ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ»

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ»

Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису

МЕДИНСЬКА СВІТЛАНА ІВАНІВНА

УДК 378: 378.02:372.8: 371.31:004; 37.018.43

ДИСЕРТАЦІЯ

ФОРМУВАННЯ ПОЛІКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ

01 Освіта/Педагогіка
015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії. Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело



С.І. Мединська

Науковий керівник:

Осадчий Вячеслав Володимирович,

доктор педагогічних наук, професор

ДНІПРО – 2024

АНОТАЦІЯ

Мединська С.І. Формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями). Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля», Дніпро, 2024.

У дисертаційній роботі досліджено проблему формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання й запропоновано новий підхід до її розв'язання, що полягає в запровадженні структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

У **Вступі** обґрунтовано актуальність і доцільність обраної теми, сформульовано об'єкт, предмет, мету, завдання, методи дослідження, розкрито наукову новизну, практичне значення роботи, наведено відомості про апробацію й упровадження одержаних результатів.

У першому розділі – «**Теоретико-методичні засади проблеми формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання**» – на підставі аналізу нормативно-правової, філософської, соціологічної, культурологічної та психолого-педагогічної літератури розкрито теоретичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, основу яких становлять: міжнародні й вітчизняні нормативні документи, стандарти вищої освіти стосовно підготовки в галузі туризму, в яких окреслено вимоги до зазначених фахівців; напрями наукових пошуків щодо ефективної комунікації в полікультурному середовищі, що ґрунтуються на різних методологічних підходах (системному, партисипативному, компетентнісному, контекстному, комунікативному, культурологічному, аксіологічному); наукові праці, в яких

конкретизовано основні дефініції дослідження: «компетентність», «полікультурна компетентність», «комунікативна компетентність», «полікультурна комунікативна компетентність», «полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму», «змішане навчання», «педагогічна модель»; здобутки вчених, що презентують сучасний досвід і напрями наукових пошуків щодо професійної підготовки фахівців туристичної галузі; наукові розробки щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму; здобутки сучасних науковців і результати дисертаційних досліджень, в яких обґрунтовано методи навчання, що оптимізують процес формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Розкрито суть поняття «змішане навчання», розглянуто особливості змішаного навчання при підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму, надано рекомендації щодо впровадження змішаного навчання в освітній процес і визначено проблемні питання при виборі моделей змішаного навчання (ротаційної (ротація за станціями, ротація за лабораторіями, перевернутий клас, індивідуальна ротація), гнучкої, самостійного змішування, віртуально збагаченої).

Зазначено, що гармонійне поєднання інтерактивних технологій (діалогічно-дискусійних, ігрових, кейсових технологій, технологій фасилітації, вправляння тощо) з цифровими технологіями (мобільного навчання, технологіями віртуальної та доповненої реальності, використанням ютуб каналів, інтерактивних онлайн-дощок тощо), програмами віртуальної мобільності й віртуального обміну з застосуванням методики CLIL (Content and Language Integrated Learning) під час реалізації змішаного навчання в закладах вищої освіти України дає змогу отримати синергетичний ефект при формуванні полікультурної комунікативної компетентності під час фахової підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, надаючи їм змогу оволодіти як теоретичними знаннями, так і практичними навичками в оптимальному форматі

з урахуванням сучасних зовнішніх загроз.

У роботі подано авторське бачення феномена «полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму», що визначено як інтегративне соціально значуще утворення особистості, яке забезпечує якісне виконання багатовекторних професійних обов'язків через взаємодію, взаємовплив і спілкування з представниками різних культур з самоідентифікацією особистості в суспільстві в умовах мультикультурності та її інтеграцією в полікультурний світовий простір зі збереженням взаємозв'язку з рідною культурою на засадах рівноправності, толерантності, визнання багатства культурної спадщини, культурного розмаїття та певних моральних ціннісних орієнтацій і ставлень.

Обґрунтовано структурні компоненти досліджуваної компетентності: мотиваційно-ціннісний, соціально-когнітивний, комунікативно-діяльнісний, особистісний, а також сукупність критеріїв та їх показників: *мотиваційно-спрямувальний* (наявність мотивації досягнення, особистісних цінностей (гуманність, справедливість), потреби у спілкуванні, прагнення до управління проявом емоцій під час спілкування, бажання співвідносити свої реакції з поведінкою оточуючих людей); *когнітивний* (прагнення до набуття знань, повнота та міцність полікультурних комунікативних знань); *діяльнісний* (рівень володіння уміннями: мовленнєвими, перцептивно-прогностичними, інтерактивними, соціокультурними, організаційно-координаторськими); *особистісний* (здатність до рефлексії, толерантність, бар'єропревентивність), які корелюють з виокремленими компонентами полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. Визначено рівні сформованості зазначеної компетентності (*низький, достатній, високий*) і розкрито їх зміст.

У другому розділі – **«Обґрунтування та експериментальна перевірка ефективності моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання»** – науково обґрунтовано, розроблено й експериментально

перевірено модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, яка містить такі блоки: концептуально-цільовий, змістово-реалізаційний, результативно-оцінювальний, на основі моделей змішаного навчання, які визначено як найбільш оптимальні в сучасних реаліях українського суспільства (віртуально-збагаченої моделі, ротаційної моделі (ротації за станціями, індивідуальної ротації, перевернутого класу) й моделі самостійного змішування).

Концептуально-цільовий блок передбачає визначення мети моделі, а саме формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, а також окреслення таких завдань:

– стимулювання ціннісно-мотиваційного ставлення бакалаврів з туризму до ефективної комунікації в полікультурному середовищі, їх прагнення до успіху, саморозвитку, самовдосконалення, спрямованості на спілкування, бажання управляти проявом емоцій під час спілкування й співвідносити свої реакції з поведінкою оточуючих людей, особистісних гуманних цінностей;

– збагачення знаннями щодо ефективної комунікації в професійному середовищі в умовах мультикультурності, стратегій і технологій її здійснення;

– формування полікультурних комунікативних умінь й розвиток особистісних якостей, необхідних для здійснення ефективної комунікації в полікультурному середовищі;

– обґрунтування методологічних підходів (системного, партисипативного, компетентнісного, контекстного, комунікативного, культурологічного, аксіологічного);

– визначення принципів навчання (толерантності, комунікативної співпраці, полікультурності, культуровідповідності, безперервності, навчання через занурення, позитивності);

– проведення первинної діагностики рівня сформованості у бакалаврів з туризму полікультурної комунікативної компетентності;

– організація й проведення установчого навчально-методичного семінару-

практикуму для науково-педагогічних працівників, що здійснюють підготовку майбутніх фахівців у туристичній галузі за програмою 242 Туризм.

Змістово-реалізаційний блок передбачає засвоєння майбутніми фахівцями в галузі туризму комплексу знань з оновлених за змістом дисциплін «Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі», «Організація екскурсійних послуг», «Ділова іноземна мова», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», впровадження авторського спецкурсу «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» за методикою CLIL (Content and Language Integrated Learning), а також формування складників полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму завдяки реалізації діалогічно-дискусійних, ігрових (ділові, рольові, соціально-психологічні ігри, «Культурна капсула країни»), проєктних (індивідуальні, групові проєкти), кейсових, цифрових технологій, технологій фасилітації, вправляння.

Значна увага приділяється позааудиторній роботі, зокрема організації «Майстерні міжнародних бізнес-комунікацій», що передбачає проведення майстер-класів, воркшопів від спікерів-практиків з бізнесу, реалізації програм віртуальної мобільності й віртуального обміну, діяльності розмовних (дискусійних) клубів, таких як «Share & Care», «TED Talks Club», «Business English Case Club». Акцентовано на можливостях опанування майбутніми фахівцями вміннями й отримання досвіду ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі, ознайомлення з новітніми підходами до її здійснення під час виробничої практики й комплексної практики з фаху, у закордонних програмах літньої практики на туристичних об’єктах (у туристичних комплексах, готелях тощо).

Результативно-оцінювальний блок передбачає: корекцію змісту, форм і методів підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі з метою її вдосконалення; самопізнання, самоаналіз, оцінювання власних дій і станів, пошук ефективних шляхів самокорекції; діагностику рівня сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі

туризму.

Узагальнення результатів експериментальної роботи, їх кількісний і якісний аналіз свідчать про ефективність упровадженої моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. Виявлено таку позитивну динаміку в рівні досліджуваної компетентності: значно збільшилася кількість бакалаврів з туризму, які мають високий рівень досліджуваної компетентності (на 20,16% в ЕГ). Суттєво зменшилася кількість здобувачів вищої освіти, які мають низький рівень сформованості полікультурної комунікативної компетентності, зокрема в ЕГ цей показник зменшився на 32,17%, що відбулося за рахунок переходу бакалаврів з туризму до достатнього рівня, значення якого відповідно змінилося (приріст становить: +12,0% в ЕГ). У бакалаврів з туризму контрольної групи позитивні зміни відбулися, проте незначні: високий рівень – з 20,75% до 24,10%, достатній – з 37,95% до 41,63%, низький рівень – з 41,30% до 34,27%.

Достовірність і значущість результатів дослідно-експериментальної роботи з перевірки ефективності моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання було підтверджено за допомогою непараметричного статистичного критерію Пірсона χ^2 . Відмінності в експериментальній групі до та після експерименту виявилися статистично значущими ($\chi^2_{емп}$ = 22,7748 > $\chi^2_{критич}$ = 5,991) на відміну від контрольної групи, де різниця виявилась незначущою ($\chi^2_{емп}$ = 0,89115 < $\chi^2_{критич}$ = 5,991).

Виконане дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. До перспективних напрямів подальших наукових пошуків відносимо аналіз шляхів розвитку полікультурної комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні за спеціальністю 242 Туризм.

Ключові слова: міжкультурний, взаємодія, полікультурне середовище, культура, туризм, комунікація, іншомовна комунікація, компетентність,

полікультурна компетентність, комунікативна компетентність, бакалавр з туризму, полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму, змішане навчання, електронне навчання, інтерактивні технології, цифрові технології, доповнена реальність, структурно-функціональна модель, проєкт.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України, які входять до міжнародних наукометричних баз даних

1. **Мединська С.І.** Компетентнісний підхід до підготовки фахівців галузі туризму та індустрії гостинності для підвищення їх конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки.* Дніпро, Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. № 2 (18). С. 208–214. DOI: 10.32342/2522-4115-2019-2-18-26.

2. **Мединська С.І.** Полікультурна, мультикультурна та міжкультурна компетентності: порівняльний аналіз на основі світового досвіду. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки*, 2021. № 2 (22). С. 25–33. DOI: 10.32342/2522-4115-2021-2-22-3.

3. **Мединська С.І.** Особливості професійної діяльності майбутніх фахівців у галузі туризму в контексті компетентнісного підходу. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка,* 2022. Вип. 49. Т. 2. С. 83–88. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/49-2-14.

4. **Мединська С.І.** Професійна підготовка майбутніх фахівців у галузі туризму: аналіз провідного світового досвіду. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2022. Вип. 52. Т. 2. С. 239–246. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/52-2-37.

5. **Мединська С.І.** Кейс-метод як інструмент підсилення ефективності комунікації в полікультурному середовищі (на прикладі вивчення ділової іноземної мови). *Освітологічний дискурс*. 2023. № 1(40). С. 113–133. DOI: https://doi.org/10.28925/2312-5829.2023.17.

6. Kyrylova O., Blynova N., **Medynska S.**, Mykhailova A. M-learning у процесі медіаосвіти та вивчення іноземної мови. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Вип. 23. С. 108–115. DOI: 10.15421/292316

7. **Мединська С.І.** Компонентно-структурний аналіз полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у туристичній галузі. *Інноваційна педагогіка*. 2024. Вип. 71. Т. 2. С. 71–77. DOI: https://doi.org/10.32782/2663- 6085/2024/71.2.13.

8. Blynova N., **Medynska S.**, Voloboieva A. Didactic potential of YouTube channels for enhanced English language learning in non-linguistic programs. *Alfred Nobel University Journal of Pedagogy and Psychology*. 2024. № 1 (27). С. 147–159. DOI: 10.32342/2522-4115-2024-1-27-16

Статті у наукових виданнях інших держав, які входять до міжнародних наукометричних баз даних

9. Osadcha K. P., Osadchyi V. V., Symonenko S. V., **Medynska S. I.** Analysis of the state of the art of modern e-learning in higher education in Germany. *Journal of Physics: Conference Series*, ICon-MaSTEd 2023, 2023. Volume 2611, 012021. DOI:10.1088/1742-6596/2611/1/012021 (***журнал індексовано в наукометричній базі даних Scopus***).

10. **Medynska S.**, Kramarenko T., Melnychuk L., Osadtsa I., Diedkov M. The role of communicative competence for international business relationship development in the multicultural context. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2024. Vol. 14, issue 1, special issue XL. P. 144–148. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140140/papers/A_24.pdf (***журнал індексовано в наукометричній базі даних Web of Science***).

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

11. **Мединська С.І.** Особливості міжкультурної комунікації в полікультурному середовищі. *Педагогіка та психологія: сучасний стан розвитку наукових досліджень та перспективи*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя: Класичний приватний університет. 2021. С. 161–163.

12. **Мединська С.І.** Аналіз зарубіжного досвіду щодо вимог до майбутніх фахівців у галузі туризму. Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку:* матер. І Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя: Запорізький національний університет. 2021. С. 182–185.

13. **Мединська С.І.** Діалогічно-дискусійні технології навчання як засіб формування полікультурної комунікативної компетентності. *Сучасна вища освіта: перспективні та пріоритетні напрями наукових досліджень:* матер. ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та науковців. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля. 2022. С. 123–126.

14. **Мединська С.І.** Культура як основа полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. *Міжкультурна комунікація і перекладознавство: точки дотику та перспективи розвитку*: матер. V Міжнар. наук.-практ. конф.: збірник наукових праць (м. Переяслав, 9 червня 2022 року) / Гол. ред. К. І. Мізін; Університет Григорія Сковороди в Переяславі. Переяслав. 2022. 244 с. С. 63–65.

15. **Мединська С.І.** Роль технологій фасилітації у формуванні полікультурної комунікативної компетентності в умовах воєнного часу та змішаного навчання. *Реалізація освітніх ініціатив в умовах воєнного часу: вітчизняний та зарубіжний досвід:* матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Національний університет «Львівська політехніка»), м. Львів, 18–19 жовтня 2022 року / за заг. ред. О.М. Ієвлєва. Львів. 2022. 147 с. С. 43–46.

16. **Мединська С.І.** Культурологічні моделі та їх роль у формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. *Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність:* матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля. 2022. 370 с. С. 339–342.

17. **Мединська С.І.** Особливості формування полікультурної комунікативної компетентності на засадах теорії комунікації. *Актуальні проблеми та перспективи технологічної і професійної освіти*: матер. VI Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., ТНПУ ім. Володимира Гнатюка, м. Тернопіль, 20-21 квітня 2023 р. С. 248–250.

18. **Мединська С.І.** Створення передумов для ефективної комунікації в полікультурному бізнес-середовищі. *Теорія і практика професійного становлення фахівця в інноваційному соціокультурному просторі*: матер. I Міжнар. наук.-практ. конф. науково-педагогічних, педагогічних працівників і молодих учених. Дніпро: Університет ім. Альфреда Нобеля. 2023. 285 с. С. 132–135.

19. **Мединська С.І.** Використання відеохостингу TED Talks як ресурсу для формування полікультурної комунікативної компетентності при застосуванні методики CLIL. *Філологічні й педагогічні студії*: матер. VI Міжнар. наук.-практ. конф. «Філологічні й педагогічні студії у вітчизняній та зарубіжній науці XXI сторіччя». К.: ПП АВІАЗ. 2023. 204 с. С. 168–174.

20. **Мединська С.І.** Особливості змішаного навчання при підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму. *Теорія і практика професійного становлення фахівця в інноваційному соціокультурному просторі*: матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. науково-педагогічних, педагогічних працівників і молодих учених. Дніпро: Університет ім. Альфреда Нобеля. 2024. С. 287–293.

ABSTRACT

Medynska S.I. Formation of multicultural communicative competence of future specialists in the field of tourism in conditions of blended learning. – Qualification research work presented as the manuscript.

Dissertation for obtaining the degree of Doctor of Philosophy in the specialty 015 Professional Education (by specializations). Higher educational institution Alfred Nobel University, Dnipro, 2024.

This dissertation examines the problem of building multicultural communicative competence among future specialists in the field of tourism in conditions of blended learning and proposes a novel approach to its solution: a model for forming multicultural communicative competence of future specialists in the field of tourism in conditions of blended learning.

The **Introduction** substantiates the relevance and expediency of the chosen theme, formulates the research object, subject, aim, objectives and methods, and outlines the scientific novelty and practical significance of the study. It also provides information on the approbation and implementation of the obtained results.

The first chapter, "**Theoretical and Methodological Foundations of the Problem of Forming Multicultural Communicative Competence of Future Specialists in the Field of Tourism in Conditions of Blended Learning"**, analyses normative and legal, philosophical, sociological, culturological, psychological and pedagogical literature to build the theoretical foundations of professional training for future tourism specialists. These foundations include international and national regulatory documents, and higher education standards for tourism training, which outline the requirements for such specialists; directions of scientific research on effective communication in a multicultural environment based on various methodological approaches (systemic, participatory, competency-based, contextual, communicative, cultural, and axiological); scientific works that specify the basic definitions of the research such as competence, multicultural competence, communicative competence, multicultural communicative competence, multicultural

communicative competence of future tourism specialists, blended learning, and pedagogical model; achievements of researchers presenting modern experience and directions of studies on the professional training of tourism specialists; scientific developments on the formation of multicultural communicative competence of future tourism specialists in conditions of blended learning; achievements of modern researchers and dissertation findings that substantiate the teaching methods that optimise the process of building multicultural communicative competence of future tourism specialists in blended learning settings.

The essence of the concept of blended learning is determined, and peculiarities of blended learning in terms of the training of future tourism specialists are considered. Recommendations for the implementation of blended learning in the educational process are given, and the issues when choosing an appropriate blended learning model among the existing ones, including Rotation model (Station Rotation, Lab Rotation, Flipped Classroom, and Individual Rotation), Flex model, Self-Blend model, and Enriched-Virtual model, are identified.

It is noted that the harmonious combination of interactive technologies (dialogic discussion teaching, game-based and project-based learning, case study method, facilitation techniques, and exercises) with digital technologies (mobile learning, virtual and augmented reality technologies, the use of YouTube channels, online whiteboards, etc.), virtual mobility programs and virtual exchange as well as using the CLIL (Content and Language Integrated Learning) methodology during the implementation of blended learning in Ukrainian higher education establishments allows for a synergistic effect in the formation of multicultural communicative competence during the professional training of future tourism specialists, enabling them to master both theoretical knowledge and practical skills in an optimal format taking into account the current external threats.

The research presents the author’s vision of the phenomenon of multicultural communicative competence of future specialists in tourism, defined as an integrative socially significant personality formation that ensures the high-quality performance of multifaceted professional duties and responsibilities through interaction, mutual

influence, and communication with representatives of diverse cultures with self-identification of the individual in society in conditions of multiculturalism and their integration into the multicultural world space while maintaining a connection with native culture on the basis of equality, tolerance, recognition of the richness of cultural heritage, cultural diversity, and certain moral values and attitudes.

The research substantiated the structural components of the investigated competence such as: value-motivational, social-cognitive, communicative-activity-based, and personal, as well as a set of criteria and their indicators including: motivational-directional (presence of achievement motivation, personal values such as humanity and justice, need for communication, desire to manage emotional expression during communication, and willingness to correlate reactions with the behaviour of others); cognitive (striving for knowledge acquisition, completeness, and depth of multicultural communicative knowledge); activity-based (the level of proficiency in skills, namely: speech, perceptual-anticipatory, interactive, sociocultural, and organizational-coordinating ones); and personal ones (the ability for reflection, tolerance, and barrier prevention), which correlate with the identified components of multicultural communicative competence of future tourism specialists. The levels of development of the researched competence (low, sufficient, and high) are specified, and their content is defined.

The second chapter, "**Justification and Experimental Verification of the Effectiveness of the Model for Forming Multicultural Communicative Competence of Future Specialists in the Field of Tourism in Conditions of Blended Learning**", scientifically substantiates, develops, and experimentally verifies the model for forming multicultural communicative competence of future specialists in the field of tourism in conditions of blended learning, which includes the following blocks: conceptual-target, content-implementation, and results-evaluation, on the basis of the optimal blended learning models (Enriched-Virtual model, Rotation model (Station Rotation, Individual Rotation, Flipped Classroom) and Self-Blend model) in the modern realities of Ukrainian society.

The conceptual-target block involves defining the aim of the model, namely, forming multicultural communicative competence of future specialists in the field of tourism in conditions of blended learning, as well as outlining the following tasks:

– stimulating the value-motivational attitude of bachelors of tourism to effective communication in a multicultural environment, their striving for success, self-development, self-improvement, orientation towards communication, a desire to manage the expression of emotions during communication and correlate their reactions with the behaviour of others, and personal humanistic values;

– enriching knowledge about effective communication in the professional multicultural environment, strategies, and technologies for its implementation;

– forming multicultural communicative skills and developing personal qualities necessary for effective communication in a multicultural environment;

– substantiating methodological approaches, namely systemic, participatory, competency-based, contextual, communicative, cultural, and axiological ones;

– defining the principles of learning, including the ones of tolerance, communicative cooperation, multiculturalism, cultural appropriateness, continuity, learning by immersion, and positivity;

– conducting an initial diagnosis of the level of multicultural communicative competence among tourism specialists;

– delivering an introductory methodological seminar for scientific and pedagogical staff who train future tourism specialists in the 242 Tourism program.

The content-implementation block involves future tourism specialists' acquisition of a set of knowledge from updated subjects such as Tourism Management, Tourism Marketing, Organization of Excursion Services, Foreign Language for Business, and Foreign Language for Professional Purposes, the introduction of the Effective Communication in a Multicultural Tourism Business Environment elective course using the CLIL (Content and Language Integrated Learning) methodology, as well as the formation of components of multicultural communicative competence of future tourism specialists through the implementation of the following teaching methods and technologies: dialogic discussion teaching,

game-based (business games, role-playing, socio-psychological games, Culture Capsules etc.), and project-based learning (individual and group projects), case study method, digital technologies, facilitation techniques, and exercises. Significant attention is paid to extracurricular work, in particular, organising the Workshop of International Business Communications, which implies participating in master classes and workshops delivered by guest speakers who are experienced practitioners in various business directions; the implementation of virtual mobility and virtual exchange programs; running conversation (speaking) clubs such as Share & Care, TED Talks Club and Business English Case Club. The focus is on the opportunities for future tourism specialists to master the skills and gain experience of effective communication in a multicultural professional environment, familiarise themselves with the latest approaches in terms of communication in multicultural settings during industrial and comprehensive professional internships, as well as while participating in international summer internship programs at tourist sites (in resorts, hotels, etc.).

The results-evaluation block implies: correction of the content, forms and methods of the training of future tourism specialists for effective communication in a multicultural professional environment in order to improve it; self-knowledge, self-analysis, evaluation of one's own actions and states, and search for effective ways of self-correction; and measurement of the level of multicultural communicative competence of future specialists in the field of tourism.

The summation of the results of the experimental work, their quantitative and qualitative analysis indicate the effectiveness of the implemented model for forming multicultural communicative competence of future specialists in the field of tourism in conditions of blended learning. The following positive dynamics in the level of the researched competence was found: there was a significant increase in the number of tourism specialists who have a high level of the studied competence (the increase accounted for 20.16% in the experimental group (EG)). There was a significant decrease in the number of students who have a low level of multicultural communicative competence, in particular, the drop was 32.17% in the EG, which occurred due to the transition of tourism specialists to a sufficient level, whose value

changed accordingly (by 12.0% in the EG). The tourism specialists of the control group experienced positive changes as well, but they appeared to be quite insignificant: the number of the students having a high level of the researched competence increased from 20.75% to 24.10%, while the number of those who had a sufficient level of multicultural communicative competence rose from 37.95% to 41.63%, and a low level decreased from 41.30% to 34.27%.

