовленого ситуацією спілкування, взаємодією його учасників [9, с. 93].

Теоретичними засадами комунікативно-діялісного підходу є синтез загальнометодичних положень кількох суміжних дисциплін: комунікативної лінгвістики, лінгвістики тексту, теорії мовленнєвої діяльності. Комунікативна лінгвістика досліджує загальні закони спілкування, структуру мови в процесах комунікації, взаємодію мовних і позамовних засобів комунікації, залежність організації та використання мовного коду від ситуативних явищ [1]. Лінгвістика тексту вивчає текст як форму функціонування мовної системи, а використання різнотипних навчальних текстів є одним з найефективніших шляхів реалізації комунікативно-діялісного підходу в сучасній лінгводидактиці. Ефективним вважається використання саме різнотипних навчальних текстів, у т.ч. усномовленнєвих [там само].

Таким чином, формування в майбутніх маркетологів англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні на засадах комунікативно-діялісного підходу передбачає оволодіння лінгвістичним матеріалом «у дії», тобто засвоєння лексичного й граматичного матеріалу, що складає основу системи англійської мови з урахуванням їхньої комунікативної значущості для комунікативних ситуацій професійного спілкування.

Комунікативні ситуації професійного спілкування створюють т. зв. «контекст спілкування». У рамках нашого дослідження вважаємо актуальним і контекстний підхід. Під контекстом науковці розуміють відносно закінчений у смисловому плані уривок тексту чи промови, у якому виявляється значення слів і їхній сенс, а також лінгвістичне оточення мовних одиниць. Контекстне навчання є формою активного навчання, що застосовується у вищій школі з орієнтацією на професійну підготовку майбутніх фахівців. Контекстне навчання реалізується за допомогою системного використання професійного контексту, поступового насичення навчального процесу елементами професійної діяльності [5]. Концептуально контекстне навчання опирається на теорію діяльності Л. Виготського про засвоєння соціального досвіду в результаті активності суб'єкта [7]. Згідно із засадами контекстного підходу, зміст і процес навчання майбутніх маркетологів англійської мови повинен зумовлюватися його провідною метою – формуванням англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні.

Відповідно до згаданих вище підходів (професійно орієнтованого, компетентнісного, комунікативно-діялісного і контекстного) на основі аналізу праць науковців [6; 12] визначаємо ряд принципів формування в майбутніх маркетологів англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні:

урахування особливостей професійної діяльності маркетологів, моделювання в навчальній діяльності комунікативних ситуацій професійної діяльності майбутніх фахівців; активного включення студента в навчальну діяльність; проблемності; методично обґрунтованого поєднання нових і традиційних методів навчання; комплементарності, доповнюваності.

Детальніше зупинимось на кожному із визначених принципів.

Принцип урахування особливостей професійної діяльності маркетологів реалізується через формування в студентів англійської компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні в контексті професійних обов'язків, функцій та ролей маркетологів, комунікативних ситуацій професійно орієнтованого спілкування маркетологів, урахування комунікативно-прагматичних та семантико-стилістичних особливостей усного професійного дискурсу маркетологів у змісті навчання.

Саме професійний контекст виступає чинником, який забезпечує реалізацію принципів моделювання в навчальній діяльності комунікативних ситуацій професійної діяльності й активного включення студента в навчальну діяльність і забезпечує перехід від теоретичного осмислення професійно орієнтованих мовних знань до їхнього прикладного застосування в процесі формування мовленнєвих навичок і умінь. Принципи моделювання в навчальній діяльності комунікативних ситуацій професійної діяльності й активного включення студента в навчальну діяльність сприяють активізації пізнавальної діяльності майбутніх маркетологів за рахунок професійної мотивації.

Принцип проблемності полягає у створенні засобами ділових, рольових ігор та презентацій на заняттях іноземної мови проблемних ситуацій професійного характеру, які активізують діяльність студентів. Завдання професійно орієнтованого змісту, що можуть виникати в комунікативних ситуаціях професійної діяльності маркетологів, мають поступово ускладнюватися й бути організовані у формі багаторівневих ігрових сюжетів [18, с. 73].

Принцип методично обґрунтованого поєднання нових та традиційних методів навчання забезпечує індивідуалізацію й інтенсифікацію навчальної діяльності студентів, інтенсифікує процес становлення їхньої професійної спрямованості й прагнення до професійного самовдосконалення, забезпечує розвиток професійних інтересів студентів за рахунок проблемності завдань, що передбачають відтворення професійних функцій маркетологів.