The reliability and significance of the results of the experimental work to verify the effectiveness of the model for forming multicultural communicative competence of future specialists in the field of tourism in conditions of blended learning was confirmed using the nonparametric statistical criterion (Pearson's test). The differences in the experimental group before and after the experiment were statistically significant ($\chi^2_{emp} = 22.7748 > \chi^2_{crit} = 5.991$) in contrast to the control group, where the difference was insignificant ($\chi^2_{emp} = 0.89115 < \chi^2_{crit} = 5.991$).

The conducted study does not cover all aspects of the issue of forming multicultural communicative competence of future specialists in tourism in conditions of blended learning. Prospective directions for further research might include analysing the ways of developing multicultural communicative competence of students at the second (Master's) degree level in the specialty 242 Tourism.

Keywords: intercultural, interaction, multicultural environment, culture, tourism, communication, foreign language communication, competence, multicultural competence, communicative competence, Bachelor of Tourism, multicultural communicative competence of future tourism specialists, blended learning, e-learning, interactive technologies, digital technologies, augmented reality, structural-functional model, project.

REFERENCES

Articles in Ukrainian professional journals included in international scientometric databases

1. **Medynska, S. I.** (2019). *Kompetentnisnyj pidkhid do pidhotovky fakhivtsiv haluzi turyzmu ta industrii hostynnosti dlia pidvyschennia ikh*

konkurentospromozhnosti na natsional'nomu ta mizhnarodnomu rynkakh [The competency approach to training experts in tourism and hospitality industry to enhance their competitiveness on the national and international markets]. *Visnyk Universytetu imeni Al'freda Nobelia «Pedahohika i psykholohiia». Pedahohichni nauky* [Bulletin of Alfred Nobel University. Series: Pedagogy and Psychology. Pedagogical Sciences]. No. 2 (18). P. 208-214. DOI: 10.32342/2522-4115-2019-2-18-26.

2. **Medynska, S. I.** (2021). *Polikul'turna, mul'tykul'turna ta mizhkul'turna kompetentnosti: porivnial'nyj analiz na osnovi svitovoho dosvidu* [Polycultural, multicultural and intercultural competences: comparative analysis based on world experience]. *Visnyk Universytetu imeni Al'freda Nobelia «Pedahohika i psykholohiia». Pedahohichni nauky* [Bulletin of Alfred Nobel University. Series: Pedagogy and Psychology. Pedagogical Sciences]. No. 2 (22). P. 25–33. DOI: 10.32342/2522-4115-2021-2-22-3.

3. **Medynska, S. I.** (2022). *Osoblyvosti profesijnoi diial'nosti majbutnikh fakhivtsiv u haluzi turyzmu v konteksti kompetentnisnoho pidkhodu* [Peculiarities of professional activities of future experts in tourism in the context of the competence approach]. *Aktual'ni pytannia humanitarnykh nauk: mizhvuzivs'kyj zbirnyk naukovykh prats' molodykh vchenykh Drohobyts'koho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka* [Humanities Science Current Issues: Interuniversity collection of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University Young Scientists Research Papers]. No. 49. Vol. 2. P. 83–88. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/49-2-14.

4. **Medynska, S. I.** (2022). *Profesijna pidhotovka majbutnikh fakhivtsiv u haluzi turyzmu: analiz providnoho svitovoho dosvidu* [Professional training of future experts in tourism: analysis of leading world experience]. *Aktual'ni pytannia humanitarnykh nauk: mizhvuzivs'kyj zbirnyk naukovykh prats' molodykh vchenykh Drohobyts'koho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka* [Humanities Science Current Issues: Interuniversity collection of Drohobych Ivan

Franko State Pedagogical University Young Scientists Research Papers]. No. 52. Vol. 2. P. 239–246. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/52-2-37.

5. **Medynska, S. I.** (2023). *Kejs-metod iak instrument pidsylennia efektyvnosti komunikatsii v polikul'turnomu seredovyschi (na prykladi vyvchennia dilovoi inozemnoi movy)* [The case-method as a tool for enhancing effectiveness of communication in multicultural settings (with studying Business Foreign Language taken as an example)]. *Osvitolohichnyj dyskurs* [Educational Discourse]. No. 1(40). P. 113–133. DOI: https://doi.org/10.28925/2312-5829.2023.17.

6. Kyrylova, O., Blynova, N., **Medynska, S.**, Mykhailova, A. (2023). *M-learning u protsesi mediaosvity ta vyvchennia inozemnoi movy* [M-learning in the process of media education and foreign language learning]. *Communications and Communicative Technologies*. No. 23. P. 108–115. DOI: 10.15421/292316

7. **Medynska, S. I.** (2024). *Komponentno-strukturnyj analiz polikul'turnoi komunikatyvnoi kompetentnosti majbutnikh fakhivtsiv u turystychnij haluzi* [Component-structural analysis of multicultural communicative competence of future experts in tourism]. *Innovatsijna pedahohika* [Innovative Pedagogy]. No. 71. V. 2. P. 71–77. DOI: https://doi.org/10.32782/2663- 6085/2024/71.2.13.

8. Blynova, N., **Medynska, S.**, Voloboieva, A. (2024). Didactic potential of YouTube channels for enhanced English language learning in non-linguistic programs. *Alfred Nobel University Journal of Pedagogy and Psychology*. No. 1 (27). P. 147–159. DOI: 10.32342/2522-4115-2024-1-27-16.

Articles in scientific publications of other countries included in international scientometric databases

9. Osadcha, K. P., Osadchyi, V. V., Symonenko, S. V., **Medynska, S. I.** (2023). Analysis of the state of the art of modern e-learning in higher education in Germany. *Journal of Physics: Conference Series*, ICon-MaSTEd 2023. Vol. 2611, 012021. DOI:10.1088/1742-6596/2611/1/012021 (***Scopus***).

10. **Medynska, S.**, Kramarenko, T., Melnychuk, L., Osadtsa, I., Diedkov, M. (2024). The role of communicative competence for international business relationship development in the multicultural context. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. Vol. 14, issue 1, special issue XL. P. 144–148. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140140/papers/A_24.pdf (***Web of Science***).

Scientific papers certifying the approbation of the dissertation materials

11. **Medynska, S. I.** (2021). *Osoblyvosti mizhkul'turnoi komunikatsii v polikul'turnomu seredovyschi* [Peculiarities of intercultural communication in a multicultural environment]. *Pedahohika ta psykholohiia: suchasnyj stan rozvytku naukovykh doslidzhen' ta perspektyvy: mater. Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* [Proc. Int. Scien. and Pract. Conf. "Pedagogy and psychology: current state of scientific research development and prospects"]. Zaporizhzhia, p. 161–163.

12. **Medynska, S. I.** (2021). *Analiz zarubizhnoho dosvidu schodo vymoh do majbutnikh fakhivtsiv u haluzi turyzmu* [Analysis of foreign experience regarding requirements for future specialists in the field of tourism]. *Materialy I Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii Formuvannia suchasnykh kontseptsij upravlinnia turyzmom ta hotel'no-restorannym biznesom v umovakh paradyhmy staloho rozvytku: mater. I Mizhnar. nauk.-prakt. Konf.* [Proc. Int. Scien. and Pract. Conf. "Formation of modern concepts of management of tourism and hotel and restaurant business in the conditions of the paradigm of sustainable development"]. Zaporizhzhia, p. 182–185.

13. **Medynska, S. I.** (2022). *Dialohichno-dyskusijni tekhnolohii navchannia iak zasib formuvannia polikul'turnoi komunikatyvnoi kompetentnosti* [Dialogic and discussion learning technologies as a means of building multicultural communicative competence]. *Suchasna vyscha osvita: perspektyvni ta priorytetni napriamy naukovykh doslidzhen': mater. III Mizhnar. nauk.-prakt. konf. studentiv, aspirantiv ta naukovtsiv* [Proc. Int. Scien. and Pract. Conf. "Modern higher education: prospective and priority areas of scientific research"]. Dnipro, p. 123–126.

14. **Medynska, S. I.** (2022). *Kul'tura iak osnova polikul'turnoi komunikatyvnoi kompetentnosti majbutnikh fakhivtsiv u haluzi turyzmu* [Culture as the basis of multicultural communicative competence of future specialists in the field of tourism]. *Mizhkul'turna komunikatsiia i perekladoznavstvo: tochky dotyku ta perspektyvy rozvytku: mater. V Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* [Proc. Int. Scien. and Pract. Conf. "Intercultural communication and translation studies: intersection points and development prospects"]. Pereiaslav, p. 63–65.

15. **Medynska, S. I.** (2022). *Rol' tekhnolohij fasylitatsii u formuvanni polikul'turnoi komunikatyvnoi kompetentnosti v umovakh voiennoho chasu ta zmishanoho navchannia* [The role of facilitation technologies in building multicultural communicative competence in the conditions of wartime and blended learning]. *Realizatsiia osvitnikh initsiatyv v umovakh voiennoho chasu: vitchyznianyj ta zarubizhnyj dosvid: mater. Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* [Proc. Int. Scien. and Pract. Conf. "Implementation of educational initiatives in wartime conditions: domestic and foreign experience"]. Lviv, p. 43–46.

16. **Medynska, S. I.** (2022). *Kul'turolohichni modeli ta ikh rol' u formuvanni polikul'turnoi komunikatyvnoi kompetentnosti majbutnikh fakhivtsiv u haluzi turyzmu* [Models of culture and their role in building multicultural communicative competence of future specialists in the field of tourism]. *Rozvytok turystychnoi haluzi ta industrii hostynnosti: problemy, perspektyvy, konkurentozdatnist': mater. II Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* [Proc. Int. Scien. and Pract. Conf. "Development of the tourism and hospitality industry: problems, prospects, competitiveness"]. Dnipro, p. 339–342.

17. **Medynska, S. I.** (2023). *Osoblyvosti formuvannia polikul'turnoi komunikatyvnoi kompetentnosti na zasadakh teorii komunikatsii* [Peculiarities of building multicultural communicative competence based on the principles of communication theory]. *Aktual'ni problemy ta perspektyvy tekhnolohichnoi i profesijnoi osvity: mater. VI Vseukr. nauk.-prakt. internet-konf.* [Proc. All-Ukrainian Scien. and Pract. Conf. "Current problems and prospects of technological and professional education"]. Ternopil, p. 248–250.

18. **Medynska, S. I.** (2023). *Stvorennia peredumov dlia efektyvnoi komunikatsii v polikul'turnomu biznes-seredovyschi* [Creation of prerequisites for effective communication in a multicultural business environment]. *Teoriia i praktyka profesijnoho stanovlennia fakhivtsia v innovatsijnomu sotsiokul'turnomu prostori: mater. I Mizhnar. nauk.-prakt. konf. naukovo-pedahohichnykh, pedahohichnykh pratsivnykiv i molodykh uchenykh* [Proc. Int. Scien. and Pract. Conf. "Theory and practice of the expert's professional formation in the innovative sociocultural area"]. Dnipro, p. 132–135.

19. **Medynska, S. I.** (2023). *Vykorystannia videokhostynhu TED Talks iak resursu dlia formuvannia polikul'turnoi komunikatyvnoi kompetentnosti pry zastosuvanni metodyky CLIL* [The use of TED Talks video hosting as a resource for formation of multicultural communicative competence when aPplying the CLIL methodology]. *Filolohichni j pedahohichni studii: mater. VI Mizhnar. nauk.-prakt. konf. «Filolohichni j pedahohichni studii u vitchyznianij ta zarubizhnij nautsi KhKhI storichchia»* [Proc. Int. Scien. and Pract. Conf. "Philological and pedagogical studies in domestic and foreign science of the 21st century"]. Kyiv, p. 168–174.

20. **Medynska, S. I.** (2024). *Osoblyvosti zmishanoho navchannia pry pidhotovtsi majbutnikh fakhivtsiv u haluzi turyzmu* [Peculiarities of blended learning in training future specialists in the field of tourism]. *Teoriia i praktyka profesijnoho stanovlennia fakhivtsia v innovatsijnomu sotsiokul'turnomu prostori: mater. II Mizhnar. nauk.-prakt. konf. naukovo-pedahohichnykh, pedahohichnykh pratsivnykiv i molodykh uchenykh* [Proc. Int. Scien. and Pract. Conf. "Theory and practice of the expert's professional formation in the innovative sociocultural area"]. Dnipro, p. 287–293.

ЗМІСТ

ВСТУП.....24

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПОЛІКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ

1.1. Полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму як предмет наукових досліджень 37

1.2. Компонентно-структурний аналіз феномена «полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму» 68

1.3. Наукові підходи до формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання 90

Висновки до розділу 1 131

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЕФЕКТИВНОСТІ МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ

2.1. Теоретичне обґрунтування моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання 135

2.2. Реалізація моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання 176

2.3. Аналіз ефективності моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання 204

Висновки до розділу 2 238

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ 243

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 248

ДОДАТКИ.....286

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена сучасними процесами, пов’язаними з суттєвими змінами в суспільстві на вітчизняному й глобальному рівнях, які призводять до появи нових викликів у вищій освіті в Україні. Насамперед заклади вищої освіти мають підготувати майбутніх фахівців до професійної діяльності в умовах високого рівня невизначеності й забезпечити їх таким набором компетентностей, який надасть їм змогу конкурувати на міжнародному ринку праці.

Водночас початок пандемії COVID-19 у 2020 році й повномасштабного вторгнення РФ в Україну в лютому 2022 року зумовили застосування змішаного навчання в закладах вищої освіти України не як альтернативи традиційному, а як найбільш оптимальної форми організації освітнього процесу в умовах зовнішніх загроз. Таким чином дослідження щодо опанування набором професійних компетентностей майбутніми фахівцями для відповідності запитам ринку праці в умовах змішаного навчання набуває актуальності, оскільки вимагає аналізу й перегляду підходів до розуміння змішаного навчання, а також створення теоретико-методологічної бази для його впровадження в освітній процес на сучасному етапі розвитку вищої освіти в Україні.

Поступова інтеграція України в європейський простір вищої освіти, що характеризується високим рівнем мобільності, прозорості, співпраці й інтернаціоналізації, диктує нові умови щодо підготовки майбутніх фахівців у бізнес-орієнтованих напрямах діяльності з акцентом на розумінні глобальних бізнес-комунікацій в полікультурному середовищі на основі толерантності, взаємоповаги й сприянні постійному розвитку. В цьому контексті набуття необхідних знань і навичок для ефективного спілкування в різних сферах бізнесу з урахуванням культурних особливостей, культурної самобутності й ключових цінностей при роботі з іноземними діловими партнерами, в мультикультурній команді, з клієнтами-представниками різних культур та іншими стейкхолдерами з чітким розумінням ролі, яку англійська мова як

лінгва франка відіграє в глобальному бізнес-контексті, стає одним з пріоритетних аспектів під час професійної підготовки в рамках бізнес-орієнтованого навчання.

Відсутність відповідної компетентності може призвести до низки проблем, які матимуть вплив на належну інтеграцію до ринку ЄС і світового простору, стати на заваді співпраці в професійній сфері. Тому питання дослідження найкращих практик щодо ефективної взаємодії в умовах культурного розмаїття, а також просування світових цінностей у бізнес-комунікації має велике значення для українського суспільства й повинно реалізуватися, зокрема, під час професійної підготовки майбутніх фахівців у різних сферах бізнесу.

Туристичний бізнес є важливою складовою економічного розвитку країн і потужним ринком праці для кваліфікованих працівників. Цей сектор економіки тісно пов’язаний з людськими ресурсами, які повинні відповідати вимогам сучасності щодо задоволення потреб клієнтів, високих стандартів обслуговування й мати певний ряд компетентностей для стабільного розвитку галузі туризму. Усе більшої популярності набуває туристична освіта або підготовка фахівців для сфери туризму насамперед у розвинених країнах світу внаслідок суттєвих змін у політичних, економічних, соціальних і технологічних процесах, які мають значний вплив на галузь туризму й призвели до періодів значної турбулентності в останні роки, зокрема в результаті пандемії COVID-19 й повномасштабної війни в Україні. Врахування впливу цих факторів повинно стати ключовим аспектом в адаптації навчальних програм для професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму відповідно до запитів ринку праці й особливостей їх професійної діяльності.

Реаліями сучасності для українців стало вимушене переміщення як в межах України, так і з виїздом за кордон, що призводить до конструктивних змін у сприйнятті туризму як соціально-економічного явища. Виділяються три головних ознаки, які відрізняють туристів від інших подорожуючих осіб, а саме: переміщення за межі звичайного середовища, тривалість перебування в

місці призначення (до 12 місяців) і мета поїздки, яка може бути об'єднана в такі блоки, як дозвілля, рекреація, відпочинок; відвідування родичів і знайомих; ділові й професійні цілі (участь у ділових зустрічах, конференціях, конгресах тощо); лікування; поклоніння релігійним святиням (паломництво); інші туристські цілі, тобто, по суті, будь-які цілі, крім заняття діяльністю, оплачуваною з джерела у відвідуваному місці.

Вимушений переїзд українців є певною мірою формою туризму, яка має на меті збереження життя й здоров'я себе та своїх рідних, при чому українці, перебуваючи за кордоном, стають амбасадорами свої нації та культури, демонструють національні цінності й мають значний вплив на створення та реалізацію національного бренду «Україна». Адаптивність українців як представників нації проявляється в їхній готовності вивчати мову країни перебування, дізнаватися про етнічні й культурні особливості інших країн, проте зберігати почуття власної гідності, інтегруватися в світову систему, взаємодіяти з іншими національностями, не втрачаючи своєї національної ідентичності. Водночас такий міжнародний туристичний досвід має вплив як на вимоги потенційних споживачів туристичних послуг до фахівців у галузі туризму, так і на здобувачів вищої освіти, які прагнуть отримати вищу освіту за спеціальністю 242 Туризм, оскільки вони мають очікування відповідно до міжнародних стандартів і щодо надання послуг у сфері обслуговування, і щодо якості й змісту вищої освіти для набуття відповідних компетентностей.

Зазначене актуалізує питання щодо професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, яка має чітко окреслену законодавчу базу, а саме: міжнародні стандарти (Рекомендації щодо формування загальних і професійних компетентностей, розроблені експертами Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization (UNWTO)) при створенні компетентнісної моделі в рамках програми з управління людськими ресурсами [347]; Європейську багатомовну класифікацію навичок, компетентностей і професій ESCO (European Skills, Competences, Qualifications and Occupations) [215] та ін.) й вітчизняні нормативні документи щодо професійної підготовки фахівців у

галузі туризму, зокрема Закон «Про освіту» (2017), Закон «Про вищу освіту» (2014), Національну рамку кваліфікацій, затверджену Постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 [123], Стандарт вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм», затверджений Наказом Міністерства освіти і науки України від 04.10.2018 р. № 1068 [141], освітньо-професійні програми підготовки фахівців за напрямом 242 «Туризм», у яких висуваються нормативні вимоги до професійної підготовки фахівців у туристичній галузі крізь призму сучасних напрямів розвитку туризму в Україні, зокрема посилення інтеграційних процесів, що актуалізує питання ефективної комунікації в контексті мультикультурності.

У науковій літературі репрезентовано численні студії, які створюють підґрунтя для формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму і в яких, зокрема, досліджуються: питання комунікації як багатогранного процесу (Н. Волкова [31], В. Гондюл [42], В. Гордієнко [44], Є. Ромат [128], Беттеке ван Рулер (*Betteke van Ruler)* [184], Дж. Селігмен *(J. Seligman)* [303], Дж. Серваес (*J. Servaes*) [304], К. Розенгрен (*K. Rosengren*) [296], Ф. Луненбург (*F. Lunenburg*) [259]; взаємозв'язок мови й культури, роль культурної обізнаності для комунікативної компетентності (М. Байрам (*M. Byram*) [193; 194], Ф. Гуессабі (*F. Guessabi*) [225], К. Крамш *(C. Kramsch)* [247], А. Ліддікоат (*A. Liddicoat*) [254], В. Гудикунст (*W. Gudykunst*) [223; 224], О. Тарнопольський [322]).

Питання професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму розглядається дослідниками в таких різних площинах: оновлення змісту освітньо-професійної програми з туризму для інтеграції новітніх підходів, що формують необхідні компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму з урахуванням сучасних світових тенденцій (П. Шелдон (*P. Sheldon)*, Д. Фесенмаєр (*D. Fesenmaier)*, К. Воебер (*K. Woeber)*, К. Купер (*C. Cooper)* та М. Антоніолі (*M. Antonioli*) [308], А. Сервера-Таулет (*A. Cervera-Taulet*), М. Руїз-Моліна (*M. Ruiz-Molina*) [198], Л. Сіссон (*L. Sisson*), А. Адамс (*A. Adams*) [171; 313]); теоретичні та методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців із

спортивно-оздоровчого туризму у вищих навчальних закладах (А. Конох [72]); формування англомовної компетентності в діалогічному мовленні майбутніх фахівців з туризму в коледжах (І. Кодлюк [67]); формування професійної культури майбутніх менеджерів туризму в позааудиторній діяльності закладу вищої освіти (А. Казьмерчук [61]); формування полікультурної компетентності в майбутніх менеджерів туризму у вищих навчальних закладах (І. Гончарова [43]).

Питання професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму в певних країнах висвітлено в працях ряду науковців, а саме: теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в країнах-членах Всесвітньої туристської організації (Л. Кнодель [65]); професійна підготовка майбутніх фахівців з туризмознавства в європейських країнах (Л. Безкоровайна [13]); теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в розвинених країнах світу (Л. Сакун [130]); професійна підготовка фахівців з туризму на різних рівнях рамки кваліфікацій в Австрії, Греції, Італії, Мальті, Словенії та Іспанії [325] та ін.

Результати аналізу наукових праць засвідчують, що проблема спілкування й взаємодії в етнічно й расово гетерогенних групах, а також формування відповідної компетентності привертала увагу багатьох дослідників. Зокрема, питання полікультурності й полікультурної компетентності досліджувала значна когорта зарубіжних і вітчизняних науковців: В. Прашад (*V. Prashad*) [285], Н. Хеслем (*N. Haslam*) [231], А. Бернардо (*A. Bernardo)*, Л. Розенталь (*L. Rosenthal*), Ш. Леві (*S. Levy*) [181], С. Ксяо (*C. Xiao*) [348], В. Мичковська [109], І. Ковалинська [66], Л. Воротняк [34], Т. Сніца [137]. Аналіз наукових розвідок показав, що дослідженню сутності й структури полікультурної компетентності майбутніх фахівців присвячено праці С. Авхутської [2], О. Зеленської [55], О. Кондратьєвої [71], І. Соколової, О. Івашко [139], Р. Кравця [77; 78], В. Хребтової [157] та ін.

Українськими дослідниками акцентовано увагу на питаннях щодо формування полікультурної (міжкультурної) комунікативної компетентності фахівців різного профілю: майбутніх учителів початкової школи (Т. Сєрих [132]), майбутніх вчителів іноземної мови в початковій школі (Ю. Веклич [23]),

майбутніх фахівців технічного та гуманітарного профілю (І. Забіяка, С. Лобанова [52]), майбутніх фахівців у галузі журналістики (Н. Микитенко, М. Федорчук, О. Івасюта, Н. Гриня, А. Котловський [107]) та ін.

Водночас, незважаючи на різнопланові публікації, жодний із названих підходів повною мірою не забезпечує виконання завдання формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання через нерозробленість теоретичної й технологічної бази, яка б сприяла формуванню зазначеної компетентності.

Аналіз результатів теоретичних напрацювань дослідників щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму дав змогу констатувати низку *суперечностей* між:

– загальноєвропейськими й світовими вимогами до якості полікультурної комунікативної діяльності майбутніх фахівців у галузі туризму й існуючою практикою полікультурної комунікативної спрямованості освіти майбутніх фахівців у галузі туризму;

– потребою у висококваліфікованих фахівцях у галузі туризму, здатних до здійснення ефективної комунікації в полікультурному середовищі й наявним рівнем сформованості їх полікультурної комунікативної компетентності;

– наявністю потенційних можливостей процесу професійної підготовки до формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у туристичній галузі й недосконалістю існуючої моделі формування окресленої компетентності у бакалаврів з туризму.

Необхідність усунення зазначених суперечностей, практичне значення проблеми й недостатнє опрацювання її теоретичних та прикладних аспектів визначили тему наукового дослідження: «**Формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання**».

Зв’язок теми дослідження з науковими програмами, планами, темами. Дисертація відповідає основним напрямам досліджень кафедри інноваційних технологій з педагогіки, психології та соціальної роботи

Університету імені Альфреда Нобеля, проведених у межах комплексної наукової теми «Теоретико-методологічні засади професійного становлення фахівця в інноваційному соціокультурному просторі» (державний реєстраційний номер 0122U200059), і кафедри міжнародного туризму, готельно-ресторанного бізнесу та іншомовної підготовки Університету імені Альфреда Нобеля, проведених у межах комплексної наукової теми «Дослідження стану та перспектив розвитку ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг: економічний та соціальний аспекти» (державний реєстраційний номер 0121U100379). Тему затверджено вченою радою Університету імені Альфреда Нобеля (протокол № 10 від 21.12.2021 р.).

Об'єкт дослідження − процес професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Предмет дослідження – модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Мета дослідження – обґрунтувати теоретичні засади формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, розробити й експериментально перевірити модель реалізації цього процесу.

Гіпотеза дослідження. Успішність формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання забезпечується впровадженням теоретично обґрунтованої й розробленої моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, яка спрямована на формування *мотиваційно-ціннісного, соціально-когнітивного, комунікативно-діяльнісного, особистісного компонентів* зазначеної компетентності.

Для досягнення поставленої мети й перевірки гіпотези сформульовано такі завдання дослідження:

1. На підставі аналізу нормативно-правової, філософської, соціологічної, культурологічної та психолого-педагогічної літератури розкрити теоретичні

засади формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

2. Обґрунтувати сутність, структуру, показники й рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

3. Теоретично обґрунтувати й розробити модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

4. Здійснити експериментальну перевірку ефективності формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання на основі розробленої моделі.

5. Розробити комплекс навчально-методичних матеріалів для науково-педагогічних працівників ЗВО, спрямований на формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Теоретико-методологічною основою дослідження є: концептуальні положення системного (Ю. Шабанова [163] та ін.), партисипативного (О. Сухомлинська [146], Д. Швець [164], Н. Титова [151], В. Якубенко [170], В. Жуков, О. Попова [51] та ін.), компетентнісного (Н. Волкова [32], Т. Левовицький [83], О. Овчарук [114], Дж. Равен (*J. Raven*) [293]), контекстного (Н. Мирончук [108], Р. Бернс (*R. Berns*), П. Еріксон (*P. Erickson*) [182], С. Сеарс (*S. Sears)* [302], Д. Перін (*D. Perin)* [282] та ін.), комунікативного (Дж. Брумфіт (*G. Brumfit*), К. Джонсон (*K. Johnson*) [190], В. Літтлвуд (*W. Littlewood*) [257], М. Прищак [122] та ін.), культурологічного (І. Зязюн [58], Дж. Бенкс (*J. Banks*) [178], В. Аніщенко, О. Падалка [6], О. Ісаєва, М. Грицько [60] та ін.), аксіологічного (І. Бех [18; 19], І. Зязюн [59], О. Сухомлинська [145], Н. Ткачова [152], В. Стрельніков [143], С. Безбородих [12] та ін.) підходів; теоретичні основи комунікації (С. Скаддер (*S. Scudder*) [301], К. Розенгрен (*K. Rosengren*) [296], Дж. Серваес (*J. Servaes*) [304], Дж. Селігмен *(J. Seligman)* [303], Беттеке ван Рулер (*Betteke van Ruler)* [184], Ф. Луненбург (*F. Lunenburg*)

[259], Н. Волкова [31], В. Гордієнко [44] та ін.); фундаментальні положення герменевтичної концепції культури (Г. Гадамер (*H.-G. Gadamer*) [219], М. Гайдеггер (*M. Heidegger*) [232] та ін.); концептуальні положення щодо моделей культури (Ф. Тромпенаарс (*F. Trompenaars*), Ч. Хемпден-Тернер (*C. Hampden-Turner*) [335], Г. Хофстеде (*G. Hofstede*) [234], Е. Холл (*E. Hall*) [228; 229], І. Медведєва [87] та ін.); теоретичні й методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму (П. Шелдон (*P. Sheldon)*, Д. Фесенмаєр (*D. Fesenmaier)*, К. Воебер (*K. Woeber)*, К. Купер (*C. Cooper)*, М. Антоніолі (*M. Antonioli*) [308], А. Сервера-Таулет (*A. Cervera-Taulet*), М. Руїз-Моліна (*M. Ruiz-Molina*) [198], Л. Сіссон (*L. Sisson*), А. Адамс (*A. Adams*) [171; 313], С. Александрова [3; 5; 120], Л.В. Безкоровайна [13], А. Конох [72], Л. Кнодель [65], Л. Сакун [130], А. Тимейчук [149], В. Федорченко [155] та ін.); методологічні засади змішаного навчання (І. Аллен (*I. Allen*), Дж. Сеаман (*J. Seaman*), Р. Ґарретт (*R. Garrett*) [174], Д. Ґаррісон (*D. Garrison*), Н. Вауган (*N. Vaughan*) [220], Ч. Ґрахам (*C. Graham*) [222], Д. Наґел (*D. Nagel*) [274], Г. Стакер (*H. Staker*) [317], В. Кухаренко, С. Березенська, К. Бугайчук [148], Н. Рашевська, Н. Кіяновська [292], О. Спірін, В. Олексюк, Н. Балик, С. Литвинова, С. Сидоренко [314], Ю. Триус, Ю. Герасименко [154], К. Осадча, В. Осадчий, В. Круглик, І. Наумук [116] та ін.); теоретичні й практичні аспекти використання інтерактивних технологій навчання у вищій освіті (О. Дубасенюк [48], Н. Волкова [28], Н. Науменко [112], Л. Петришин [119] та ін.).

Для досягнення мети, вирішення визначених завдань, перевірки висунутої гіпотези використано комплекс таких **методів дослідження**: *теоретичні* – абстрагування, аналіз і синтез, індукція й дедукція, моделювання, узагальнення й систематизація наукових положень з метою розробки теоретичних засад професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму; *емпіричні*: діагностичні (анкетування, бесіда, тестування); обсерваційні (спостереження, самоспостереження) з метою визначення у майбутніх фахівців туристичної галузі рівня сформованості полікультурної комунікативної компетентності;

педагогічний експеримент (констатувальний, формувальний, контрольний) з метою визначення ефективності впровадження моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання; *методи математичної статистики* для оцінки статистичної значущості позитивних змін у ході експерименту.

Експериментальна база дослідження. Дослідно-експериментальна робота проводилася впродовж 2021-2024 рр. на базі ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, Запорізького національного університету, Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького. Експеримент охоплював 164 бакалаврів, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Туризм» зі спеціальності 242 Туризм, які увійшли до складу експериментальної групи ЕГ – 81 особа, контрольної (КГ) – 83 особи, а також 16 викладачів вказаних закладів вищої освіти.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що:

– *уперше* розроблено, теоретично обґрунтовано й експериментально перевірено структурно-функціональну модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання на підставі системного, партисипативного, компетентнісного, контекстного, комунікативного, культурологічного, аксіологічного підходів, що містить такі взаємопов’язані блоки: концептуально-цільовий, змістово-реалізаційний, результативно-оцінювальний, на основі оптимальних моделей змішаного навчання (віртуально збагаченої, ротаційної, самостійного змішування);

– *уточнено* й *конкретизовано* понятійно-категоріальний апарат досліджуваної проблеми («компетентність», «полікультурна компетентність», «комунікативна компетентність», «полікультурна комунікативна компетентність», «полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму», «модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах

змішаного навчання»);

– *удосконалено* зміст, методи, технології (діалогічно-дискусійні, ігрові, кейсові, цифрові, проєктні, фасилітації й співробітництва) та форми навчання (лекційні, практичні й семінарські заняття, позааудиторна робота, практика), спрямовані на формування мотиваційно-ціннісного, соціально-когнітивного, комунікативно-діяльнісного, особистісного компонентів полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання;

– *набули подальшого розвитку* наукові уявлення про сутність, структуру, компоненти, показники й рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму; діагностичний інструментарій оцінювання рівнів зазначеної компетентності.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в розробці й упровадженні структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, яка може бути покладена в основу моделювання освітнього процесу здобувачів першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності 242 Туризм; суттєвому змістовому наповненні, навчально-методичному й інформаційному забезпеченні освітніх компонентів професійного спрямування: «Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі», «Організація екскурсійних послуг», «Ділова іноземна мова», «Іноземна мова за професійним спрямуванням»; розробці й апробації програми й навчально-методичного забезпечення спецкурсу «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» за методикою CLIL (Content and Language Integrated Learning), а також апробації оновленого змісту виробничої та комплексної практик, позааудиторної роботи (організація та проведення заходів у рамках «Майстерні міжнародних бізнес-комунікацій», реалізація програм віртуальної мобільності й віртуального обміну, організація і проведення зустрічей розмовних (дискусійних) клубів тощо).

Результати дослідження можуть бути використані для подальшого

вдосконалення теорії й практики професійної освіти, зокрема в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців зі спеціальності 242 Туризм, у науково-дослідній роботі здобувачів вищої освіти, при розробці посібників, програм спецкурсів для здобувачів вищої освіти з питань формування полікультурної комунікативної компетентності, а також у системі підвищення кваліфікації та перепідготовки, неформальної освіти та самоосвіти фахівців у галузі туризму.

Основні положення та результати дослідження **впроваджено** в освітній процес ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» (довідка про впровадження № 293 від 26.06.2024 р.), Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (довідка про впровадження № 01-23-01 від 02.01.2024 р.), Запорізького національного університету (довідка про впровадження № 01/01-13/163 від 22.12.2023 р.), Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького (довідка про впровадження № 01-15/936 від 28.11.2023 р.).

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження репрезентовано в доповідях і повідомленнях на наукових, науково-практичних і науково-методичних конференціях різних рівнів: *міжнародних*: «Педагогіка та психологія: сучасний стан розвитку наукових досліджень та перспективи» (Запоріжжя, 2021), «Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку» (Запоріжжя, 2021), «Сучасна вища освіта: перспективні та пріоритетні напрями наукових досліджень» (Дніпро, 2022), «Міжкультурна комунікація і перекладознавство: точки дотику та перспективи розвитку» (Переяслав, 2022), «Реалізація освітніх ініціатив в умовах воєнного часу: вітчизняний та зарубіжний досвід» (Львів, 2022), «Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність» (Дніпро, 2022), «Наука і освіта в глобальному та національному вимірах: виклики, загрози, перспективи розвитку» (Полтава, Лубни, Миргород, 2022, 2023), «ICon-MaSTEd 2023» (Кривий Ріг, 2023), «Теорія і практика професійного

становлення фахівця в інноваційному соціокультурному просторі» (Дніпро, 2023, 2024), «Цифрова трансформація в економіці, фінансах, менеджменті та підприємництві» (Київ, 2023), «Філологічні й педагогічні студії у вітчизняній та зарубіжній науці XXI сторіччя» (Київ, 2023); *всеукраїнських:* «Актуальні проблеми та перспективи технологічної і професійної освіти» (Тернопіль, 2023). Результати й висновки виконаної роботи обговорено й позитивно оцінено на засіданнях кафедри інноваційних технологій з педагогіки, психології та соціальної роботи, щорічних звітних науково-практичних конференціях професорсько-викладацького складу Університету імені Альфреда Нобеля (упродовж 2021–2024 рр.).

Публікації. Основні теоретичні положення й висновки дослідження відображено у 20 публікаціях (16 – одноосібні), серед них: 8 статей у наукових фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз, 1 стаття у виданні, внесеному до наукометричної бази Scopus, 1 стаття у зарубіжному науковому журналі, внесеному до наукометричної бази Web of Science, 10 статей і тез доповідей у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до них, загальних висновків, списку використаних джерел (350 найменувань, із них 180 іноземною мовою), 18 додатків на 109 сторінках. Робота містить 24 таблиці, 8 рисунків. Загальний обсяг дисертації – 395 сторінок, із них основного тексту – 223 сторінки.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПОЛІКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ

1.1. Полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму як предмет наукових досліджень

Глобалізаційні процеси, які охопили весь світ і продовжують посилюватися за рахунок відкритості країн до діалогу та цифровізації суспільства, призводять до більш активного спілкування між представниками різних культур як у реальному, так і віртуальному просторі. Доцільно зазначити, що це стосується не лише партнерства на міжнародному рівні в політичних, правових та економічних колах, але й має вплив на розвиток вищої освіти в декількох напрямках.

По-перше, глобалізація освітнього процесу виявляється в залученні науково-педагогічних працівників ЗВО та здобувачів вищої освіти до участі в програмах мобільності й міжнародних освітніх проєктах з метою отримання синергії в сфері освіти й науки. По-друге, відкритість кордонів і розширення можливостей підвищує зацікавленість молоді в навчанні за кордоном, що призводить до створення етнічно різноманітних навчальних груп. По-третє, такі зміни в суспільстві створюють необхідність формування відповідної компетентності у майбутніх фахівців для їх подальшої професійної діяльності в умовах мультикультурності як в межах трудового колективу, так і при роботі з потенційними клієнтами, що стає однією з ключових вимог роботодавців до працівників, оскільки вони прагнуть залучити до виконання професійних обов’язків кандидатів з високим рівнем емоційного інтелекту, стійкістю й емпатією в умовах мультикультурності. Зі зростанням впливу штучного інтелекту й новітніх технологій на всі сфери людської діяльності збільшується

попит на фахівців з високим рівнем полікультурної компетентності, які здатні виконувати завдання, які не під силу будь-яким машинам, що підкреслює зростаючу важливість глобальних навичок [183].

На сьогодні туризм є рушійною силою зростання країни, і це одна з найбільших галузей у світі, яка охоплює різноманітні сектори. У 2018 році туристична галузь допомогла згенерувати 10,4% світового ВВП й аналогічну частку зайнятості, продемонструвавши значну стійкість за минуле десятиліття, при цьому кількість туристів на міжнародному рівні досягла 1,4 мільярда у 2018 р., на два роки раніше, ніж прогнозувалося [327]. У 2020 р. ситуація змінилася через пандемію COVID-19, яка спричинила значний спад попиту саме в сфері туризму, проте у 2022 р. з'явилися позитивні сигнали щодо відновлення галузі, попри появу нових факторів, зокрема повномасштабної війни в Україні, які вплинули на ці нерівномірні процеси відновлення [333]. Ця тенденція дає змогу прогнозувати підвищений попит на кваліфіковану робочу силу саме в цій сфері, яка тісно пов'язана з людськими ресурсами, а тому вимагає професіоналів, які мають відповідний набір навичок для пропонування відмінного обслуговування клієнтів. Компанії зі сфери туризму мають справу з клієнтами різних національностей і культурного походження. Вміння бути обізнаним у культурі та долати власні культурні упередження має вирішальне значення для побудови успішної кар'єри в цьому секторі, оскільки клієнти не завжди поділяють однакові цінності, системи переконань і сприйняття, тому важливо позбутися культурних бар'єрів.

З метою деталізації та поглибленого аналізу теоретико-методичних основ формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму їх структуровано в чотири групи, які наведено на рис. 1.1.

До *першої групи теоретико-методичних* основ формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму відносимо зарубіжні й вітчизняні державні документи стосовно підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, в яких окреслено основні вимоги до зазначених фахівців та їх професійної підготовки, що є критичним для сучасних наукових досліджень.

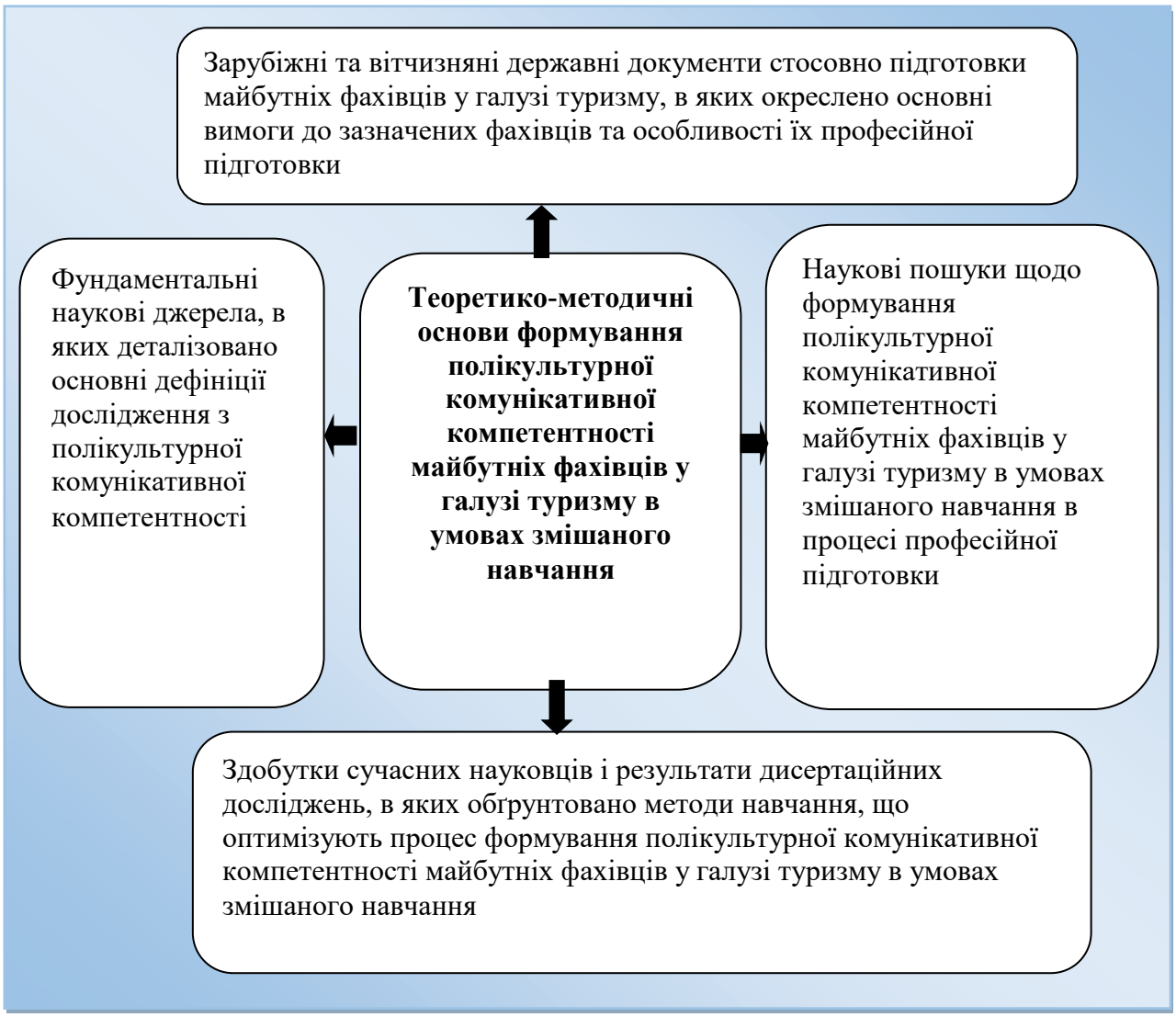


Рис. 1.1. Структура теоретико-методичних основ формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання

У контексті нашого дослідження вагомим виявився аналіз поглядів європейських науковців щодо визначення переліку компетентностей фахівців у галузі туризму. Розглядаючи багатомовну класифікацію європейських навичок, компетенцій, кваліфікацій та професій ESCO (European Skills, Competences, Qualifications and Occupations) [344], яка є частиною стратегії «Європа 2020» (що визначає й класифікує навички, компетенції, кваліфікації та професії, які стосуються ринку праці й освіти ЄС, систематично показуючи зв’язки між цими поняттями), зазначаємо, що серед навичок і компетентностей, необхідних

для виконання обов’язків на основних посадах у галузі туризму, варто акцентувати увагу на спільних компонентах, а саме: побудувати мережу контактів з постачальниками туристичних послуг, будувати ділові стосунки, вирішувати проблеми, забезпечувати обслуговування клієнтів, набирати працівників і керувати персоналом, розробляти й реалізовувати стратегії, мислити аналітично [216]. Виконання зазначених посадових обов’язків реалізується через комунікацію, співробітництво й креативність як комплексну компетентність, яка включає спілкування, співробітництво, налагодження зв’язків і ведення переговорів, вирішення проблем, створення планів або специфікацій для проєктування об’єктів і систем, проведення виступів для розваги аудиторії й передачі знань іншим, а також більш вузькі навички й компетенції, такі як привертання уваги, спілкування за допомогою інтерпретації, спілкування з молоддю, розпізнання письмового спілкування, вибір теми для спілкування, творче мислення, використання прийомів комунікації [215], що доповнюється полікультурним середовищем в умовах глобалізації.

Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) та Глобальна рада сталого туризму (GSTC) в галузі туризму визначили орієнтири, які репрезентують професійне прогностичне бачення того, як має розвиватися туризм: збереження культурної спадщини й природного середовища, повна інтеграція туризму в місцеву економіку, повага до соціальних і культурних цінностей приймаючої сторони; поєднання культури й туризму, що стане потужним рушієм економічної діяльності; подорожування для відчуття культури інших, що також означає отримання безпосередньої оцінки різноманітності культур, налагодження нових культурних зв’язків і допомогу в збереженні нашої культурної спадщини [330, с. 8]; цифровізація в освіті, посилення розвитку ключових навичок фахівців з туризму в таких областях, як комунікація, орієнтованість на клієнта, маркетинг, відповідність міжнародним стандартам, а також планування й реалізація політики на національному й місцевому рівнях [326, с. 35].

Зважаючи на зазначені тенденції в розвитку туризму та спираючись на результати проведеного опитування серед усіх стейкхолдерів, Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначила певний ряд ключових компетентностей фахівця в галузі туризму, а саме: орієнтованість на клієнта, відповідальність, планування й організованість, командну роботу, креативність, технологічну обізнаність, прихильність до організації й комунікативну компетентність. Водночас серед основних цінностей, яких мають дотримуватися й демонструвати фахівці в галузі туризму, зазначають чесність, професіоналізм і повагу до різноманіття [347], а серед найбільш цінних компетентностей фахівців у галузі туризму – орієнтованість на клієнта, креативність та інноваційність [326, с. 35].

Крім того, за результатами досліджень у рамках міжнародного проєкту «Tourism Education Futures Initiative (TEFI)», що проводився в межах «BEST Education Network (BEST EN)», міжнародного консорціуму освітян, які прагнуть сприяти розвитку й поширенню знань у сфері сталого туризму, було акцентовано увагу на очікуваному збільшенні соціальної різноманітності в майбутньому та демографічних зрушеннях за етнічною приналежністю, віком, сімейним станом, релігією тощо, що призведе до змін у характері робочої сили й туристів до 2030 року. Також було аргументовано, що знання про різноманітність стануть конкурентною перевагою, а лідерство в туристичній галузі в майбутньому має бути більш культурно компетентним [308, с. 61-68].

Водночас серед ключових навичок фахівців галузі туризму деякі зарубіжні дослідники, зокрема П. Шелдон (*P. Sheldon)*, Д. Фесенмаєр (*D. Fesenmaier)*, К. Воебер (*K. Woeber)*, К. Купер (*C. Cooper)* та М. Антоніолі (*M. Antonioli*), зазначають динамічні ділові навички, які включають гнучкість, багатозадачність, критичне мислення, інноваційність / підприємницькі здібності, навички комунікації з використанням нових мультимедійних технологій, крос-культурну компетентність, уміння визначати, оцінювати й контролювати ризики, а також здатність уникати проблем [308, с. 61-68]. За результатами опитування, що проводилося ЄС в рамках цілеспрямованого

консультування зі стейкхолдерами в сфері туризму влітку 2016 р., було акцентовано на найголовніших навичках, якими мають володіти фахівці туристичної галузі: знання мов (36%), цифрові навички (28%), міжкультурні навички (28%), міжособистісні навички (23%) й навички підприємництва (19%) [321, с. 8].