Принцип комплементарності ґрунтується на взаємодії кількох наукових дисциплін для вирішення одного комплексного завдання [12, с. 25]. З метою вирішення комплексної проблеми формування в майбутніх маркетологів англійської компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні необхідно інтегрувати знання з галузевих (загальноекономічних), фахових (маркетингу) дисциплін, іноземної мови (англійської), іноземної мови професійного спілкування (англійської), а також навички та уміння професійно орієнтованого спілкування, у т.ч. іноземною (англійською) мовою.

Принцип доповнюваності реалізується в контексті дослідження у двох аспектах. З одного боку, він дозволяє об'єднувати та ефективно доповнювати всі проаналізовані вище принципи формування в майбутніх маркетологів англійської компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні [там само, с. 26]. З іншого боку, цей принцип реалізується в інтегрованому змісті формування в майбутніх маркетологів англійської компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні через доповнення матеріалу з нормативних і вибіркових дисципліни гуманітарного циклу (зокрема, «Англійська мова», «Англійська мова професійного спілкування», «Ділова англійська мова» навчального плану підготовки бакалаврів і магістрів – майбутніх маркетологів), дисциплін фундаментального і фахово орієнтованого циклів навчального плану підготовки бакалаврів і магістрів – майбутніх маркетологів.

На основі здійсненого аналізу можемо зробити висновок про те, що професійно

орієнтований, компетентнісний, комунікативно-діяльнісний та контекстний підходи становлять методологічну основу процесу формування англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні майбутніх маркетологів. Ряд принципів, а саме: урахування особливостей професійної діяльності маркетологів, моделювання в навчальній діяльності комунікативних ситуацій професійної діяльності майбутніх фахівців; активного включення студента в навчальну діяльність; проблемності; методично обґрунтованого поєднання нових і традиційних методів навчання; комплементарності, доповнюваності – зумовлені зазначеними підходами. Таким чином, здійснений аналіз дозволяє стверджувати, що комплекс проаналізованих підходів та принципів забезпечує ефективність процесу формування англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні майбутніх маркетологів.

Перспективи подальших досліджень полягають в аналізі методологічного підґрунтя формування англомовної компетентності в професійно орієнтованому письмі майбутніх маркетологів.

Література:

1. Бабій І. Комунікативно-діяльнісний підхід до вивчення рідної мови у професійно-технічних навчальних закладах. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/6510/1/%D0%9A%D0%94.doc.pdf>
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. К.: Академія, 2004. 342 с.
3. Бим И. Л. Компетентносный подход к образованию и обучению иностранным языкам. *Компетенции в образовании: опыт и проектирование*: сб. научных трудов. М.: ИНЭК, 2007. С. 156-163.
4. Буш Г. Диалогика и творчество. Рига: АВОТС, 1985. 317 с.
5. Вербицкий А. А. Активное обучение в высшей школе: Контекстный подход. М.: Высшая школа, 1991. 208 с.
6. Вербицкий А. А., Платонова Т. А. Формирование познавательной и профессиональной мотивации студентов. М.: Научно-исследовательский институт высшей школы, 1986. 207 с.
7. Выготский Л. С. Педагогическая психология. М.: Педагогика-Пресс, 1996. 536 с.
8. Гіренко І. В. Особливості викладання іноземної мови професійного спрямування. *Педагогічна освіта: теорія і практика*: збірник наукових праць. 2011. Вип. 7. С. 131-135.
9. Зимня І. А. Психологічні аспекти навчання говорінню іноземною мовою. М., 1989. 222 с.
10. Корольов І. Р. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення, структура, типологія. *Studia Linguistica*. 2012. Вип. 6. С. 285-305.
11. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика: підручник для студентів класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / О. Б. Бігич, Н. Ф. Бориско, Г. Е. Борецька та ін. / за заг. ред. С. Ю. Ніколаєвої. К.: Ленвіт, 2013. 590 с.
12. Оробинский А. М. Информационно-педагогическая компетентность преподавателя вуза: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Ростовский государственный педагогический университет. Ростов-на-Дону, 2001. 172 с.
13. Панасенко Г., Акопян Т. Особливості професійно орієнтованого навчання іноземних мов студентів у немовних вищих навчальних закладах. *Рідна школа*. 2010. № 1–2 (січень-лютий). С. 30-34.
14. Пассов Е. И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению, 2-е изд. М.: Просвещение, 1991. 223 с.
15. Пащук В. С. Навчання студентів мовних спеціальностей усного англійського монологічного мовлення з використанням автентичних художніх фільмів: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. К., 2002. 247 с.
16. Пентиліук М., Горошкіна О., Нікітіна А. Концептуальні засади комунікативної методики навчання української мови. *Українська мова і література в школі*. 2006. № 1. С. 15-20.
17. Турянська О. Компетентнісний підхід і його місце у особистісно орієнтованому навчанні історії в школі. *Молодь і ринок*. 2010. № 7-8 (66-67). С. 84-88.
18. Гордієнко-Митрофанова І. В. Психолого-педагогічні основи застосування дидактичних ігор-маніпулятивів у загальноосвітній школі: монографія. Х.: Цифрова друкарня № 1, 2012. 408 с.
19. Widdowson H. G. *Teaching Language as Communication*. Oxford: Oxford University Press, 1978. 168 p.