Інтерес для дослідження становили роботи зарубіжних науковців (Т. Чаморро-Премузіц (*T. Chamorro-Premuzic*) [200], Дж. Берсін (*J. Bersin*) [183], Л. Сіссон (*L. Sisson*) та А. Адамс (*A. Adams*) [171; 313]) з питань конкурентоспроможності фахівців з туризму. Зокрема в звіті Дж. Берсіна (*J. Bersin*) зазначено, що на сьогодні роботодавці обирають співробітників не лише за наявністю необхідних технічних навичок, а й за вмінням адаптуватися, рівнем полікультурної освіченості, культури комунікації та потенціалом зростання [183]. Згідно з дослідженням Л. Сіссон (*L. Sisson*) та А. Адамс (*A. Adams*) [171; 313], випускники університетів в галузі гостинності й управління туризмом мають володіти так званими м'якими навичками, такими як: лідерство, робота в команді, професіоналізм та управління стресом.

Вагомими для дослідження стали наукові здобутки зарубіжних вчених [171; 237; 313; 332; 343], в яких дослідники наголошують на унікальній ролі фахівців туристичної галузі, питанні відповідності їх професійної підготовки вимогам ринку праці, визначаючи найбільш вагомі так звані м'які навички для роботи в галузі туризму й індустрії гостинності, серед яких провідну роль відіграють: управління командою (здатність будувати стосунки в команді); коучинг (вміння розвивати уміння й навички персоналу); розв'язання проблем (уміння приймати рішення швидко та ефективно й вирішувати потенційні суперечки, пов'язані з делікатними культурними питаннями); впливовість / авторитетність (здатність формувати поведінку й впливати на результативність роботи працівників шляхом постійного взаємного зворотного зв'язку); соціальні навички (навички спілкування, командна робота, культурна обізнаність); організаційні навички (планування й координування, визначення пріоритетів, багатозадачність, управління часом); обслуговування клієнтів (розуміння потреб

і здатність забезпечити позитивний досвід обслуговування клієнтів); створення мережі контактів (створення лояльної клієнтської бази завдяки відносинам, що розвиваються між клієнтом і компанією); гнучкість (вміння забезпечувати швидкий перехід від одного завдання до іншого); відповідальність і прихильність (задоволення потреб клієнтів та створення позитивного досвіду); готовність до викликів.

Ураховуючи вищезазначене, констатуємо, що сучасні зарубіжні дослідження визначають ряд загальних і професійних компетентностей, необхідних для майбутніх фахівців у галузі туризму, серед яких значну роль відіграє *комунікативна компетентність в умовах культурного розмаїття*. Окреслена компетентність стосується не лише безпосередньо навичок спілкування, але також є критично важливою для таких навичок, як побудова мережі ділових контактів, вміння вирішувати проблеми, робота в команді, здатність до співробітництва, побудови міжособистісних стосунків, керівництва персоналом, створення й просування управлінських і маркетингових стратегій тощо, оскільки більшість процесів у туризмі наразі відбуваються на міжнародному рівні.

Щодо вітчизняних документів, то у розробленому в 2018 році Стандарті вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» для першого (бакалаврського) рівня [141], визначено, що метою навчання здобувачів є формування у них загальних та спеціальних (фахових) компетентностей для успішного здійснення професійної діяльності у сфері рекреації й туризму, серед яких можна виокремити ті, що прямо чи опосередковано пов’язані з полікультурною та комунікативною компетентностями. Зокрема, спеціальна компетентність К27 (здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації) напряму пов’язана з комунікативною компетентністю, а спеціальна компетентність К28 (здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній

практиці) – з полікультурною компетентністю, що дає нагоду розглядати їх як ключові фахові компетентності для визначення відповідних програмних результатів навчання (ПР) та загальних компетентностей, які є найбільш значущими при їх формуванні, як показано в додатку А. Вважаємо також за доцільне зауважити, що хоча ПР20 (виявляти проблемні ситуації та шляхи їх розв'язання) й не зазначено як програмний результат навчання для фахових компетентностей К27 та К28, він все ж має бути врахований, оскільки ефективна комунікація в полікультурному середовищі спрямована на визначення бар'єрів комунікації, які можуть спричинити проблемні ситуації, та шляхів їх подолання [259, с. 3-6]. Зазначене дає змогу включити ПР20 до переліку відповідних програмних результатів навчання під час формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців туристичної галузі.

Перелік загальних компетентностей, які є значущими при формуванні полікультурної комунікативної компетентності відповідно до програмних результатів навчання (з показником 4 та вище) за результатами дослідження, узагальнених у вищезазначеній матриці (див. дод. А), подано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Загальні компетентності, визначені Стандартом вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм» та пов'язані з полікультурною комунікативною компетентністю

Загальні компетент-ності	К02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності й досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірності розвитку предметної області.
	К03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
	К04. Здатність до критичного мислення, аналізу та синтезу.
	К07. Здатність працювати в міжнародному контексті.
	К08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
	К09. Вміння визначати, формулювати і вирішувати проблеми.
	К10. Здатність спілкуватися державною мовою.
	К11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.
	К12. Навички міжособистісної взаємодії.
	К14. Здатність працювати в команді та автономно.

Аналізуючи окреслену матрицю, можна зробити висновок, що ключовими загальними компетентностями, пов’язаними з комунікативною та полікультурною компетентностями, є К07 (здатність працювати в міжнародному контексті), К12 (навички міжособистісної взаємодії), К09 (вміння визначати, формулювати і вирішувати проблеми), К10 (здатність спілкуватися державною мовою) та К14 (здатність працювати в команді та автономно). Водночас, ці дві спеціальні компетентності, пов’язані з комунікацією в полікультурному середовищі, відповідають восьми однаковим програмним результатам навчання.

Підсумовуючи вищевикладене, також доцільно зазначити, що *комунікативна компетентність* у полікультурному середовищі *в умовах культурного різноманіття* зазначається як одна з ключових і професійно значущих для майбутніх фахівців у галузі туризму, необхідних для: успішного виконання ними своїх професійних функцій, провідними з яких є забезпечення комфортних умов відпочинку клієнта й взаємодія з різними стейкхолдерами; реалізації комунікативних дій в умовах культурного різноманіття; ефективного спілкування й побудови партнерських відносин з іншими суб’єктами туристичного бізнесу; встановлення мережі контактів на національному й міжнародному рівнях. При чому полікультурна компетентність і комунікативна компетентність займають важливе місце в професійній підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму та є взаємодоповнюючими, оскільки перетинаються в площині міжнародної діяльності й у переважній більшості відповідають однаковим програмним результатам навчання за Стандартом вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм». Це дає змогу розглядати їх в комплексі як полікультурну комунікативну компетентність, формування якої є важливим компонентом професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, для досягнення щонайменше саме цих програмних результатів навчання.

Розкриваючи зміст ***другої групи теоретичних засад*** формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, вважаємо за доцільне акцентувати увагу на фундаментальних наукових джерелах, в яких конкретизовано основні

дефініції дослідження, а саме: *«компетентність», «полікультурна компетентність», «комунікативна компетентність», «полікультурна комунікативна компетентність»*.

Зазначимо, що термін «компетентність» вперше був використаний у 1959 р. американським вченим Р. Уайтом (*R. White*), який вжив його в статті для опису характеристик особистості, пов'язаних з високою мотивацією та продуктивністю, визначаючи компетентність як «ефективну взаємодію (особистості) з оточенням» [345]. Згідно з визначенням Міжнародного департаменту стандартів для навчання, досягнення та освіти (International Board of Standards for Training, Performance and Instruction), компетентність передбачає наявність відповідного набору знань, умінь і ставлень, які дають змогу особистості ефективно виконувати певну діяльність або функції на конкретній посаді з метою забезпечення відповідності стандартам або їх перевищення, згідно з очікуваннями в конкретній професійній галузі чи робочому середовищі [294].

У вітчизняних нормативних документах поняття «компетентність» окреслено як «динамічну комбінацію знань, вмінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, яка визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність» [106, с. 4].

Аналізуючи основні підходи дослідників до вивчення компетентності (Н. Бібік [20], С. Вітвицька [26; 27], Н. Волкова [29], О. Марущак [86], О. Пометун [121], Н. Сидорчук [133] та ін.), доцільно констатувати, що науковці розглядають компетентність у переважній більшості як *здатність особистості провадити продуктивну діяльність й вирішувати професійні завдання в конкретній предметній галузі на основі набору знань, умінь, навичок, ставлень і набутого досвіду*, а також визначають її як результат набуття компетенцій, акцентуючи увагу на ролі соціальної взаємодії й освітнього процесу для отримання відповідних особистісних характеристик (якостей). Підтримуємо позицію М. Голованя щодо трактування компетентності як «інтегративного утворення особистості, що інтегрує в собі знання, уміння, навички, досвід і особистісні властивості, які обумовлюють прагнення,

здатність і готовність розв'язувати проблеми і завдання, що виникають в реальних життєвих ситуаціях, усвідомлюючи при цьому значущість предмету і результату діяльності» [41, с. 29], що є слушною і для майбутніх фахівців у галузі туризму.

Щодо **полікультурної компетентності**, зазначимо, що полікультурність стала всеохоплюючим феноменом сучасності, а важливу роль у визначенні її сутності відіграють поняття «культура» й «полікультурність», концепції культури та фундаментальні культурологічні моделі.

Поняття «культура» є багатозначним, зокрема в «Філософському енциклопедичному словнику НАН України» термін «культура» має п'ять значень, проте ключовими аспектами в контексті нашого дослідження є розуміння культури як: «1) сукупності способів і прийомів організації, реалізації та поступу людської життєдіяльності, способів людського буття; 2) сукупності матеріальних і духовних надбань на певному історичному рівні розвитку суспільства і людини, які втілені в результатах продуктивної діяльності; 3) локалізованого у просторі та часі соціально-історичного утворення, що специфікується або за історичними типами, або за етнічними, континентальними чи регіональними характеристиками суспільства» [156, с. 313]. Одним з перших дослідників у галузі культурної антропології на основі емпіричних досліджень став Е. Тейлор (*E. Tylor)* [336], який запропонував розуміти під «культурою» сукупність знань, вірувань, трудових та поведінкових навичок, спільних для членів певної групи, і саме таке розуміння культури лежить в основі нашого дослідження.

Особливої уваги в контексті полікультурного середовища заслуговує герменевтична концепція культури як фундаментальна для формування міжкультурної комунікації. М. Гайдеггер (*M. Heidegger*) [232, с.38], засновник герменевтичної парадигми, відкинув традиційне трактування культурної діяльності як пошуку універсальних основ людської діяльності й знань. На його думку, культуру слід розглядати як творчий процес, спрямований на дослідження можливостей, що відкриваються минулим, або дослідження глибинного виміру (тобто буття), де вся людська думка знаходить своє коріння. Цікавою для нашого дослідження також виявилася думка Г. Гадамера

(*H.-G. Gadamer*) [219, с. 265], який наголошує, що будь-який сенс неминуче передбачається певним горизонтом (перспективою). Він стверджує, що якщо всі значення залежать від контексту, то розуміння не є насамперед відношенням між суб'єктом та об'єктом, а відношенням між горизонтами (думками, поглядами). Оскільки неможливо ігнорувати й вийти за межі власного розуміння, перспектива діє через інтеграцію незвичного погляду, тому розуміння полягає в процесі злиття горизонтів. Дані думки є вагомими для нашого дослідження, оскільки ідея подолання упереджень через визнання відмінностей між поглядами людей, що лежить в основі герменевтичної концепції культури, тісно переплітається з поняттям толерантності, яке набуває ще більшої актуальності в умовах сьогодення і є вимогою сучасності для ефективної комунікації в умовах мультикультурності соціуму.

Зупинимо свій погляд на підходах науковців до створення моделі культури для визначення понять, які лежать в основі полікультурності. Ф. Тромпенаарс (*Trompenaars F.*) та Ч. Хемпден-Тернер (*Hampden-Turner C.*) [335] розглядають культуру як сукупність трьох шарів, які є незалежними, проте взаємодоповнюючими, а саме: 1) артефакти та продукти культури, що включають ряд компонентів, наприклад, мову, їжу, архітектуру, пам'ятники, будівництво релігійних споруд, базари, моду, мистецтво та ін.; 2) норми й цінності окремо взятої спільноти людей, які виступають критерієм при виборі між існуючими альтернативами й пов'язані з ідеалами для цієї спільноти; 3) базові передумови буття, тобто найголовніші цінності буття в культурі, зазначаючи, що саме культура національної спільноти є верхнім рівнем культури. Водночас Г. Хофстеде (*Hofstede G.*) [234] доходить висновку, що модель культури включає чотири шари (цінності, ритуали, герої та символи) та є багаторівневою системою, що налічує шість рівнів (національний, регіональний, гендерний, генераційний, соціально-класовий та організаційний). При цьому організаційний (корпоративний) рівень культури створюється на основі національної культури (культур) в середовищі конкретної організації. Доцільно зауважити, що знання про культуру повинні виходити за межі

простого компендіуму фактів про цільову культуру й бути спрямованими на розуміння власної культури з аналізом подібностей і відмінностей між власною та цільовою культурою [208; 209; 316].

Вартим уваги є погляд І. Медведєвої, яка зазначає, що одним із складників будь-якої національної культури є ділова культура, яка «містить передусім норми і традиції ділової етики, нормативи і правила ділового етикету та протоколу, впливає на характер ділових відносин із зарубіжними партнерами, на стиль ведення переговорів, стиль керівництва, систему мотивації, ставлення до законів, відносини з іншими людьми в організації і розвитку ділових контактів тощо» [87, с. 58]. Ці думки є вагомими для нашого дослідження, оскільки майбутні фахівці в галузі туризму під час професійної діяльності матимуть змогу реалізовувати свої компетентності на корпоративному рівні в міжнародних організаціях з опорою на національні культури.

Для дослідження значущими стали фундаментальні наукові розвідки щодо культурних особливостей різних націй [229; 234; 335], автори яких акцентують увагу на найбільш характерних аспектах культури за певними параметрами, які відображені в культурологічних моделях, поданих в Додатку Б. Так, Г. Хофстеде (*G. Hofstede*) [234] констатує, що представники різних національних культур відрізняються за п’ятьма основними культурними вимірами (індивідуалізм – колективізм, дистанція влади, уникнення невизначеності, маскулінізм – фемінність, довгострокова – короткострокова орієнтація в житті). Водночас Е. Холл (*E. Hall*) [229] розрізняє національні культури за параметрами високої та низької контекстності на основі факторів, які стосуються часу, простору, матеріальних цінностей, моделі особистих стосунків і досягнення домовленостей. Проте дослідники Ф. Тромпенаарс (*F. Trompenaars*) та Ч. Хемпден-Тернер (*C. Hampden-Turner*) [335] констатують, що кожна культура вирізняється з-поміж інших вибором конкретних рішень при розв’язанні певних проблем, які розглядаються як дилеми, та виділяють сім фундаментальних вимірів культури за трьома категоріями (стосунки з людьми, ставлення до часу і ставлення до оточення). Таким чином, наявність різних поглядів щодо моделі культури обумовлена складністю й багатогранністю самого феномену «культура».

Авторська розробка матриці фундаментальних вимірів культури на основі трьох досліджених ключових культурологічних моделей [229; 234; 335] для впровадження уніфікованого підходу при компаративному аналізі культур під час формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму подана в Таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Матриця фундаментальних вимірів культури на основі ключових культурологічних моделей Г. Хофстеде (*G. Hofstede*), Е. Холла (*E.T. Hall*), Ф. Тромпенаарса (*F. Trompenaars*) та Ч. Хемпден-Тернера (*C. Hampden-Turner*)

Аспект національної культури	Відповідний вимір культури за культурологічною моделлю		
	Г. Хофстеде	Е. Холла	Ф. Тромпенаарса, Ч. Хемпден-Тернера
Пріоритет особистості чи соціальної групи	Вимір «індивідуалізм – колективізм»	Вимір «згуртованість і поділ груп»	Вимір «індивідуалізм – комунітаризм»
Встановлення особистого контакту та довірливих відносин	Вимір «маскулінізм – фемінність»	Вимір «зв’язки між людьми, рівень прихильності до відносин»	Вимір «специфічність – дифузність»
Врахування думки оточення	Вимір «індивідуалізм – колективізм»	–	Вимір «ставлення до оточення»
Врахування цінностей суспільства	Вимір «маскулінізм – фемінність»	–	Вимір «ставлення до оточення»
Ставлення до влади, авторитету та статусу	Вимір «дистанція влади»	–	Вимір «досягнення – приписування»
Ставлення до часу	–	Вимір «гнучкість часу»	Вимір «ставлення до часу»
Ставлення до контролю над подіями	Вимір «уникнення невизначеності»	Вимір «позиція контролю й визнання провини за невдачу»	Вимір «ставлення до оточення»

Закінчення табл. 1.2

Аспект національної культури	Відповідний вимір культури за культурологічною моделлю		
	Г. Хофстеде	Е. Холла	Ф. Тромпенаарса, Ч. Хемпден-Тернера
Орієнтація на минуле, теперішнє чи майбутнє	Вимір «довгострокова та короткострокова орієнтація в житті»	–	Вимір «ставлення до часу»
Вираження емоцій, використання невербального спілкування та контексту	–	Вимір «відвертість повідомлень, використання невербального спілкування, вираження реакцій»	Вимір «нейтральність – емоційність»
Ставлення до норм, традицій та законів	Вимір «довгострокова та короткострокова орієнтація в житті»	–	Вимір «універсалізм – партикуляризм»

Спираючись на вищезазначене, доходимо висновку, що ключовими аспектами національної культури, які мають враховуватися під час формування полікультурної комунікативної компетентності, є пріоритет особистості чи соціальної групи, встановлення особистого контакту й довірливих відносин і ставлення до контролю над подіями, оскільки вони розглядаються в кожній з трьох досліджених культурологічних моделей. Водночас інші аспекти також заслуговують на увагу, оскільки охоплені двома з трьох моделей. Ці характерні аспекти культури є ключовими для ефективної комунікації в умовах полікультурного середовища, особливо при застосуванні іноземної мови як інструменту вербальної взаємодії для уникнення конфліктів і непорозумінь між учасниками комунікаційного процесу.

Зазначимо, що в численних працях науковців досліджуються питання *міжкультурної*, *мультикультурної* та *полікультурної* компетентностей на основі ключових понять, які є фундаментальними для визначення основних відмінностей чи схожих характеристик, проте немає єдиного підходу чи чіткої згоди щодо застосування термінології. Дослідники пропонували власні погляди

на проблему взаємодії представників різних культур, що призвело до використання значної кількості термінів, які є однокореневими, проте використовуються з різними визначеннями, компонентами й аспектами дослідження, зокрема полікультурність (англ. polyculturalism), мультикультурність (англ. multiculturalism) і міжкультурність (англ. interculturalism), які лежать в основі формування відповідних компетентностей.

Як зазначає Т. Сєрих, у вітчизняній педагогіці не існує загальноприйнятої термінології: одночасно з полікультурною використовують такі поняття, як багатокультурна, мультикультурна освіта, мультикультурний підхід [132]. Вона схиляється до думки, що «кожен із наведених вище термінів доповнює, конкретизує, уточнює поняття «полікультурний»; концепція полікультурності втілює ідею культурної рівності, однакової цінності будь-яких культурних матеріалів, які наявні в розпорядженні людства, проте збереження в етнічно неоднорідному суспільстві тих особливостей, характерних для окремих народів, що складають певне суспільство» [132, с. 49]. Аналізуючи вживання термінів «полікультурний» і «мультикультурний» у науковій літературі, експерт з міжкультурних відносин Ф. Дервін (*F. Dervin*) доходить висновку, що різниця між двома термінами суто географічна, оскільки термін «мультикультурний» розповсюджений у Західній і Північній Європі, а «полікультурний» – у Східній і Південній Європі [211].

Компаративний аналіз ключових слів з досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців щодо понять «полікультурність / полікультурна компетентність», «мультикультурність / мультикультурна компетентність» і «міжкультурна компетентність» [100], узагальнений у таблиці 1.3, свідчить про відсутність чіткого розмежування цих термінів, оскільки є певний ряд ключових слів, які характеризують дві або три з окреслених компетентностей, такі як: динамічність, зв’язки, взаємодія, культурна ідентичність, толерантність, взаєморозуміння, спілкування, взаємозбагачення, культурне різноманіття й виявлення упереджень. Характерними лише для полікультурної компетентності є такі ключові слова, як змішаність, рівноправність і взаємовплив, що визначаємо як риси, що відрізняють саме цю компетентність від інших зазначених.

Таблиця 1.3

Порівняльна таблиця ключових слів в основі полікультурної, мультикультурної та міжкультурної компетентностей

Ключові слова в дефініції та їхні похідні чи контекстні синоніми	Полі-культурність та полікультурна компетентність					Мульти-культурність та мультикультурна компетентність					Між-культурність та міжкультурна компетентність				
	Прашад В. [285]	Бернардо А., Розенталь Л., Леві С. [181]	Мичковська В. [109]	Ковалинська І. [66]	Серих Т. [132]	Прашад В. [285]	Ковалинська І. [66]	Шарма С., Філліон Дж., Малевскі Е. [306]	Валлера Ф., Льюіс М. [337]	Мір Н., Модуд Т. [265]	Кантл Т. [198]	Байрам М. [196]	Рембач О. [126]	Короткова Ю. [76]	Рубен Б. [297]
Динамічність/ динамічний	+									+	+				
Змішаність/ змішаний	+	+													
Статичність/ статичний						+									
Відокремленість						+	+								
Співіснування						+									
Зв’язки	+											+			
Взаємодія	+	+		+								+			
Культурна ідентичність			+		+					+	+				
Рівноправність			+		+										
Толерантність/ прийняття суджень			+									+			
Взаєморозуміння			+						+					+	
Спілкування/ комунікація				+						+			+	+	+
Взаємозбагачення			+											+	
Взаємовплив	+			+											
Взаємоповага														+	
Виявлення упереджень			+					+				+			
Культурне різноманіття	+								+						

На нашу думку, з огляду на таке лексичне розмаїття й результати досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців, можна дійти висновку, що терміни «полікультурність», «мультикультурність» і «міжкультурність» мають точки перетину в певному контексті в науковому дискурсі при аналізі комунікаційних процесів, що дає нагоду залучити до дослідження наукові надбання авторитетних зарубіжних і вітчизняних учених з урахуванням відмінностей термінів задля більш глибокого вивчення, розуміння й узагальнення проблем, пов'язаних з формуванням полікультурної комунікативної компетентності.

Зупинимо свій погляд на підходах науковців до тлумачення поняття *полікультурності* й *полікультурної компетентності* фахівців різних сфер діяльності. Концепція полікультурності була висунута істориками Р. Келлі (*R. Kelley*) [242] та В. Прашадом (*V. Prashad*) [285], які стверджували, що культури постійно змішуються, обмінюються ідеями й практиками. На думку дослідників, полікультурність характеризується динамічністю, інтерактивністю й змішаністю культур, які розглядаються в динаміці з акцентом на взаємозв'язку. Вважаємо тут доречним навести погляди Н. Хаслама (*N. Haslam*) [231], який зазначив, що з психологічної точки зору полікультурність є більш сприятливим феноменом у порівнянні з мультикультурністю, оскільки динамічне уявлення про людські властивості, такі як інтелект і особистість, є прогресивнішим з урахуванням більш значного позитивного впливу.

Подальші зарубіжні дослідження [181; 348] надали значну кількість емпіричних доказів, які вказують на позитивний зв'язок між полікультурністю й ставленням до культурних меншин, людей з інших країн і культур. Полікультурність також асоціюється з більш позитивним впливом і пізнанням стосовно міжкультурної взаємодії і більш позитивним ставленням до соціальних явищ, які передбачають міжкультурні контакти, такі як глобалізація й культурне злиття або змішаний досвід, що мало позитивний вплив і, зокрема, на освітнє середовище.

Щодо сутності поняття «полікультурність», то вітчизняні науковці мають різні погляди на його визначення. На думку В. Мичковської, полікультурність – це «такий принцип функціонування та співіснування в соціумі різноманітних етнокультурних спільнот з притаманним їм усвідомленням власної ідентичності, що забезпечує їх рівноправність, толерантність та органічність зв'язку з широкою спільнотою, взаємозбагачення культур» [109, с. 236-237]. І. Ковалинська зазначає, що «полікультуралізм передбачає визнання багатоманітності культурного простору, підтримує ідею спілкування, обміну, взаємодії та взаємовпливу» [66, с. 68-69]. І ми поділяємо погляди дослідників.

Особливу увагу в межах вивчення нашого питання привертають роботи С. Авхутської, Л. Воротняк, О. Березюк, О. Кондратьєвої, М. Онищенко, М. Сімоненко, І. Соколової, Т. Сніци, В. Хребтової, Л. Чередниченко, автори яких звертають увагу на визначення поняття полікультурної компетентності (див. табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Підходи науковців до визначення поняття «полікультурна компетентність»

Визначення поняття «полікультурна компетентність»	Автор
«Системне новоутворення, що забезпечує мотиви пізнання і прийняття загального і специфічного в кожній із культур як цінності, знання законів та способів життєдіяльності в полікультурному середовищі та вміння їх використовувати на практиці виховання майбутнього учня як – людини культури» [2, с.4].	С. Авхутська
«Здатність людини інтегруватися в іншу культуру за збереження взаємозв'язку з рідною мовою, культурою, що ґрунтується на поєднанні особистісних якостей, синтезованих знаннях, уміннях і навичках позитивної міжетнічної й міжкультурної взаємодії, що в результаті сприяє безконфліктній ідентифікації особистості в багатокультурному суспільстві та її інтеграції в полікультурний світовий простір» [34, с. 106]	Л. Воротняк

Продовження табл. 1.4

Визначення поняття «полікультурна компетентність»	Автор
«Інтегративна якість особистості, що включає систему полікультурних знань, умінь, навичок, інтересів, потреб, мотивів, цінностей, полікультурних якостей, досвіду, соціальних норм і правил поведінки, необхідних для повсякденного життя й діяльності в сучасному полікультурному суспільстві, та реалізується в здатності особистості ефективно вирішувати завдання суспільної діяльності в ході позитивної взаємодії з представниками різних культур» [17, с. 201].	О. Березюк
«Цілісне, інтегративне, багаторівневе, особистісне новоутворення, що є результатом навчальної підготовки особи у вищому навчальному закладі, успішність якої зумовлена сукупністю сформованих компетентностей, які сприяють соціалізації особистості, формуванню в неї світоглядних та науково-професійних поглядів, визначають успішність діяльності, здатність до самореалізації, саморозвитку та самовдосконалення протягом життя» [138].	І. Соколова
«Комплексна особистісна якість, яка формується на основі толерантності та передбачає наявність моральних ціннісних уявлень та проявляється у здатності вирішувати завдання конструктивної взаємодії з представниками різних культурних груп» [137, с. 296]	Т. Сніца
«Здатність до соціокультурної самоідентифікації, готовності вести діалог культур, застосовуючи при цьому різні стратегії поведінки, долаючи міжкультурні непорозуміння, конфліктні ситуації, стереотипи в стосунках із представниками різних культур для уникнення міжнаціональних конфліктів, досягнення компромісів і налагодження співпраці» [157, с. 217–218]	В. Хребтова
«Інтегративна якість особистості майбутнього фахівця, що формується в процесі навчання, і включає систему полікультурних знань, умінь, навичок, інтересів, потреб, мотивів, цінностей, полікультурних якостей, досвіду, соціальних норм і правил поведінки, необхідних для повсякденного життя й діяльності в сучасному полікультурному суспільстві, що реалізується в здатності ефективно розв’язувати завдання педагогічної діяльності в ході позитивної взаємодії із суб`єктами освітнього процесу – представниками різних культур» [134, с. 4].	М. Сімоненко

Закінчення табл. 1.4

Визначення поняття «полікультурна компетентність»	Автор
«Інтегроване професійно-особистісне утворення, результативний компонент професійної підготовки, що обумовлює готовність майбутнього фахівця до ефективного здійснення педагогічної діяльності в багатонаціональному середовищі» [159, с. 32–36].	Л. Чередниченко
«Професійно значуща якість особистості, що формується у процесі професійно-педагогічної підготовки на базі засвоєння теоретичних знань щодо своєрідності національної культури власної та іншої країн, трансформацію ціннісних орієнтацій, інтегрованих полікультурних умінь та навичок, які забезпечують толерантне ставлення до представників інших соціальних груп, національностей, релігійних конфесій під час міжкультурної комунікації та здатність вирішувати професійні завдання в умовах глобалізації мультикультурного соціуму» [71, с. 184].	О. Кондратьєва
«Комплексне, цілісне, системне утворення, інтегративна характеристика, що синтезує полікультурні знання, вміння і навички міжкультурної взаємодії, особистісні якості, які дозволять ефективно вирішувати професійні перекладацькі завдання в умовах полікультурного соціуму» [115, с. 111].	М. Онищенко
«Комплекс знань і способів полікультурної комунікативної поведінки в сукупності з особистісною готовністю до здійснення цієї діяльності» [55]	О. Зеленська
«Здатність особистості гармонійно реалізовувати полікультурні компетенції, володіючи сумою полікультурних знань та мовленнєвими навичками, адекватно і дипломатично налагоджувати процес міжкультурної взаємодії, толерантно ставитись до людей різних національностей з метою кваліфікованого вирішення завдань…» [104, с. 286].	Л. Мелько

Аналізуючи таблицю 1.4, можемо зазначити, що полікультурна компетентність розкривається з різних позицій: як системне новоутворення (С. Авхутська, М. Онищенко); здатність людини інтегруватися в іншу культуру (Л. Воротняк, Л. Мелько, В. Хребтова); інтегративна якість особистості (О. Березюк, О. Кондратьєва, М. Сімоненко, Т. Сніца); цілісне, інтегративне,

багаторівневе, особистісне новоутворення (І. Соколова, Л. Чередниченко). Зазначене підтверджує, що полікультурна компетентність є не лише результатом відповідного напряму професійної підготовки, але й її метою, важливою умовою ефективної реалізації професійних завдань.

Найбільш близьким до нашого дослідження є погляд І. Гончарової, яка стверджує, що полікультурна компетентність майбутніх менеджерів туризму є інтегративною якістю особистості майбутнього професіонала, яка формується в процесі навчання у ЗВО і включає систему полікультурних знань, умінь, навичок, інтересів, потреб, мотивів, цінностей, полікультурних якостей, досвіду, соціальних норм і правил поведінки, необхідних для повсякденного життя та діяльності в полікультурному суспільстві, що реалізується в здатності вирішувати завдання професійної діяльності в ході позитивної взаємодії з представниками різних культур (соціальних груп національностей, рас, релігійних конфесій) [43, с. 89].

У контексті нашого дослідження *полікультурну компетентність тлумачимо як цілісне, інтегративне, багаторівневе, особистісне утворення, що формується на основі толерантності, взаєморозуміння й рівноправності в умовах культурного різноманіття, передбачає наявність моральних ціннісних уявлень та виявляється у здатності вирішувати завдання конструктивної професійної взаємодії, виявляти упередження при спілкуванні з представниками різних культурних груп і зберігати власну культурну ідентичність в полікультурному середовищі.*

У дослідженні не можемо оминути поняття «комунікація». Спираючись на погляди науковців ([31, с. 138]; [42, с. 152]; [44, с.55]; [128, с. 248]; [184]; [303, с. 78–80]; [304, с. 40]; [296, с. 38]; [259, с. 3–6]), виокремили ключові погляди на комунікацію як *двосторонній процес під час безпосередньої взаємодії між людьми, як це відбувається, зокрема, в галузі туризму, під час роботи з клієнтами, партнерами, колегами та іншими стейкхолдерами, з урахуванням ставлення до інших поглядів та розвитком своїх власних міркувань, і як всеохоплюючий діахронічний процес, оскільки комунікація між*

представниками різних культур базується на комунікаційних ідеях певного суспільства; акцентували увагу на бар'єрах або перешкодах (фізичний, фізіологічний, психологічний, семантичний; неструктуровані думки, погана інтерпретація, відсутність інформації щодо одержувача повідомлення, невідомий зміст повідомлення, ігнорування одержувача, відсутність підтвердження про розуміння повідомлення, тон голосу, культурні відмінності й ставлення одержувача повідомлення до комунікації), які заважають її ефективній реалізації та призводять до непорозумінь і неправильного тлумачення інформації одержувачем. Дані думки стали вагомими для нашого дослідження, оскільки з зазначених перешкод до комунікації деякі безпосередньо пов'язані з полікультурною комунікативною компетентністю і повинні бути враховані під час її формування з метою визначення ефективних стратегій їх усунення.

Комунікація бере свій початок у культурі, а також є носієм культури. Взаємозв'язок мови й культури, а також роль культурної обізнаності для комунікативної компетентності стали об'єктом багатьох досліджень, в яких вивчення мови часто розглядається як одночасне вивчення культури [193; 194; 225; 247; 254]. В. Гудикунст (*W. Gudykunst*) [224] стверджує, що розуміння комунікації в будь-якій культурі потребує інформації про загальну культуру (тобто про різноманітні виміри культурних відмінностей, на які спирається культура) та культурно-специфічної інформації (тобто про специфічні культурні конструкції, пов'язані з виміром культурних відмінностей). Отже, мова відіграє важливу роль в комунікації як засіб чи методологічний інструмент для розуміння інших культур.

Вивчення мови в контексті міжкультурного підходу через культурно-специфічне навчання мови було запроваджено М. Байрамом (*M. Byram*) [194, с. 73] ще наприкінці XX століття з усвідомленням того, що успішне міжкультурне професійне спілкування залежить не тільки від володіння мовою, яка використовується для цього спілкування (у більшості випадків англійською), але й від здатності комунікаторів уникати й запобігати культурним

розбіжностям і несумісності в комунікативному акті. На його думку, культурна несумісність має більш негативний вплив на професійну взаємодію, ніж деякі недоліки комунікаторів у володінні мовою міжнародного спілкування.

Окрім того, міжкультурний і комунікативний підходи є абсолютно сумісними в умовах підвищеного попиту на міжнародне й міжкультурне ділове спілкування. Для ефективного міжнародного професійного спілкування вивчаються й мова, й культура, оскільки спілкування, що формується за допомогою комунікативного підходу, може стати повноцінним тільки в тому випадку, якщо здобувачі вищої освіти оволодівають усіма культурними особливостями національності, мовою якої вони спілкуються, а це область відповідальності міжкультурного підходу [322, с. 7–8].

Варто зазначити, що часто зарубіжні науковці розглядають комунікативну компетентність у контексті вивчення іноземних мов [255; 196; 300], зазначаючи, що досягнення високого рівня володіння іноземною мовою полягає в умінні мислити як носій цієї мови, а таке мислення потребує розуміння культури. Необхідно відмітити точку зору Х. Брауна (*H. Brown*), який констатує, що неможливо розділити мову й культуру, не втративши значення або мови, або культури. Він зазначає, що опанування іноземною мовою, окрім іноземної мови професійного спрямування, також передбачає оволодіння іншою культурою [189, с. 189–190]. При чому вважаємо думку Х. Брауна (*H. Brown*) щодо відокремленої позиції культури при вивчення іноземної мови професійного спрямування слушною лише для певних спеціальностей, наприклад технічних, медичних, юридичних, проте вивчення іноземної мови професійного спрямування в галузі туризму тісно пов’язане з питаннями культури при вивченні ряду тем, таких як «Heritage», «Running a hotel», «Hotel branding», «Gastronomy», «Running a restaurant», «Excursions and how to organize them properly», «Managing events», «Cultural tourism», «Customer service» та ін., і передбачає занурення в професійне середовище засобами іноземної мови з урахуванням культурного розмаїття оточення.

Щодо сутності поняття **«міжкультурна комунікація»,** то науковці мають різні погляди, визначаючи його як «вивчення способів соціального структурування, соціальних припущень та використання мови, що впливають на взаємодію між представниками різних культур» [350, с. 9]; «ситуацію, коли люди з двох різних етнічних груп або культур намагаються спілкуватися, незважаючи на їхні відмінності» [177, с. 155]; «адекватне взаєморозуміння двох учасників комунікативного акту, котрі належать до різних культур» [256]; «особливий тип культури, який характеризується взаємодією національних культур, етнокультурною компетенцією особистостей, толерантністю, прагненням до міжнаціональної згоди у всіх сферах спілкування» [10]; «поєднання бажаних навичок і знань, що сприяють ефективному спілкуванню різних культурних груп і тих, хто працює на міжнародній арені» [350, с. 2]; «науку, яка вивчає особливості вербального й невербального спілкування людей, що належать до різних національних та лінгвокультурних спільнот», завданням якої є «формування міжкультурної компетентності, необхідних знань про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних та міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях» [85]. Міжкультурну комунікацію часто визначають як спілкування між людьми з двох різних національних культур, і, як зазначає В. Гудикунст (*W. Gudykunst*), багато вчених обмежують її особистим спілкуванням [223, с. 179]. Проте ситуація в професійному середовищі майбутнього фахівця галузі туризму ускладнюється тим, що реалії глобалізованого світу передбачають багатонаціональність груп, які застосовують різні види та форми спілкування, а отже характеризується міжкультурною комунікацією в умовах мультикультурності.

У дослідженнях більшості зарубіжних авторів [315; 238; 243] можна спостерігати різні позиції щодо розуміння **міжкультурної комунікативної компетентності** як такої, що є близькою до полікультурної комунікативної компетентності певною мірою. Проте доцільно зауважити, що зарубіжні дослідники в переважній більшості розглядають окремо полікультурну

компетентність і комунікативну компетентність, не досліджуючи їх в комплексі, за певним винятком [253]. Вони презентують міжкультурну комунікативну компетентність як: загальну внутрішню здатність індивіда керувати ключовими складними рисами міжкультурної комунікації, а саме: культурними відмінностями та відсутністю певних знань, міжгруповими позиціями та супутнім переживанням стресу [243]; не просто як уміння дивитися на світ очима інших людей, а як складне явище з безліччю компонентів [238].

У контексті цього дослідження важливий поділ міжкультурної компетентності та міжкультурної комунікативної компетентності. У своєму дослідженні ми дотримуємося поділу, запропонованого М. Байрамом (*M. Byram*) [193]: у першому випадку люди можуть взаємодіяти своєю рідною мовою з представниками інших країн і культур, використовуючи свої знання з міжкультурної комунікації, навички спілкування та встановлення контактів; у разі міжкультурної комунікативної компетентності взаємодія відбувається між представниками різних країн і культур іноземною мовою. Особистість, яка володіє міжкультурною комунікативною компетентністю, здатна виступати міжмовним і міжкультурним посередником. Саме тому при навчанні іноземної мови необхідно прагнути до формування міжкультурної комунікативної компетентності.

Що стосується **полікультурної комунікативної компетентності**, особливу увагу в межах вивчення нашого питання привертають роботи [135; 136; 132; 23], автори яких акцентують увагу на формуванні полікультурної комунікативної компетентності або комунікативної компетентності в контексті полікультурності. Цікавим є погляд О. Смирнової, яка визначає комунікативну компетентність студентської молоді в полікультурному освітньому просторі ЗВО як «динамічне інтегративне утворення, основою якого є володіння соціально-психологічними механізмами взаємовпливу і взаєморозуміння на особистісному, когнітивному та конативному рівнях, що базується на властивостях, які дозволяють здійснювати

продуктивні міжкультурні професійні контакти й забезпечують готовність до комунікативної діяльності та її організацію (адекватно ситуаціям спілкування стосовно мети, форми, змісту і рольових відносин на основі знань, умінь, особистісного досвіду і ціннісних переконань), а також професійну референтність» [136].

Водночас Т. Сєрих розглядає полікультурну комунікативну компетентність майбутніх фахівців, зокрема майбутніх учителів початкової школи, як «інтегральну соціально значущу особистісно-якісну характеристику особи, яка виявляється у здатності ефективно здійснювати міжкультурну комунікативну взаємодію в просторі полікультурного суспільства, успішно розв'язувати професійні завдання, враховуючи полікультурний склад суб'єктів професійної діяльності, на засадах толерантного ставлення, яке виникає на основі динамічної комбінації взаємопов'язаних полікультурних знань, умінь, практичних навичок, комунікативного досвіду, способів мислення, інтересів, потреб, мотивів, морально-етичних цінностей, соціальних норм та правил поведінки особистості майбутніх учителів початкової школи і є результатом навчання на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти» [132, с. 27]. Уважаємо тут доречним навести погляди Ю. Веклич, яка зазначає, що полікультурна комунікативна компетенція є «поняттям інтегративним і складається з цілого комплексу компетенцій (мовної, мовленнєвої, дискурсивної, соціокультурної, соціолінгвістичної, стратегічної)» [23].

Отже, *полікультурна комунікативна компетентність* дає можливість взаємодіяти та ефективно спілкуватися в ситуаціях, в яких задіяні представники різних культур, що вимагає реалізації принципу функціонування та співіснування в суспільстві різноманітних етнокультурних спільнот з притаманним їм усвідомленням власної ідентичності на основі рівноправності, толерантності та органічності зв'язку, що призведе до взаємозбагачення культур за умови прагнення народів до взаєморозуміння та взаємодії.

Спираючись на вищезазначене, доцільно зауважити, що полікультурна комунікативна компетентність фахівця як компонент будь-якої професійної

компетентності набуває конкретного змісту й отримує певну специфіку лише в контексті певної фахової спрямованості в залежності від конкретних завдань, які має виконувати майбутній фахівець у певному виді професійної діяльності, та виявляється в конкретних результатах цієї діяльності, які пов'язані з ефективністю вирішення поставлених задач й задоволеністю від отриманих результатів.

Для розуміння сутності полікультурної комунікативної компетентності майбутнього фахівця в галузі туризму, яку трактуємо як складову його професійної компетентності, зупинимо увагу на головних його обов'язках, серед яких уміння комунікувати в умовах культурного різноманіття займає провідну позицію, успіх реалізації яких обумовлений ступенем сформованості полікультурної комунікативної компетентності.

Доцільно зазначити, що спектр посад, які може обіймати фахівець з туризму, досить розгалужений, як і обов'язки, які виконують фахівці, перебуваючи на цих посадах. Згідно з Національним класифікатором професій України (ДК 003:2010), бакалавр з туризму може виконувати професійну роботу й займати ряд посад як управлінських, організаційних, так і посад фахівця в певних напрямах професійної діяльності, офісного службовця (подорожі), екскурсовода, інструктора оздоровчо-спортивного туризму (за видами туризму) та ін. [123].

Для визначення ключових компетентностей, необхідних для майбутніх фахівців у галузі туризму на цих посадах, необхідно визначити основні обов'язки, які вони повинні виконувати. Розглянемо обов'язки працівників у двох ключових суб'єктах туристичної діяльності, зокрема в компаніях-туроператорах та туристичних агентствах. Менеджери, які працюють в компаніях-туроператорах, займаються розробкою турів і маршрутів, екскурсійних програм та планів розважальних заходів, бронюванням місць у готелях, купівлею квитків на регулярні авіарейси й організацією чартерів, проведенням переговорів з приймаючою стороною, оформленням страхування й віз, формуванням пакетів турів, укладанням договорів з туристичними

агентствами, проведенням рекламних кампаній, вирішенням конфліктних ситуацій на користь клієнта. Завданнями менеджерів туристичних агентств є продаж готового турпродукту, залучення й утримання клієнтів, тому їх обов'язки включають прийом дзвінків, консультування клієнтів, дослідження ринку й підбір туру, враховуючи запити клієнта, взаємодію з менеджерами туроператорських компаній, оформлення договору з клієнтом, організаційний супровід клієнта під час подорожі в разі необхідності тощо [5, с. 43].

Крім того, як зазначає Л. Безкоровайна, в останні роки все більшої популярності набирають напрями супутньої туристичної діяльності, що забезпечують умови для організації та здійснення подорожей, наприклад анімаційна діяльність, створення програм регіонального розвитку туризму, розробка принципово нових туристичних продуктів та просування їх на вітчизняному та міжнародному ринках, що призводить до виникнення протиріччя, пов'язаного з багатовекторним характером туристичної діяльності [14, с. 45].

Аналізуючи класифікацію європейських навичок, компетентностей, кваліфікацій та професій ESCO (European Skills, Competences, Qualifications and Occupations) [344], зазначаємо, що вона включає ряд професій у галузі туризму та відповідних обов'язків, які відносяться до категорії «Менеджери», зокрема, менеджери готелів і ресторанів, керівники туристичного інформаційного центру, керівники туристичного агентства та ін. Менеджери готелів і ресторанів планують, організовують і керують роботою закладів, які надають послуги гостинності з проживання, харчування та ін. Керівники туристичного інформаційного центру відповідають за управління співробітниками та діяльністю центру, який надає інформацію та поради мандрівникам і відвідувачам про місцеві визначні пам'ятки, заходи, подорожі та проживання. Керівники туристичного агентства відповідають за управління співробітниками та діяльністю туристичного агентства, організовують, рекламують та продають туристичні пропозиції для окремих регіонів [217].

Досліджуючи питання професійних обов'язків фахівців у галузі туризму,

А. Казьмерчук наголошує, що менеджер туризму є фахівцем сфери туризму, який виконує всі необхідні процедури з метою забезпечення комфортних умов відпочинку клієнта, водночас «до посадових обов'язків майбутнього менеджера туризму належать: міжкультурні контакти з туристичними агенціями; маркетинг ринку послуг, в процесі якого фахівець знаходить вигідні за оплатою, термінами та якістю роботи фірми; взаємодія та партнерство з авіакомпаніями, страховими агентами, стороною, що приймає туристів» [61, с. 29], тобто взаємодія та необхідність здійснення міжкультурної комунікації є важливими компонентами професійної діяльності майбутнього фахівця в галузі туризму.

Дійсно, значущою особливістю професійної діяльності майбутніх фахівців у галузі туризму є багатовекторність їх комунікації та взаємодії з різними групами людей, зокрема, по-перше, з клієнтами, по-друге, на рівні професійного колективу, тобто з колегами, керівництвом та підлеглими, по-третє, з іншими стейкхолдерами в туристичній діяльності, які, на думку української дослідниці О. Дербак, включають державні органи влади, населення країни, області, міста, ділових партнерів (постачальників послуг, організації та заклади освіти та культури тощо), засоби масової інформації, громадські організації та ін. [47, с. 47].

Суб'єктами туризму (комуніканти і взаємовідносини між ними – другий структурний компонент комунікативної ситуації), на думку Л. Кривеги та О. Головашенко, є, з одного боку, соціальні суб'єкти, які подорожують країною або виїжджають за кордон, задовольняючи свої фізичні, духовні, інтелектуальні, оздоровчі тощо потреби, тобто туристи; з іншого – працівники підприємств, установ, організацій, які здійснюють та регулюють діяльність, спрямовану на задоволення цих потреб [79].

Погоджуємося з думкою вітчизняних дослідників щодо багатоаспектності професійної діяльності в туристичній галузі, яка виражається в широкій розгалуженості посад та відповідних обов'язків майбутніх фахівців у галузі туризму, як зазначено в Додатку В, і піднімає питання щодо

формування професійних компетентностей фахівців з урахуванням такої розгалуженості професійних завдань.

Таким чином, аналіз вітчизняної та зарубіжної нормативно-правової та наукової літератури дає змогу дійти висновку, що в нашому дослідженні ***майбутній фахівець у галузі туризму*** *– це здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти фахівця з туризму, який здобуває інтегральну, загальні та фахові компетентності в сфері туризму й рекреації, набуває відповідного досвіду їх застосування в практичних ситуаціях професійного характеру, пов'язаних з посадою менеджера / керівника, але не обмежених нею, які виникають в галузі туризму й рекреації, з урахуванням багатовекторності подальшої професійної діяльності*.

На підставі проведеного аналізу зазначаємо, що майбутні фахівці в галузі туризму повинні мати глибокі знання щодо різних шарів у моделі культури різних країн та національностей, зокрема бути експертами щодо культур стосовно їхніх артефактів та продуктів культури (символів), включаючи культурну спадщину різних країн, що відображається у різних пам'ятках архітектури, літератури, мистецтва, музики тощо, що є критично важливими для певних професій у цій галузі, зокрема екскурсовода, організатора подорожей та екскурсій. Водночас вони повинні мати необхідні знання щодо цінностей, норм та ритуалів різних культур, оскільки ці відмінності мають вплив на особливості ведення бізнесу, ділового етикету, стилі управління, командну роботу, ставлення до часових рамок, співробітництва, проведення переговорів тощо, та відповідні навички для застосування цих знань під час комунікації зі стейкхолдерами, які є представниками різних культур, оскільки майбутні фахівці в галузі туризму можуть обіймати різні управлінські й організаційні посади в цій сфері на міжнародному рівні.