Onufriy A. R.

METHODOLOGICAL BASES OF BUILDING AN ENGLISH COMPETENCE IN PROFESSIONALLY-ORIENTED ORAL COMMUNICATION OF PROSPECTIVE MARKETERS

The article proves a potential impact of building in prospective marketers an English competence in professionally-oriented oral communication as being one of the most primary objectives of foreign language training of these specialists in higher educational institutions. The analysis of methodological bases of building an English competence in professionally-oriented oral communication of prospective marketers has been conducted. The essence and structure of building an English competence in professionally-oriented oral communication of prospective marketers have been highlighted and it is defined as an ability of the aforementioned specialists to produce professionally-oriented oral communication in monological and dialogical forms in communicative situations of oral professionally-oriented communication. The structure of foreign language professionally-oriented competence in dialogues and monologues encompasses: speaking skills, receptive and reproductive language skills, declarative and procedural knowledge and communicative aptitudes. It has been established that competence, communicative activity-based, professionally oriented and context-based approaches are effective methodological basis of the process of building an English competence in professionally-oriented oral communication of prospective marketers. A number of the principles have been substantiated which lie in the basis of building an English competence in professionally oriented oral communication of prospective marketers and result from the aforementioned approaches, namely: taking into account the peculiarities of marketers' professional activity, modeling of learning activity of communicative situations of marketers' professional activity; active student's involvement into learning activity; topicality; a methodologically grounded combination of new and traditional teaching methods; complementarity. The accomplished analysis allows to ascertain that a complex of approaches and principles ensures effectiveness of the process of building an English competence in professionally-oriented oral communication of prospective marketers.

Key words: English competence in professionally-oriented oral communication, competence, communicative activity-based, professionally oriented and context-based approaches, principles, prospective marketers.

Дата надходження статті: «29» вересня 2018 р.

УДК 371.134:37

Пришляк О. Ю.*

КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СОЦІОНОМІЧНИХ ПРОФЕСІЙ

У статті здійснено теоретичний аналіз культурологічних засад дослідження проблеми формування міжкультурної компетентності майбутніх фахівців соціономічних професій. Закцентовано увагу на взаємозв'язку процесів культурної глобалізації та професійної підготовки фахівців соціономічних професій, адже саме вони в процесі професійної діяльності впритул стикаються з культурологічним різноманіттям клієнтів – представників різних етнокультурних груп. Розкрито змістову сутність поняття «культура» та її складових у баченні різних науковців (Дж. Ауенгаймер, Дж. Бенкс А. Кнап, Й. Ребейн, С. Гончаренко). Зазначено, що поняття «культура» належить і до фундаментальних категорій філософії освіти. Охарактеризовано основні функції культури з позицій її впливу на полікультурну освіту (за А. Могильним): людинотворча, пізнавальна, перетворювальна, освітня, інформаційна, комунікативна, оцінювальна (аксіологічна), світоглядна, інтегративна. Актуалізовано проблему знаходження спільних, об'єднуючих різні культури елементів, взаємовизнання духовних цінностей народів світу в умовах полікультурного суспільства, що охоплює не лише культурологічні, але й соціально-економічні та політичні його складові.

*© Пришляк О. Ю.