З іншого боку, майбутні фахівці в галузі туризму повинні мати змогу використовувати ці знання в поєднанні з лінгвістичною, соціолінгвістичною й дискурсивною компетентностями для створення значущого й належного спілкування, повідомлення якого буде легко зрозумілим іншим [255].

Ураховуючи вищезазначені положення, доцільною є презентація авторського визначення поняття «полікультурна комунікативна компетентність майбутнього фахівця в галузі туризму». Отже, на наш погляд, *полікультурна комунікативна компетентність майбутнього фахівця в галузі туризму – це інтегративне соціально значуще утворення особистості, яке забезпечує якісне виконання багатовекторних професійних обов'язків через взаємодію, взаємовплив та спілкування з представниками різних культур з самоідентифікацією особистості в суспільстві в умовах мультикультурності та її інтеграцією в полікультурний світовий простір зі збереженням взаємозв'язку з рідною культурою на засадах рівноправності, толерантності, визнання багатства культурної спадщини, культурного розмаїття та певних моральних ціннісних орієнтацій і ставлень*.

Отже, розглянуті дві групи теоретико-методичних основ формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму створюють підґрунтя для здійснення компонентно-структурного аналізу феномена «полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму», якому присвячено наступний підрозділ. Третя й четверта групи теоретико-методичних основ стосуються наукових пошуків вітчизняних і зарубіжних дослідників щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму під час фахової підготовки й застосування методів навчання для оптимізації процесу формування досліджуваної компетентності в умовах змішаного навчання й розглядаються в підрозділі 1.3, присвяченому цим питанням.

1.2. Компонентно-структурний аналіз феномена «полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму»

Вирішення завдань формування полікультурної комунікативної компетентності майбутнього фахівця в галузі туризму неможливе без дослідження її структури.

Вважаємо за необхідне звернутися до поглядів зарубіжних науковців щодо структури полікультурної (міжкультурної) комунікативної компетентності, які визначаються значним розмаїттям. До складників зазначеного феномена вони відносять: навички (здібності для демонстрації поведінки, необхідної для ефективного та належного спілкування), мотивацію (бажання ефективно та належним чином спілкуватися з іншими), знання (усвідомлення чи розуміння того, що потрібно зробити, щоб ефективно та належним чином спілкуватися), емоційні фактори та фактори навколишнього середовища [315]; самопізнання / усвідомлення, досвід і знання про певну культуру, позитивні зміни або дії для успішної взаємодії з іншою культурою [346]; когнітивний, емоційний та поведінковий або діяльнісний виміри [243]; мотивацію, знання, комунікативні навички з розумінням контексту [238].

Водночас зарубіжний дослідник Х. Лі (*H. Li*) особливу увагу приділяє таким ключовим компонентам полікультурної комунікативної компетентності, як знання іноземної мови, зокрема англійської, критичне мислення та співробітництво, акцентуючи на важливості врахування культурного різноманіття на заняттях для підсилення розуміння впливу культури на комунікацію та освітній процес [253].

Аналіз наведених підходів показує, що разом з уміннями й навичками (діяльнісна складова), необхідними для успішної інтеграції в полікультурне середовище й вирішення при цьому комунікативних проблем, зарубіжні дослідники включають в структуру досліджуваної компетентності компоненти когнітивного характеру (знання), мотивацію, контекст, емоційні фактори, а також соціально-психологічні характеристики особистості.

Зупинимо свій погляд на підходах науковців до розуміння структури полікультурної комунікативної компетентності, звертаючи увагу на те, що окремі дослідники розглядають полікультурну компетентність в контексті комунікативних процесів у багатокультурному середовищі, а отже, їхні думки можуть певною мірою стосуватися й полікультурної комунікативної компетентності.

Аналіз наукових розвідок показав, що дослідженню сутності й структури полікультурної компетентності майбутніх фахівців присвячено праці О. Зеленської, О. Кондратьєвої, Т. Сєрих, І. Соколової, О. Івашко, Р. Кравця, В. Хребтової та ін. [55; 71; 132; 139; 78; 157].

Так, дослідники мають різні погляди на структуру досліджуваної компетентності, виокремлюючи такі компоненти: мотиваційно-ціннісний, когнітивний, комунікативно-діяльнісний, рефлексивний (Т. Сєрих) [131], теоретичні знання; уміння та навички; риси, якості особистості, досвід та поведінка; мотиви, цінності, ідеали; готовність і здатність до діяльності в полікультурному середовищі (І. Соколова та О. Івашко [139]; В. Хребтова [157]); когнітивний, який передбачає психічні процеси пізнання зовнішнього середовища, самопізнання внутрішнього світу; комунікативно-діяльнісний, змістом якого є конкретні відкриті дії стосовно партнерів полікультурної взаємодії, а саме: здатність до взаємодії з представниками інших культур, здатність до підтримки спілкування, отримання, переробка та передача іншомовної інформації, вміння ефективно працювати в полікультурній групі; емоційно-аксіологічний, який складає вольову сферу особистості (міра конфліктності, особистісна емоційність, чуткість, задоволеність від міжкультурної комунікації) (О. Зеленська) [55]; когнітивно-гносеологічний, мотиваційно-ціннісний, особистісний та операційно-дійовий (Р. Кравець [78]); семантико-когнітивний, мотиваційний, комунікативно-діяльнісний, ціннісно-рефлексивний (О. Кондратьєва [71]); знаннєво-інформаційний, комунікативний, мовленнєвий та етико-мотиваційний (Л. Мелько [104, с. 287]); когнітивний, аксіологічний, креативний практичний (І. Кушнір [82]); когнітивний, мотиваційно-ціннісний, діяльнісно-поведінковий (І. Гончарова [43]).

Вважаємо також доречним навести погляди Ю. Веклич, яка зазначає, що полікультурна комунікативна компетенція є «поняттям інтегративним і складається з цілого комплексу компетенцій (мовної, мовленнєвої, дискурсивної, соціокультурної, соціолінгвістичної, стратегічної)». На її думку, для досягнення ефективної комунікації з носіями мови, які є представниками

інших культур, необхідно мати сформований весь комплекс зазначених компетенцій, при чому ключовими доцільно вважати мовленнєві вміння, формування яких неможливе без оволодіння мовним матеріалом і нерозривно пов’язане із соціокультурними та соціолінгвістичними знаннями [23].

Для аналізу поглядів щодо структури полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в закладах вищої освіти було проведено анонімне опитування професорсько-викладацького складу, який забезпечує реалізацію освітніх компонентів за освітньо-професійною програмою «Туризм» (див. додаток Г). За результатами цього опитування при формуванні полікультурної комунікативної компетентності ключовою в категорії «Знання» зазначають необхідність навчати стратегіям спілкування в полікультурному оточенні (100% респондентів). При цьому за цією категорією викладачі надають високу пріоритетність необхідності розглядати цільові культури з акцентом на подібності й відмінності між ними й своєю культурою, знаходячи спільні аспекти й можливі причини непорозумінь і конфліктів, важливості отримувати знання щодо студентських помилок, пов’язаних зі спілкуванням у полікультурному середовищі, для інтеграції відповідного досвіду в освітній процес, й важливості ознайомлення студентів з культурним різноманіттям і багатою культурною спадщиною різних країн (83,3% респондентів). Водночас за категорією «Ставлення» найбільш важливою респонденти зазначили необхідність формувати інтерес і повагу до людей з різним культурним походженням (83,3%), а розвиток критичного мислення щодо культурних відмінностей і формування поведінки без упереджень і зверхнього ставлення до представників інших культур є критично важливими на думку 66,7% опитаних викладачів. До необхідних навичок більшість респондентів (83,3%) включають уміння визначати культурні особливості людини, яка належить до іншої культури, під час професійного спілкування в галузі туризму, проте уміння здобувачів вищої освіти досягати успішної вербальної й невербальної комунікації з людьми, культура яких відрізняється від їхньої під час професійного спілкування в галузі туризму, й уміння

працювати в мультикультурній команді як у якості члена команди, так і лідера, знаходити спільну мову, йти на компроміс, передбачувати й уникати конфліктні ситуації, пов'язані з культурними відмінностями, вважають критично важливими дві третини опитаних викладачів. Цікавими також виявилися погляди викладачів за категорією «Обізнаність та усвідомлення», оскільки лише третина респондентів абсолютно погоджуються з важливістю розвитку саморефлексії студентів під час формування полікультурної комунікативної компетентності, надаючи більшої ваги ознайомленню студентів з природою культурних стереотипів, їхнім негативним впливом і способами уникнення упереджень, а також необхідності вчити студентів долати прогалини професійного спілкування в умовах полікультурного середовища в галузі туризму (66,7%).

Отже, ґрунтуючись на результатах аналізу вищезазначених наукових джерел й опитування професорсько-викладацького складу, який забезпечує реалізацію освітніх компонент за освітньо-професійною програмою «Туризм», виокремлюємо такі компоненти структури полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму: мотиваційно-ціннісний, соціально-когнітивний, комунікативно-діяльнісний, особистісний, критерії для кожного компонента (мотиваційно-спрямувальний, когнітивний, діяльнісний, особистісний) та показники таких критеріїв.

Відзначимо, що термін «критерій» (від грец. *kriterion* – засіб судження) визначається як: мірило для визначення, оцінка предмета, явища; ознака, взята за основу класифікації [11, с. 80]; стандарт, завдяки якого можуть прийматися рішення, здійснюватися оцінювання або класифікація; рівень досягнень, який визначається метою, за ступенем наближення до якої оцінюється прогрес [21, с. 134]. Щодо терміну «показник», то його тлумачать як: свідчення, доказ, ознаку чого-небудь; наочні дані про результати якоїсь роботи, якогось процесу; дані про досягнення чого-небудь [53, с. 456]; доказ, ознака, свідчення чогось; наочні дані про результати конкретного процесу чи роботи; відомості про певні досягнення [113, с. 674]. Отже, показник є компонентом критерію, що надає

кількісні дані про стан сформованості певного явища чи процесу, що дозволяє оцінити його якість. Вагомим є те, що критерій знаходить відображення в певній сукупності основних показників, які розкривають рівень якого-небудь явища [84, с. 212].

На підставі проведеного аналізу пропонуємо авторську структуру полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму й виокремлюємо такі компоненти: мотиваційно-ціннісний, соціально-когнітивний, комунікативно-діяльнісний, особистісний (рис. 1.2).

Зважаючи на вищезазначене, зупинимося на структурному аналізі феномена **«полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму».**



Рис. 1.2. Структура полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму

Мотиваційно-ціннісний компонент. Усвідомлюємо, що успіх формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму обумовлений чітким розумінням їх цілей, мотивів, ціннісних настанов до майбутньої професійної діяльності, потреби у формуванні полікультурної комунікативної компетентності.

Загалом мотивація є сукупністю спонукальних факторів, які визначають активність особистості; до них відносяться мотиви, потреби, стимули, ситуативні фактори, які детермінують поведінку людини [54]. При цьому різні мотиви обумовлюють різну активність студентів у навчально-професійній діяльності.

Одним із різновидів *мотивації діяльності* є мотив досягнення (ключовий у процесі формування мотивації досягнення). Сутність зазначеного поняття О. Артюшенко, Д. Нечипоренко визначають як наполегливе прагнення, спонукання людини до активності, пов'язане з намаганням досягти успіху (або уникнути невдачі) в діяльності та який напряму залежить від рівня домагань особистості [8]. Саме він показує, наскільки людина прагне до підвищення рівня своїх можливостей [124]. Психологи визначили, що студенти зі спрямованістю на досягнення успіху в навчальній та майбутній професійній діяльності впевнені в собі та в успіху своєї справи, мають велику стійкість у подоланні труднощів. Мотивація досягнення визначається через аналіз двох мотивів: до досягнення успіху (спонукає до виконання дій, що забезпечують досягнення успіху) та до уникнення невдач (уникання тих дій, що можуть привести до невдачі).

При чому, незалежно від того, чи є мотивація досягнення зовнішньою або внутрішньою, її сутність визначається потребою індивіда досягти успіху в певному виді діяльності, здійснювати саморозвиток й самовдосконалення

Стосовно нашого дослідження сформована у майбутніх фахівців у галузі туризму мотивація досягнення є основою підвищеної їх активності в оволодінні знаннями щодо багатства полікультурного світу; здійсненні конструктивної взаємодії з представниками інших культур, співробітництва з представниками

різних культур; прагненні позбутися негативних стереотипів у сприйнятті інших культур, визнаючи їх самобутність, унікальність та рівнозначність з їх історією, традиціями, звичаями, мовою.

Стрижнем процесу формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму є система *ціннісних орієнтацій*.

Ціннісні орієнтації Н. Антонова і О. Клименко розуміють як складний соціально-психологічний феномен структури особистості студента, що уособлює його ставлення до різних сфер матеріального й духовного світу, відображає рівень його розвитку, здійснює регуляцію діяльності та поведінки у повсякденному житті і дає проєкцію на ціннісні орієнтири майбутньої професійної діяльності [7; 64]. Ціннісні орієнтації – це елементи мотиваційної структури особистості, на підставі яких відбувається вибір тих чи інших соціальних установок як цілей або мотивів конкретної діяльності. Ціннісні орієнтації особистості формуються під впливом панівної в суспільстві системи цінностей, яка змінюється з розвитком історії. Як стверджують О. Пришляк та Г. Драпак, ціннісні орієнтації становлять собою інтегративні, вільно та відповідально обрані особистістю установки, що є ширшими й більш включними, ніж будь-які фіксовані або ж навіть базові соціальні установки, орієнтири й ідеали [286]. Усвідомлюємо, що в полікультурній освіті важливе місце посідають універсальні та особистісні цінності. Універсальні (загальнолюдські) цінності входять до складу національних, релігійних і культурних традицій; визначають групову належність особистості та формують громадський світогляд, тобто в різних народів можна знайти низку спільних рис, які, незалежно від дистанції та часу, їх об’єднують і допомагають встановити зв’язок як між соціумами, так і поколіннями. Щодо особистісних цінностей, то вони виходять за рамки групових ознак і формують індивідуальну культуру та унікальні погляди окремої людини на навколишній світ. Рівень культури особистості зумовлює те, які рішення індивід ухвалює в певних ситуаціях і як учиняє щодо інших людей [147].

Саме тому, виокремлюючи зазначений компонент, звернулися до досліджень представників позитивної психології щодо вимірювання «позитивних» рис характеру. К. Петерсон (*C. Peterson*) і М. Селігман (*M. Seligman*) [283] розробили перелік «здорових рис» особистості, які були відібрані як загальнолюдські цінності: *мудрість* дає уявлення про когнітивні можливості людини, які виявляються в її активному прагненні до здобування знань та їх застосуванні в житті (креативність, допитливість, відкритість досвіду, любов до навчання, відчуття перспективи); *сміливість* передбачає виявлення стійкості й життєвої енергії, необхідної для забезпечення активних зусиль людини, спрямованих на досягнення мети при виникненні труднощів і перешкод (хоробрість, наполегливість, цілісність, життєздатність та життєстійкість (vitality)); *гуманність* забезпечує здатність формувати й підтримувати доброзичливі соціальні зв'язки (любов, доброта, соціальний інтелект, готовність і вміння підтримувати доброзичливі стосунки з оточуючими); *справедливість* виявляється у громадянськості та сприянні суспільному благополуччю (громадянськість (citizenship), справедливе ставлення до оточуючих, лідерство); *поміркованість* – у стриманості, саморегуляції (обачливість (forgiveness and mercy); скромність, стриманість, саморегуляція); *трансцендентність* – у наявності уявлень про сенс життя й відчуття власного зв'язку з навколишнім світом (цінування красоти й видатних досягнень; вдячність, надія, гумор, духовність) [9].

Мотиваційно-ціннісний компонент подаємо мотиваційно-спрямувальним критерієм, який визначається такими *показниками*, як рівень мотивації досягнення (прагнення до успіху, саморозвитку, самовдосконалення), рівень комунікативного контролю, рівень потреби в спілкуванні, рівень особистісних цінностей (цінність *«гуманність»* (соціальний інтелект, доброзичливість), цінність *«справедливість»* (об'єктивність та справедливість, лідерство, громадянськість та кооперація).

Ураховуючи перелічені показники, визначено три *рівні* сформованості мотиваційно-ціннісного компонента полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

Високий. Студенти мають виражену потребу в саморозвитку, досягненні своїх цілей, прагнуть до успіху в професійній діяльності, вони спрямовані на співпрацю й спілкування, цінності гуманності, справедливості усвідомлюються студентом як найвищі загальнолюдські цінності, необхідні людині в сучасному полікультурному світі.

Достатній. У студентів сформована певна потреба в саморозвитку, досягненні своїх цілей, вони потребують спонукання до успіху в професійній діяльності, співпраці, спілкування; цінності гуманності, справедливості усвідомлюються студентом лише на теоретичному рівні, їх необхідність людині в сучасному полікультурному світі або ставиться під сумнів, або заперечується повністю.

Низький. Студенти мають епізодичні потреби в саморозвитку, досягненні своїх цілей, вони постійно потребують спонукання до успіху в професійній діяльності, співпраці, спілкування; цінності гуманності, справедливості не усвідомлюються студентом як найвищі загальнолюдські цінності, необхідні людині в сучасному полікультурному світі.

Соціально-когнітивний компонент подаємо когнітивним критерієм. Показниками даного критерію визначено: рівень прагнення до набуття знань та їх застосування в професійній діяльності, відкритості новому досвіду; повнота, міцність і характер засвоєння полікультурних комунікативних знань. Він включає сукупність знань, уявлень про моральні норми й правила міжособистісних взаємин на різних рівнях людської життєдіяльності, особливостей прояву культури спілкування, культури поведінки та мовлення, наявність етичних гуманістичних цінностей.

Обґрунтовуючи сукупність знань, які стануть основою соціально-когнітивного компонента, ми вивчали погляди як зарубіжних, так і українських дослідників.

Перш за все зазначимо, що сучасна теорія й практика полікультурної освіти акцентує на необхідності вирішення проблеми співвідношення етнокультурного й загальнокультурного компонентів у змісті професійної

підготовки майбутнього менеджера туризму, тому що «необдуманий зсув акценту в той або той бік може призвести до дисбалансу в професійній підготовці студентів і формуванні їхнього світогляду загалом» [46, с. 35]. І цю позицію дослідників М. Гункевича, І. Гончарової та ін. ми не можемо не ураховувати. «Майбутній менеджер туризму, стаючи активно діючою фігурою в полікультурному суспільстві, одночасно будучи носієм тієї або тієї етнокультури, не зможе повністю реалізувати себе як фахівець, якщо в професійній підготовці не будуть враховані реальні запити сучасного суспільства й особиста зацікавленість студента в результаті навчання» [43, с. 57–58]. Саме від полікультурної освіченості фахівця у сфері туризму, його уміння самостійно вишукувати, перетворювати наявні знання й знаходити нові способи вирішення проблем, що виникають, з урахуванням етнопсихологічних особливостей населення залежить практична реалізація збереження цілісності суспільства.

На думку науковців з Університету Канзасу [272], полікультурна компетентність включає знання про культурну самосвідомість (здатність розуміти свою етнічну ідентичність і те, як вона впливає на розвиток ідентичності), знання різноманітних етнічних груп та їхніх культур, соціальні / політичні / економічні / історичні рамки (усвідомлення того, як соціальні, політичні, економічні та історичні проблеми впливають на расові та етнічні відносини у світі), знання про зміну демографічних показників, наслідки різноманітності для кар'єри та професійного розвитку.

І. Кушнір до складу когнітивного компоненту включає такі знання: володіння певними знаннями про культуру, історію, звичаї, традиції не тільки рідного, але й іншого народів [82].

Так, нам імпонує погляд Т. Сєрих [131], яка в когнітивний компонент полікультурної комунікативної компетентності включає знання неповторності та самобутності різноманіття культур у світі; знання національно-культурних особливостей і реалій власної країни та країни, з представниками якої відбувається взаємодія; знання мовної системи, словникового складу

української та англійської мов та усвідомлення цінності цих знань для здійснення ефективної міжкультурної взаємодії в умовах полікультурного простору; знання основ теорії комунікації, правил культури спілкування; знання особливостей та закономірностей полікультурної комунікації, культурної толерантності та інтолерантності; знання, що сприятимуть покращенню умінь будувати міжособистісні стосунки в полікультурному оточенні з урахуванням культурної самобутності учасників комунікації з метою уникнення конфліктів.

На нашу думку, майбутні фахівці в галузі туризму зі сформованою полікультурною комунікативною компетентністю мають усвідомлювати існування культурного різноманіття світу, сучасні тенденції глобалізації, феномен культури, полікультурності, відносин між власною національною й іншими культурами, принципи, способи, прийоми міжкультурної взаємодії та запобігання конфліктів, зумовлених культурними відмінностями, що сприяє взаєморозумінню та створенню умов для самореалізації особистості; знати основи теорії комунікації, бар'єри та стратегії комунікації в умовах культурного різноманіття для уникнення конфліктів під час спілкування; знати й відчувати культурну самобутність як здатність розуміти свою національну ідентичність і її вплив на розвиток власної ідентичності; знати особливості та закономірності полікультурної комунікації на основі загальнокультурної та культурно-специфічної інформації для ефективної міжкультурної взаємодії з урахуванням багаторівневості системи культури, зокрема національного, регіонального й організаційного рівнів; мати глибокі знання щодо культурної спадщини багатьох національностей, різних шарів у моделі культури й фундаментальних культурологічних моделей; знати усталені правила, етично-моральні норми спілкування й форми поведінки власного соціуму; володіти українською та іноземними мовами з метою налагодження стосунків з представниками інших культур, знаходження «комунікативного консенсусу» в міжкультурній взаємодії.

Варто тут додати ще один акцент, що майбутні фахівці з туризму мають володіти цінністю – *мудрість*, яка є показником когнітивних можливостей людини, що виявляються в її активному *прагненні до набуття знань та їх застосування в професійній діяльності*, *допитливості, відкритості новому досвіду*.

З урахуванням визначених показників виокремлено три рівні сформованості соціально-когнітивного компонента полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

Високий рівень. Студенти демонструють прагнення до набуття полікультурних комунікативних знань та їх застосування у професійній діяльності, вони відкриті новому досвіду; мають глибокі та дієві знання, виявляють креативність у професійно спрямованій діяльності.

Достатній рівень. Студенти не завжди виявляють інтерес до збагачення полікультурних комунікативних знань та їх застосування в професійній діяльності, інколи характеризуються допитливістю, прагненням до набуття нового досвіду; відчувають певні труднощі під час здійснення професійно спрямованої діяльності.

Низький рівень. Студенти не виявляють інтересу до збагачення полікультурних комунікативних знань, які є епізодичними, та їх застосування в професійній діяльності, не зацікавлені в набутті нового досвіду; відчувають значні труднощі під час здійснення професійно спрямованої діяльності.

Комунікативно-діяльнісний компонент. Основу його становить сукупність полікультурних комунікативних умінь фахівця туристичної галузі. З'ясування переліку зазначених умінь зумовило потребу в аналізі наукових досліджень, присвячених вивченню структури полікультурної (міжкультурної) комунікативної компетентності, в яких презентуються думки провідних українських вчених.

Так, К. Юр'єва зміст полікультурної компетентності пов'язує з умінням діяти відповідно культурним особливостям суб'єктів діяльності, зберігаючи при цьому власну культурну ідентичність; знанням психологічних

особливостей сприйняття та поведінки особистості, обумовлених її культурною приналежністю; здатністю забезпечувати полікультурну спрямованість навчально-виховного процесу, прогнозувати, попереджувати та вмінням вирішувати міжкультурні конфлікти у колективі; визнання полікультурних особливостей професійного оточення й національно-релігійних, вікових та гендерних належностей та поважливе ставлення до них [169].

І. Забіяка, С. Лобанова [52, с. 123–124] акцентують на таких уміннях як складових міжкультурної комунікативної компетентності: адекватно сприймати та інтерпретувати різні культурні цінності; уміти сприймати різні культурні явища й представників інших культур з позицій емпатії; вміти змінювати своє оціночне ставлення щодо «чужої» культури відповідно до розширення досвіду міжкультурного спілкування; змінювати самооцінку в результаті осягнення «чужої» культури; набувати нові знання про «чужу» культуру з метою глибшого пізнання своєї національної культури; уміти аналізувати та систематизувати факти культурного життя; уміти синтезувати та узагальнювати свій власний досвід у міжкультурному діалозі.

Уважаємо за доцільне враховувати погляди С. Александрової щодо виокремлення умінь, які входять до складу міжкультурної компетентності студентів туристичних спеціальностей: будувати власне поводження відповідно до норм іншої культури в ситуаціях міжкультурного спілкування, сприймати психологічні, соціальні, культурні розходження; справлятися зі стресом, переборювати протиріччя й конфлікти в контактах, здійснювати міжкультурну комунікацію в стилі співробітництва, аналізувати свою й іншу культуру, переборювати стереотипи; обирати комунікативні засоби залежно від ситуації спілкування тощо [5].

І. Гончарова до діяльнісно-поведінкового компонента полікультурної компетентності менеджерів туризму включає вміння вирішувати міжкультурні проблеми, ефективно діяти в полікультурному середовищі, здійснювати активну взаємодію з представниками різних культур; уміння проводити усний обмін інформацією в процесі повсякденних і ділових контактів і з вітчизняними, і з іноземними партнерами з метою отримання інформації, необхідної для вирішення

певних завдань професійної діяльності; уміння застосовувати доцільні невербальні методи спілкування, здійснювати ефективне слухання; уміння протидіяти маніпуляціям, долати бар'єри спілкування, добирати й використовувати сучасні комунікативні технології та інтернет-технології в професійній та інших сферах комунікативної діяльності [43].

Становлять інтерес погляди Л. Грибової на сукупність комунікативних умінь фахівця туристичної галузі: уміння «читати» невербальні виразні рухи співрозмовника, за особливостями міміки розпізнавати його емоційний стан, мотиви поведінки й наміри; уміння рефлекторно й нерефлекторно слухати співрозмовника й дотримуватися його поглядів; за зовнішністю визначати тип особистості, особливості темпераменту й характеру, інтелектуальний і культурний рівень; обирати найбільш доцільний стиль спілкування; попереджати й розв'язувати міжособистісні конфлікти, обирати оптимальну стратегію поведінки в конфліктній ситуації; визначати оптимальну соціально-психологічну дистанцію в спілкуванні із співрозмовником, забезпечувати необхідний рівень персоналізованості й статусної регламентованості спілкування; впливати на співрозмовників, наполягати на своєму; знаходити емоційний контакт, налагоджувати взаємини взаємної довіри і симпатії, виявляти доброзичливість і тактовність у стосунках з людьми [45, с. 15].

Уважаємо за доцільне враховувати думки І. Гончарової, яка зазначає, що фахівець з туризму «постійно включений у процес спілкування, повинен уміти вислухати та зрозуміти, пояснити та довести, запитати та відповісти, переконати, створити атмосферу довіри в бесіді та ділового настрою в співбесіді, знайти індивідуальний підхід до клієнта, вирішити конфлікт, зняти напругу» [43, с. 87].

Підсумовуючи, зазначимо, що дослідники по-різному презентують уміння, які входять до складу полікультурної (міжкультурної) комунікативної компетентності фахівців, зокрема фахівців з туризму. Проте їхні доробки нами враховано під час виокремлення сукупності полікультурних комунікативних умінь, які зазначені в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Групи полікультурних комунікативних умінь майбутніх фахівців туристичної галузі, їх складові та критерії

Групи умінь	Критерії оцінки умінь
Мовленнєві	Використання багатства мови в професійній комунікативній діяльності відповідно до мети й ситуації спілкування
	Реалізація основних різновидів мовлення у професійній комунікації, обрання найбільш ефективної стратегії мовної поведінки з використанням відповідних вербальних, невербальних і паравербальних засобів спілкування
	Володіння технікою мовлення й добирання в усному й писемному професійному мовленні найдоцільніших формул мовленнєвого етикету для взаємодії в полікультурному середовищі
	Володіння культурою мовлення, яка передбачає змістовність, доречність, точність, логічність і послідовність, правильність і чистоту відповідно до норм української та іноземної (англійської) мов
Перцептивно-прогностичні	Розпізнавання прихованих мотивів і форм психологічного захисту суб'єктів професійної взаємодії в умовах мультикультурності
	Прогнозування розвитку й результатів комунікативної ситуації
	Розуміння причин виникнення емоційних станів людини, здійснення психологічного впливу під час комунікації на підставі адекватного сприйняття й розуміння своєрідності особистості з урахуванням особливостей культури й власної національної ідентичності
Інтерактивні	Підтримання зворотного зв'язку під час взаємодії, володіння увагою – внутрішньою, зовнішньою – відповідно до особливостей культур співрозмовників
	Здійснення самоконтролю, саморегуляції за будь-якої комунікативної ситуації
	Коригування чи гнучка зміна стратегії і планів комунікативної поведінки з урахуванням контекстів: вузького (професійно-комунікативного середовища) й широкого (культурних норм і умов)
	Попередження і врегулювання конфліктних ситуацій, які можуть виникнути через культурні розбіжності, під час професійної взаємодії

Закінчення табл. 1.5

Групи умінь	Критерії оцінки умінь
Соціокультурні	Створення зв'язків та побудова відносин з людьми в професійному оточенні на основі загальнокультурної та культурно-специфічної інформації з урахуванням багаторівневості системи культури
	Інтеграція власної професійної діяльності в полікультурне оточення з визначенням місця окремих соціокультурних елементів у культурному контексті
	Використання набутих культурологічних знань під час безпосереднього виконання професійних обов'язків
Організаційно-координаторські	Створення емоційно-комфортних умов для спільної професійної діяльності на основі позитивного ставлення до несхожості культур, поваги до культурного різноманіття, розуміння особливостей ділового спілкування й цінностей інших країн
	Встановлення контакту зі співрозмовником у полікультурному професійному середовищі, створення атмосфери довіри, відстоювання власної позиції без приниження гідності й без упереджень на основі толерантності
	Досягнення взаєморозуміння, злагодженості, координація спільних зусиль членів мультикультурної команди з метою підвищення її ефективності для досягнення спільної мети як в якості члена команди, так і лідера

Показниками сформованості кожного вміння обрано: рівень володіння уміннями, рівень їх застосування у різновидах професійної діяльності, зокрема під час здійснення комунікації в полікультурному професійному середовищі.

З урахуванням виокремлених показників визначено такі рівні сформованості комунікативно-діяльнісного компонента полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму:

Високий рівень. Студенти володіють полікультурними комунікативними уміннями, виявляють впевненість, реалізуючи їх у професійній практичній діяльності.

Достатній рівень. Студенти володіють полікультурними комунікативними уміннями, проте не завжди можуть виявити їх під час здійснення професійної діяльності.

Низький рівень. Студенти демонструють низький рівень сформованості полікультурних комунікативних умінь, тому спираються на наявний життєвий досвід, використання спроб і помилок.

Особистісний компонент. Досягти високого рівня полікультурної комунікативної компетентності неможливо без наявності в майбутнього фахівця відповідних особистісних якостей. Виокремлюючи даний компонент, спиралися на погляди науковців С. Александрової [5], В. Глазкової [40], І. Гончарової [43], Л. Подкоритової [284], М. Чикалової [161], В. Хребтової [157] та ін., які зосереджували увагу на особистісних якостях фахівців, зокрема фахівців у галузі туризму, які володіють полікультурною (міжкультурною) комунікативною компетентністю: комунікативність, упевненість в собі, наполегливість, толерантність, гнучкість у спілкуванні (системи «фахівець-клієнт», «фахівець-група/групи клієнтів»), високий рівень життєвих домагань, доброта, справедливість, щирість, взаємоповага, власна гідність, конгруентність, взаємодопомога та взаємовиручка, толерантність, емпатія, безконфліктність та інші.

Водночас науковці з Університету Канзасу [272] до особистих якостей, які є компонентом полікультурної компетентності, включають гнучкість, повагу та емпатію, а до навичок відносять міжкультурну комунікацію (навички вербальної та невербальної комунікації у взаємодії з тими, чия культура відрізняється), командну роботу (здатність працювати в культурно різноманітних групах для досягнення спільної мети), слухання, розв’язання конфліктів (здатність вирішувати культурні конфлікти, що виникають між окремими особами та групами), критичне мислення (здатність використовувати індуктивне та дедуктивне мислення для розуміння різноманітних точок зору), розвиток мови (здатність говорити та писати більше, ніж однією мовою) та розвиток лідерства (здатність забезпечити полікультурне лідерство).

Поділяючи погляди дослідників, акцентуємо увагу на здатності до рефлексії, толерантності, бар’єропревентивності. Обґрунтуємо власну позицію.

Здатність до рефлексії. На думку Л. Подкоритової [284], рефлексія є суб'єктивним засобом, що забезпечує процес самопізнання, результатом якого є збагачення «образу Я» та особистісне зростання суб'єкта, конструктивна активно-практична зміна способів діяльності та спілкування, побудова позитивного, творчого ставлення до життя в цілому. Дослідниця описує такі різновиди рефлексії: *ситуативну* (забезпечує безпосередній самоконтроль поведінки людини в актуальній ситуації, осмислення її елементів, аналіз того, що відбувається, здатність суб'єкта до співвідношення своїх дій із ситуацією та їх координації відповідно до умов, що змінюються, і власним станом), *ретроспективну* (виявляється в схильності до аналізу вже виконаної в минулому діяльності й подій, що відбулися) та *перспективну* (співвідноситься із функцією аналізу майбутньої діяльності, поведінки; плануванням як таким; прогнозуванням можливих фіналів та ін.).

На наш погляд, рефлексивна діяльність пронизує все розмаїття комунікацій фахівця з туризму. Рефлексія у процесі професійної діяльності – це усвідомлення кожним суб'єктом: розмаїття існуючих культур, культурних цінностей, явищ і формування оціночного ставлення щодо «чужої» культури з метою глибшого пізнання національної культури; себе, своїх особливостей й інших «з боку»; способів діяльності (аналіз, контроль, оцінювання власних дій, поведінки, її передбачення у різноманітних ситуаціях взаємодії фахового спрямування з представниками різних культур); проблем, що виникають, і шляхів їх подолання, емоційних перетворень, форм взаємодії та ін., що забезпечує прогнозування процесу взаємодії, передбачення його наслідків, труднощів, які трапляються в реальних ситуаціях і своєчасну корекцію, уникнення конфліктних ситуації за допомогою компромісів і конструктивного діалогу тощо.

Вагомою складовою особистісного компонента полікультурної комунікативної компетентності є ***толерантність,*** яка відображає терпимість до проявів його «інакшості», терпиме ставлення до інших людей, незалежно від їх етнічної, національної або культурної належності, а отже – сприйняття іншої людини як цінності, якій неможливо силою нав'язувати свої переконання, ідеї

тощо; «терпимість до неоднозначності (здатність справлятися без агресії із суперечливими ситуаціями)» [5]. Разом з цим толерантність означає розуміння відносності знань, переконань, ідей, їх беззаперечності, а це відкриває для фахівців можливість відкритого діалогу й шлях для особистісних трансформацій. Дана якість є вагомою через те, що робота фахівців туристичної галузі супроводжується постійними контактами між представниками різних культур у процесі обслуговування споживачів, на ділових переговорах, міжнародних презентаціях, конференціях, виставках тощо.

Наявність цієї якості показує, якою мірою працівник сприймає суб'єктивно небажані, а інколи й неприйнятні для нього індивідуальні особливості споживачів туристичних послуг; розуміє й сприймає культуру іншої країни (історію, мистецтво, традиції, економіку тощо), міжкультурні розходження, культурні цінності й установки щодо власної й інших культур, відносність цінностей; можливі бар'єри міжкультурної взаємодії, способи їх запобігання та подолання тощо.

На наш погляд, толерантність можна розглядати як здатність бачити в іншій людині саме іншу – носія іншої культури, інших цінностей, інших норм поведінки, усвідомлення її права бути іншою; безумовно, позитивне ставлення до такої несхожості, уміння бачити іншу людину «зсередини»; здатність поглянути на світ одночасно з власного погляду та позиції іншої людини.

Під час здійснення професійної діяльності фахівцям туристичної галузі доводиться зіштовхуватися з різноманітними бар'єрами взаємодії. Спираючись на погляди І. Глазкової [40], С. Кожушко [68], ми виокремили як складову особистісного компонента ***бар'єропревентивність*** – якість, що дозволяє фахівцю вчасно й ефективно запобігати бар'єрам полікультурної комунікації на підставі прагнення до компромісу, співробітництва, що підкріплюється витримкою й терпінням; виявлятися в нестандартних, оригінальних професійних діях, що зменшують напруження комунікативних ситуацій завдяки налагодженню співробітництва, віднаходження компромісних рішень, тим самим підвищуючи їх ефективність.

У дослідженні виокремлено три рівні сформованості особистісного компонента.

Високий рівень. Студенти завжди виявляють наявність рефлексії, толерантності, бар'єропревентивності.

Достатній рівень. Студенти інколи виявляють наявність рефлексії, толерантності, бар'єропревентивності.

Низький рівень. Студенти майже не виявляють рефлексії, толерантності, бар'єропревентивності.

На підставі виокремлених компонентів, критеріїв та показників було виділено три узагальнені рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму: низький, достатній, високий.

Низький рівень. Студенти мають епізодичні потреби в саморозвитку, досягненні своїх цілей, вони постійно потребують спонукання до успіху в професійній діяльності, співпраці, спілкуванні; цінності гуманності, справедливості не усвідомлюються студентом як найвищі загальнолюдські цінності, необхідні людині у сучасному полікультурному світі; вони не виявляють інтересу до збагачення полікультурних комунікативних знань, які є епізодичними, та їх застосування у професійній діяльності, не зацікавлені у набутті нового досвіду; відчувають значні труднощі під час здійнення професійно спрямованої діяльності. Студенти демонструють низький рівень сформованості полікультурних комунікативних умінь, тому спираються на наявний життєвий досвід, використання спроб і помилок; майже не виявляють рефлексії, толерантності, бар'єропревентивності.

Достатній рівень. У студентів сформована певна потреба в саморозвитку, досягненні своїх цілей, вони потребують спонукання до успіху в професійній діяльності, співпраці, спілкуванні; цінності гуманності, справедливості усвідомлюються студентом лише на теоретичному рівні, їх необхідність людині у сучасному полікультурному світі або ставиться під сумнів, або заперечується повністю; вони не завжди виявляють інтерес до збагачення полікультурних комунікативних знань та їх застосування у професійній діяльності, інколи

характеризуються допитливістю, прагненням до набуття нового досвіду; відчувають певні труднощі під час здійснення професійно спрямованої діяльності. Студенти володіють полікультурними комунікативними уміннями, проте не завжди можуть виявити їх під час здійснення професійної діяльності; інколи виявляють наявність рефлексії, толерантності, бар'єропревентивності.

Високий рівень. Студенти мають виражену потребу в саморозвитку, досягненні своїх цілей, прагнуть до успіху в професійній діяльності, вони спрямовані на співпрацю, спілкування; цінності гуманності, справедливості усвідомлюються студентом як найвищі загальнолюдські цінності, необхідні людині в сучасному полікультурному світі; вони демонструють прагнення до набуття полікультурних комунікативних знань та їх застосування у професійній діяльності, вони відкриті новому досвіду; мають глибокі та дієві знання, виявляють креативність у професійно спрямованій діяльності. Студенти володіють полікультурними комунікативними уміннями, виявляють впевненість, реалізуючи їх у професійній практичній діяльності; завжди виявляють наявність рефлексії, толерантності, бар'єропревентивності.

Окреслена структура полікультурної комунікативної компетентності забезпечить майбутніх фахівців у туристичній галузі здатністю ефективно взаємодіяти на різних рівнях полікультурного професійного середовища (фахівець – клієнт / група клієнтів, фахівець – фахівець / команда фахівців, фахівець – лідер / керівник, фахівець-лідер – фахівець / команда фахівців, фахівець – партнер / група партнерів тощо) через ефективну комунікацію іноземною мовою (англійською) в умовах мультикультурності, що відповідає вимогам сучасного міжнародного туристичного бізнесу.

Отже, презентований у даному параграфі компонентно-структурний аналіз полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму дозволив конкретизувати зміст досліджуваного феномена й більш чітко спрямувати дослідницьку діяльність щодо побудови моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

1.3. Наукові підходи до формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання

Аналіз змін характеристик факторів впливу навколишнього середовища, які включають культуру, інноваційні технології та методологію дослідження, дозволяє стверджувати, що під час переходу суспільства до нового інформаційного простору одним із найважливіших факторів є система професійної освіти, яка відрізняється рівнем інтерактивності та гуманізації [130]. Зовнішні фактори мають значний вплив на зміст та якість професійної підготовки майбутніх фахівців галузі туризму, оскільки освітня програма повинна відповідати вимогам сучасності та бути адаптованою у відповідь на зміни у зовнішньому середовищі та на запити стейкхолдерів для уникнення прогалин між фаховою підготовкою та реаліями галузі туризму за допомогою інтегративної складової, інноваційності та інформаційно-комунікативних технологій.

До ***третьої групи теоретичнико-методичних основ*** формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання відносимо напрями наукових пошуків щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в процесі професійної підготовки.

Враховуючи багатовекторність цього питання, вбачаємо за доцільне окреслити такі основні напрями його висвітлення через:

– наукові пошуки щодо особливостей професійної підготовки в зарубіжній вищій освіті відповідно до вимог сучасності в контексті формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму;

– аналіз наукових праць, які розкривають існуючий досвід професійної підготовки, зокрема, формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в вітчизняних ЗВО.

Щодо ***першого напряму дослідження в рамках третьої групи теоретико-методичних основ***, то з метою аналізу досвіду формування полікультурної комунікативної компетентності в підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму в педагогічній теорії та практиці розглянемо особливості професійної підготовки зазначених фахівців та її відповідності сучасним вимогам у **зарубіжних закладах освіти**. Вважаємо, що вивчення зазначеного досвіду дозволить винайти цікаві інструменти формування полікультурної комунікативної компетентності в підготовці вітчизняних фахівців у галузі туризму.

Питання оновлення змісту освітньо-професійної програми з туризму для інтеграції новітніх підходів, що формують необхідні компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму з урахуванням сучасних світових тенденцій досліджуються в наукових працях таких зарубіжних науковців, як П. Шелдон (*P. Sheldon)*, Д. Фесенмаєр (*D. Fesenmaier)*, К. Воебер (*K. Woeber)*, К. Купер (*C. Cooper)* та М. Антоніолі (*M. Antonioli*) [308, с. 61–68], А. Сервера-Таулет (*A. Cervera-Taulet*), М. Руїз-Моліна (*M. Ruiz-Molina*) [198], Л. Сіссон (*L. Sisson*), А. Адамс (*A. Adams*) [171; 313] та ін. Цілий ряд зарубіжних науковців в рамках проєкту «EQF Leonardo da Vinci» за підтримки the Directorate for Education and Culture of the European Commission провели ґрунтовне дослідження щодо професійної підготовки фахівців з туризму на різних рівнях рамки кваліфікацій в Австрії, Греції, Італії, Мальті, Словенії та Іспанії [325].

Так, важливе значення для дослідження мав аналіз досвіду професійної підготовки фахівців у галузі туризму в зарубіжних закладах вищої освіти, які є найкращими за світовими й національними рейтингами, зокрема, Світовим рейтингом університетів QS за предметами в категорії «Управління гостинністю та дозвіллям» [288], рейтингом «Complete University Guide» у категорії «Туризм, транспорт, подорожування та спадщина» серед університетів Великобританії [331], рейтингом міжнародної організації з глобальної освіти Kaplan International Pathways серед університетів США та Великобританії в категорії «Гостинність та туризм» [236] та ін.

Згідно зі Світовим рейтингом університетів QS за предметами [288], серед 10 найкращих університетів світу в категорії «Управління гостинністю та дозвіллям» в 2021 р. значилися 8 університетів з Європи (Таблиця 1.6), а з 20 найкращих університетів світу до цієї категорії потрапили 15 університетів з Європи (з них 10 зі Швейцарії).

Це дає змогу розглядати підготовку фахівців у галузі туризму в європейських закладах вищої освіти та Швейцарії зокрема як орієнтир для якісної професійної діяльності та дослідження відповідності освітніх програм з туризму провідних університетів Швейцарії сучасним вимогам до фахівців у галузі туризму (QS World University Rankings, 2021).

Таблиця 1.6

10 найкращих університетів світу за Світовим рейтингом університетів QS в категорії «Управління гостинністю та дозвіллям» 2021

Місце	Університет	Загальний бал
1	EHL (Ecole hôtelière de Lausanne), Lausanne, Швейцарія	99.4
2	University of Nevada, Las Vegas, Сполучені Штати Америки	89.1
3	Glion Institute of Higher Education, Glion-sur-Montreux, Швейцарія	83.8
4	Les Roches Global Hospitality Education, Crans-Montana, Швейцарія	83.6
4	SHMS (Swiss Hotel Management School), Leysin, Швейцарія	83.5
5	Hotel School The Hague, The Hague, Нідерланди	79.2
6	Hotel Institute Montreux, Montreux, Швейцарія	78.6
7	César Ritz Colleges Switzerland, Lucerne, Швейцарія	77.4
8	Culinary Arts Academy Switzerland, Le Bouveret, Швейцарія	71.7
9	The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, Гонконг	70.6

Аналізуючи особливості професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму та індустрії гостинності в Європі на прикладі закладів вищої

освіти в Швейцарії як еталону з професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму та гостинності (див. додаток Д), можна дійти висновку, що їхній успіх полягає в:

1. цілісності освітнього процесу з переходом від теоретичних концепцій до створення бізнес-проєктів та залучення практиків-науковців до викладання;

2. розвитку інноваційних, лідерських та підприємницьких навичок здобувачів вищої освіти;

3. всебічному вивченні процесів у галузі туризму та індустрії гостинності завдяки міжнародним стажуванням з підготовчого року навчання або першого курсу для уникнення розриву між теорією і практикою;

4. можливості навчання в закладах освіти щонайменше двох країн та отриманні міжнародного досвіду й досвіду міжкультурної комунікації (програми міжнародної мобільності й обміну);

5. акцентуванні уваги на міжнародному аспекті професійної діяльності, який реалізується через певні дисципліни, безпосередньо або опосередковано пов’язані з комунікацією та культурним розмаїттям, що дає змогу майбутнім фахівцям у галузі туризму мати конкурентні переваги на міжнародному ринку праці.

Проте, незважаючи на важливість формування полікультурної комунікативної компетентності, визнання її значущості, що зазначено в багатьох зарубіжних дослідженнях [171; 198; 313], можна констатувати, що освітні програми з туризму та індустрії гостинності у досліджених трьох найкращих університетах Швейцарії не мають окремих дисциплін для формування окресленої компетентності, за винятком César Ritz Colleges Switzerland, Lucerne, де вивчають дисципліну «Культурне розмаїття в організаціях». Доходимо висновку, що акцент зроблено на набутті необхідних комунікативних навичок в умовах культурного різноманіття на практиці за рахунок широкого доступу до отримання міжнародного досвіду в освітньому процесі майбутніми фахівцями в галузі туризму.

Повністю поділяємо висновок В. Федорченка про необхідність творчого використання зарубіжного й вітчизняного досвіду підготовки фахівців для сфери туризму, зокрема на рівні регіонів, з урахуванням їхніх соціально-економічних, етнонаціональних, природних та інших особливостей, необхідності обміну професійним досвідом, що допоможе вітчизняній системі підготовки фахівців увійти до міжнародної стандартизованої системи [155, с. 278]. Саме у розвинутих державах (Велика Британія, Франція, Швейцарія, США), зазначає дослідник, вона спрямовується на формування особистості, здатної працювати в полікультурному світовому туристському просторі [155, с. 331].

Другим напрямом наукового пошуку щодо третьої групи теоретико-методичних основ, який здійснено у цьому підрозділі, став аналіз досвіду українських закладів вищої освіти з підготовки фахівців туристичної галузі.

Що стосується професійної підготовки бакалаврів зі спеціальності 242 Туризм, в Україні в 2022 році 155 університетів пропонували опанування цією спеціальністю на денному відділенні на базі повної загальної середньої освіти [35]. За результатами щорічного академічного рейтингу українських закладів вищої освіти «Топ-200 Україна 2022» [25], який складає Центр міжнародних проєктів «Євроосвіта» в партнерстві з міжнародною групою експертів IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence на основі десяти показників оцінювання діяльності університетів, зокрема академічної, науково-видавничої та міжнародної діяльності, оцінки науково-дослідницьких досягнень через порівняння сайтів університетів та досягнення закладами 17 цілей сталого розвитку ООН з пріоритетністю євроінтеграційних процесів, можна зазначити, що з 20 найкращих закладів вищої освіти України в 14 відбувається професійна підготовка фахівців у галузі туризму, що є високим показником якості професійної підготовки за освітньо-професійною програмою «Туризм», як показано в таблиці 1.7.

Таблиця 1.7

Рейтингова таблиця найкращих ЗВО України, які пропонують професійну підготовку в галузі туризму та займають лідерські позиції в рейтингу «Топ-200 Україна 2022» [25]

Рейтинг 2022 ↓	Заклад вищої освіти	Офіційний сайт ЗВО	Сума індексів закладу
1	Київський національний університет імені Тараса Шевченка	http://www.univ.kiev.ua/	3,04
3	Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна	https://karazin.ua/	4,89
4	Національний університет «Львівська політехніка»	https://lpnu.ua/	6,07
5	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (ОП з туризму на грудень 2021 р. ще не акредитована, впроваджується з 2021-2022 н.р.)	https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/	7,19
6	Сумський державний університет	https://sumdu.edu.ua/uk/	8,05
7	Львівський національний університет імені Івана Франка	https://lnu.edu.ua/	8,51
8	Національний університет біоресурсів і природокористування України	https://nubip.edu.ua/	10,56
10	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара	https://www.dnu.dp.ua/	11,18
11	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича	http://www.chnu.edu.ua/	11,7
12	Ужгородський національний університет	https://www.uzhnu.edu.ua/	12,19
13	Одеський національний університет імені І.І. Мечникова	http://onu.edu.ua/uk/	12,54
14	Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»	https://www.nmu.org.ua/ua/	13,29
16	Національний авіаційний університет	https://nau.edu.ua/	13,94
17	Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника	https://pnu.edu.ua/	14,57

Аналіз освітніх програм з туризму провідних закладів вищої освіти, які увійшли до десятки найкращих ЗВО України в 2022 р. [25], щодо наявності обов'язкових та вибіркових компонентів, які безпосередньо пов'язані з формуванням полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, показав, що серед акредитованих освітніх програм зі спеціальності 242 Туризм немає безпосередньо таких компонентів, як окреслено в таблиці 1.8.

Таблиця 1.8

Аналіз обов'язкових та вибіркових компонентів ОП зі спеціальності 242 Туризм бакалаврського рівня провідних ЗВО України щодо формування полікультурної комунікативної компетентності

Заклад вищої освіти	Сторінка з ОП з туризму на офіційному сайті ЗВО	Обов'язкові компоненти, які безпосередньо пов'язані з формуванням полікультурної комунікативної компетентності	Вибіркові компоненти, які безпосередньо пов'язані з формуванням полікультурної комунікативної компетентності
Київський національний університет імені Тараса Шевченка	https://geo.knu.ua/osvitni-programy/opysy-osvitnih-program/robochi-programy-navchalnyh-dysczyplin-opp-turyzm-bakalavr-2020-r-d/	-	Міжнародні комунікації в туризмі
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна	http://start.karazin.ua/files/upload/2021/mev/Turizm_OP_2020_bakalavr.pdf	Комунікативний менеджмент	Соціальні комунікації в туризмі, Культурний туризм та креативні індустрії, Культурно-пізнавальний туризм

Закінчення табл. 1.8

Заклад вищої освіти	Сторінка з ОП з туризму на офіційному сайті ЗВО	Обов'язкові компоненти, які безпосередньо пов'язані з формуванням полікультурної комунікативної компетентності	Вибіркові компоненти, які безпосередньо пов'язані з формуванням полікультурної комунікативної компетентності
Національний університет «Львівська політехніка»	http://directory.lpnu.ua/majors/ISD/6.242.00.00/8/2022/ua/full	Історія державності та культури України	-
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»	https://drive.google.com/file/d/1OpLhBMPxYEB5Lzzmxk91mlhpoT0HC7lJ/view (ОП з туризму на грудень 2021 р. ще не акредитована, впроваджується з 2021-2022 н.р.)	Міжкультурні комунікації в туризмі	Культурна спадщина України, Комунікативний менеджмент
Сумський державний університет	https://op.sumdu.edu.ua/#/component/1985	Крос-культурні відносини, Комунікаційні технології в сфері туризму та гостинності	*Інформація відсутня на сайті*
Львівський національний університет імені Івана Франка	https://geography.lnu.edu.ua/academics/bachelor/tourism	Історія української культури	Історико-культурний туризм
Національний університет біоресурсів і природокористування України	https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u284/242_turizm_2.pdf	Історія української культури	Комунікативний менеджмент

Спорадично зустрічаються компоненти, під час вивчення яких майбутні фахівці в галузі туризму отримують окремо знання та навички щодо культури в контексті культурної спадщини чи виду туризму та/або комунікації, але не в комплексі. Винятком є ОП з туризму в Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут», в якій обов'язковим компонентом є «Міжкультурні комунікації в туризмі», проте ця освітня програма лише почала впроваджуватися в 2021-2022 н.р. і не була акредитованою на початок проведення нашого дослідження.

Спираючись на вищезазначене, доходимо висновку, що в досліджених українських закладах вищої освіти, як правило, освітні програми з туризму на бакалаврському рівні не мають окремих компонентів, спрямованих на формування полікультурної комунікативної компетентності, а вивчення певних компонентів щодо знань і навичок з полікультурної комунікації та культури не є достатнім чи уніфікованим в освітньому процесі в контексті окресленої компетентності.

Переважна когорта науковців (М. Галицька [36], І. Кодлюк [67], І. Кухта [81], І. Забіяка, С. Лобанова [52], Г. Черній [160], А. Чуфарлічева [162]) визначають значний потенціал іноземної мови у формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців туристичної галузі, зазначаючи, що саме під час її вивчення у студентів формуються уміння: розробляти ефективну стратегію комунікативної рольової поведінки в ситуаціях міжособистісного, міжкультурного і професійного спілкування; працювати в команді, чітко й обґрунтовано формулювати завдання перед колективом, навчати інших; знаходити компроміс в конфліктних ситуаціях, знімати міжкультурні комунікативні бар'єри; розрізняти мовні й культурні стереотипи, знати особливості вербальної й невербальної комунікації, проявляти толерантність до «чужої» культури; оволодівати основами ділової комунікації: спілкування по телефону, проведення виробничих нарад, ведення документації, складання звітів, особистої та ділової кореспонденції; розробляти структуру майбутніх переговорів з урахуванням особливостей ведення

переговорів в інших культурах; готувати й проводити презентації (самопрезентації) з урахуванням особливостей цільової аудиторії (в тому числі культурних). Знання іноземної мови стає провідним інструментом спілкування з іноземними партнерами, пізнання особливостей національного менталітету для успішної комунікації з діловим партнером [52]. М. Галицька зазначає, що іноземна мова для менеджера сфери туризму – це один із інструментів, який допомагає не тільки діяти, переконувати, приймати рішення, а й створювати сприятливу ділову атмосферу, розуміти культуру представника іншої країни та менталітет його народу [36, с. 4].

Як стверджує дослідник Д. Павесік (*D. Pavesic*) [280], незважаючи на збільшення кількості освітніх програм високого рівня, нинішні освітні системи не в змозі задовольнити потреби галузі в майбутньому без урахування прогалин, які існують зараз між знаннями та вміннями сьогоднішніх здобувачів вищої освіти та майбутнім попитом у туристичній індустрії. Цікавою для нас виявилася думка Л. Сакун [130], яка у своїх дослідженнях зазначає, що ефективна взаємодія персоналу, який безпосередньо працює з клієнтами туристичної галузі (front-line personnel), чемна поведінка й доброзичливі манери є суттєвими вміннями, які впливають на кінцеве сприйняття клієнтом якості запропонованих послуг. Тим самим відкривається широкий простір для виявлення недоліків у навчанні на цьому професійному рівні саме цих трьох аспектів, серед яких дослідниця зазначає наявні прогалини в міжособистісних комунікативних уміннях, знаннях в галузі полікультурності й у знаннях іноземних мов. Враховуючи той факт, що FLP – це саме ті працівники, які взаємодіють з клієнтами туристичної галузі, доцільно зазначити, що в цьому контексті формування умінь міжособистісної комунікації в умовах мультикультурності набуває ще більшого значення для майбутніх фахівців у галузі туризму.

Для визначення актуальності формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму нами було проведено анонімне опитування серед здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої

освіти, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Туризм». З цією метою нами було використано анкету для виявлення думок і поглядів цієї категорії респондентів щодо важливості формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, які подано в Додатку Г.

За результатами опитування, в якому 40 майбутніх фахівців у галузі туризму брали участь, було визначено, що переважна більшість з них визнає необхідність у майбутній професійній діяльності мати сформовану полікультурну комунікативну компетентність і вміти спілкуватися з представниками різних культур (92,5%), а також знати про культурну спадщину, що відображається у різних пам'ятках архітектури, літератури, мистецтва, музики тощо, різних країн, про цінності, норми й ритуали різних культур (82,5%). Водночас, більшість респондентів вважає, що комунікація та взаємодія з представниками різних культур відрізняється від комунікації та взаємодії з представниками тієї самої культури (72,5%), що ставлення до іншої культури та усвідомлення культурних подібностей і відмінностей впливають на хід комунікації з представниками різних культур (77,5%) і що потрібні як теоретичні знання про культурну спадщину, стереотипи щодо культур, особливості національних культур та їхнього впливу, так і практика для формування полікультурної комунікативної компетентності (77,5%). Тобто більшість опитаних майбутніх фахівців у галузі туризму відзначають важливість знань, умінь і навичок, необхідних для ефективної комунікації в полікультурному середовищі, а також значущість полікультурної комунікативної компетентності для спілкування з представниками різних культур.

Проте лише 27,5% респондентів вважають, що володіють в повній мірі необхідними знаннями та навичками для реалізації ефективної комунікації та взаємодії у полікультурному середовищі у сфері туризму, і 30% опитаних здобувачів зазначають, що мають досвід професійної комунікації у полікультурному середовищі. Водночас, за результатами цього опитування,

переважна більшість респондентів, а саме 89,7%, вважають, що здатність працювати в міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості культур, поваги до культурного різноманіття, розуміння особливостей ділового спілкування та цінностей інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем та їхнє вчасне вирішення чи уникнення в професійній практиці дозволить їм досягти кращих результатів у майбутній професійній комунікації та діяльності, а також 89,7% опитаних здобувачів хотіли б навчитися ефективно спілкуватися з представниками різних культур з урахуванням їхніх національних особливостей.

Ці дані, отримані в результаті опитування здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Туризм», свідчать про наявність значних прогалин у професійній підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму до їх подальшої комунікації та взаємодії у полікультурному середовищі, допомагають визначити вектор для подальших досліджень, а також доводить актуальність дослідження з формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму з метою подальшого впровадження наробок в освітній процес для підвищення якості професійної підготовки й конкурентоспроможності випускників у сфері професійної діяльності.

До ***четвертої групи теоретичнико-методичних основ*** формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання відносимо здобутки сучасних науковців і результати дисертаційних досліджень, в яких обґрунтовано методи навчання, що оптимізують процес формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, окреслюючи два основні напрями для висвітлення цього питання:

– аналіз наукових праць, які розкривають існуючий досвід і погляди науковців на зміст і методи формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму;

– аналіз поглядів вчених на сутність та особливості змішаного навчання, доцільність окремих методів навчання, реалізація яких забезпечує ефективне формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Щодо ***першого напряму дослідження в межах четвертої групи теоретико-методичних основ***, то покажемо результати аналізу наукових праць, які розкривають існуючий досвід і погляди науковців на зміст та методи формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

Перш за все зазначимо, що в зв'язку з розвитком міжнародного туризму останнім часом поширився інтерес вітчизняних науковців до різноманітних досліджень туристичної галузі, пошуку шляхів оновлення професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму.

Так, окремі аспекти питань професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму висвітлено в працях вітчизняних фахівців, а саме: теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в країнах-членах Всесвітньої туристської організації (Л. Кнодель [65]); професійна підготовка майбутніх фахівців з туризмознавства в європейських країнах (Л. Безкоровайна [13]); теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в розвинених країнах світу (Л. Сакун [130]); підготовка майбутніх бакалаврів з туризму до професійної взаємодії (О. Дербак [47]) та ін. Вагомим внеском у становлення української туризмологічної школи та вивчення й узагальнення теоретичних і методичних засад професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах є праці Л.В. Безкоровайної [13; 14].

Не можемо оминути наукові пошуки, дотичні до проблеми дослідження, а саме: теоретичні та методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців із спортивно-оздоровчого туризму у вищих навчальних закладах (А. Конох [72]); формування англомовної компетентності в діалогічному мовленні майбутніх фахівців з туризму в коледжах (І. Кодлюк [67]); формування професійної культури майбутніх менеджерів туризму в

позааудиторній діяльності закладу вищої освіти (А. Казьмерчук [61]); формування полікультурної компетентності у майбутніх менеджерів туризму у вищих навчальних закладах (І. Гончарова [43]) тощо.

Українські науковці А. Аніщенко та М. Зайцева акцентують увагу на багатопрофільному характері освіти в галузі туризму, оскільки вона спрямована на «підготовку кадрів різних спеціальностей і напрямків економічного, технічного, технологічного, управлінського, наукового й інших профілів» [5, с. 43]. Отже, адаптація освітньо-професійної програми в галузі туризму для відповідності очікуванням та потребам бізнесу є важливим фактором для задоволення потреб усіх стейкхолдерів.

Так, А. Конох у дослідженні з метою оновлення професійної підготовки майбутніх фахівців зі спортивно-оздоровчого туризму у вищих навчальних закладах доводить необхідність створення належних умов для формування свідомості й самосвідомості особистості в процесі професійного становлення, створення нормативного зразка професійної та особистісної поведінки випускника вищого навчального закладу на ринку праці або у сфері професійної діяльності з урахуванням власних якостей особистості й вимог, що ставляться до професійної діяльності фахівця найближчим зовнішнім середовищем; необхідність урахування історичних здобутків у створенні системної моделі професійної підготовки майбутніх фахівців; необхідність інтегративного підходу до формування змісту, форм і методів професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму [72]. Дані ідеї стали в нагоді під час розробки моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

І. Гончаровою доведено, що ефективність формування полікультурної компетентності майбутніх менеджерів з туризму в освітньому процесі закладів вищої освіти зумовлена теоретичним обґрунтуванням та впровадженням відповідних педагогічних умов, а саме: інтеграцією змісту культурологічної підготовки студентів під час вивчення фахових дисциплін; упровадженням в

освітній процес ЗВО інтерактивних методів та форм навчання на основі створення моделей полікультурної взаємодії; активізацією самостійної навчальної діяльності студентів шляхом організації та проведення зарубіжного стажування як ефективного засобу формування полікультурної компетентності та набуття досвіду полікультурної діяльності менеджерів з туризму [43].

І. Щоголєва [168] переконливо доводить, що формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів туризму буде більш ефективним за рахунок запровадження педагогічних умов: формування зацікавленості студентів до опанування комунікативними вміннями шляхом створення позитивної мотивації до майбутньої професійної діяльності; створення комунікативного середовища; використання в навчальному процесі активних й інтерактивних методів навчання шляхом упровадження проблемних лекцій, лекцій-дискусій, лекцій-діалогів, ділових ігор, «мозкового штурму», проблемних семінарів, аналізу типових та нетипових виробничих ситуацій.

Цікавим є погляд І. Кухти на педагогічні умови формування іншомовної комунікативної культури майбутніх фахівців туристичної сфери: організація оптимального комунікативного середовища в аудиторній та позааудиторній роботі; формування позитивної мотивації до оволодіння іншомовною комунікативною культурою; забезпечення професійної спрямованості змісту навчальної дисципліни «Іноземна мова»; використання новітніх інформайно-комунікаційних технологій [81].

Вважаємо тут доречним навести погляди О. Смирнової, яка стверджує, що для уникнення «стереотипного, агресивного та інтолерантного формування соціально-психологічної самосвідомості особистості студента щодо свого та іншого народу, слід впроваджувати діалогізацію та гуманізацію освіти. В центрі такого процесу знаходиться людина з її неповторністю та унікальністю внутрішнього світу, яка усвідомлює спільність витоків різноманітних етносів, народів, розуміє взаємозв’язок національних духовних культур, вміє мислити аналітично, а відмінність у зовнішності, поглядах, думках і стилі мислення людей сприймає як можливість збагатити свій власний світогляд» [135].

У контексті проведеного дослідження інтерес становлять наукові розвідки Р. Кравця, який стверджує, що формування полікультурної компетентності майбутніх фахівців буде успішним у разі: запровадження інтерактивних методів навчання для підвищення внутрішньої мотивації пізнавальної діяльності; організації освітнього полікультурного середовища як соціальної системи полісуб'єктного типу в ЗВО; раціонального поєднання аудиторної й самостійної роботи; застосування електронного навчально-методичного комплексу формування полікультурної компетентності майбутніх фахівців аграрної галузі [77, с. 15].

Г. Суткевич доходить висновку, що впровадження культурологічного підходу з опорою на комунікативну методику є найбільш ефективним у процесі формування полікультурної компетентності. Це дає змогу майбутнім фахівцям набувати комунікативних навичок через вивчення культури англомовних країн та власної культури, відчувати різницю культур, бути толерантним та отримувати досвід у міжкультурній комунікації [144].

Окрему увагу звернули на наробки О. Кондратьєвої, яка виклала основні положення, закладені в систему формування полікультурної компетентності майбутнього фахівця: опанування студентами теоретичного матеріалу стосовно культурних традицій інших народів світу під час аудиторної та позааудиторної діяльності; створення освітнього середовища в умовах вищого навчального закладу для формування полікультурної спрямованості особистості студента; цілеспрямованість та єдність стратегії підготовки в полікультурному контексті; практична значимість теоретичних положень для майбутньої професійної діяльності; опора на самоосвітню діяльність студента, його особистісні якості в умовах полікультурного соціуму; активне використання арсеналу програмного забезпечення, новітніх методів під час навчання для формування полікультурної компетентності особистості студента; створення ситуацій для формування навичок роботи в полікультурному соціумі [71, с. 90–91].

Засадничими ж для нашої наукової розвідки стали праці А. Коноха, І. Гончарової, Л. Кнодель, Р. Бресліна (*R. Breslin*), Т. Йошіда (*T. Yoshida*).

Так, інтерес становить доведена А. Конохом доцільність використання таких чотирьох груп методів навчання в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців у сфері туризму: організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності студентів, стимулювання навчальної діяльності студентів, контролю і самоконтролю навчання, формування суспільної поведінки [72, с. 144].

І. Гончарова для формування полікультурної компетентності майбутніх менеджерів з туризму довела ефективність інтерактивних методів навчання (метод проєктів, метод аналізу проблемних ситуацій (кейс-метод), дослідний метод, ігрові методики (ділові, імітаційні, рольові ігри), метод «мозкового штурму», метод «круглого столу») та інтерактивних форм навчання (творчі завдання, робота в малих групах, дискусія, інтерактивні лекції (лекція-бесіда, лекція-дискусія, лекція з розглядом конкретних ситуацій, лекція із заздалегідь запланованими помилками, лекція-прес-конференція, міні-лекція), евристична бесіда, позааудиторні форми навчання (перегляд та обговорення відеофільмів, екскурсія, відвідування виставок тощо) [43, с. 135–136].

Р. Бреслін (*R. Breslin*) і Т. Йошіда (*T. Yoshida*) [191] презентували тренінги міжкультурної комунікації, які є доцільними для формування полікультурної компетентності: тренінг самосвідомості, в якому індивід пізнає свої культурні основи; когнітивний тренінг, у якому учасники одержують інформацію про інші культури; тренінг атрибуції, що навчає учасників пояснювати причини ситуацій і дій з точки зору іншої культури; поведінковий тренінг, що має за мету навчання практичним навичкам, необхідним для діяльності в іншій культурі; ситуативний тренінг, що припускає відтворення й аналіз конкретних міжкультурних контактів, а також обговорення проблем, що виникають у результаті таких контактів.

Л. Кнодель зазначила, що у зв’язку з постійною інтернаціоналізацією бізнесу всім фахівцям сфери туризму необхідно мати більше практики в міжнародному просторі й мультикультурному полі та знання іноземних мов [65, с. 33]

Щодо ***другого напряму наукового пошуку в рамках четвертої групи теоретико-методичних основ,*** проведено аналіз поглядів вчених на сутність та особливості змішаного навчання, доцільність окремих методів навчання, реалізація яких забезпечує ефективне формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Перш за все зазначимо, що термін «змішане навчання» («blended learning») був уперше використаний ще в 1999 р. в прес-релізі американського центру інтерактивного навчання з пропозицією не лише онлайн-курсів, але й курсів з використанням методології змішаного навчання, що комбінували традиційний вміст курсу в інтернеті з отриманням офлайн (live) інструкцій та інші компоненти для спільної роботи з робочого столу студента [240]. Принагідно доцільно зазначити, що змішане навчання поступово набувало популярності на початку XXI століття в світі й було визнано «освітнім трендом і перспективою поширення знань у цифрову епоху» [105, с. 25]. Проте масове використання цього типу навчання в Україні як інструменту для провадження освітньої діяльності розпочалося в результаті пандемії COVID-19, а потім продовжилося під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну через безпекові ризики.

Науковці трактують термін «змішане навчання» по-різному, від досить широкого тлумачення як «продуманого поєднання очного (face-to-face) та онлайн навчання» [220, с.5], поєднання навчання з використанням двох історично окремих моделей викладання та навчання: традиційної очної системи навчання (face-to-face) та системи розподіленого навчання (distributed) з акцентуванням ключової ролі комп’ютерних технологій [222, с.5] до більш деталізованого розуміння як «цілеспрямованого процесу здобування знань, набуття умінь і навичок, засвоєння способів пізнавальної діяльності суб’єктом навчання та розвитку його творчих здібностей на основі комплексного і систематичного використання традиційних, інноваційних педагогічних технологій та інформаційно-комунікаційних технологій навчання за

принципами взаємного доповнення з метою підвищення якості освіти» [154, с. 304].

Проаналізувавши роботи різних авторів, В. Кухаренко, С. Березенська, К. Бугайчук та інші дослідники підкреслюють, що змішане навчання – це поєднання елементів традиційного навчання й онлайн-курсів; комбінація педагогічних теорій і технологій; методика навчання, яка поєднує в собі традиційні методи викладання в аудиторії з роботою на комп'ютері для навчальної діяльності; результат інтеграції онлайн-курсів з традиційним навчанням; поєднання різних технологій в єдиний інтегрований навчальний підхід; навчальна програма, що включає в себе комбінування очного та електронного навчання, різноманітні формати й медіа [148, с. 49-50].

Цікавою для нас виявилася думка дослідниць Н. Рашевської й Н. Кіяновської щодо підходу до визначення поняття «змішане навчання», оскільки вони розглядають його як «процес навчання, за якого традиційні технології навчання поєднуються з інноваційними технологіями дистанційного, електронного та мобільного навчання з метою створення гармонійного поєднання теоретичної та практичної складових процесу навчання» [292, с.14]. Таке тлумачення змішаного навчання є комплексним і відображає як суть поняття, так і мету його застосування в педагогічній практиці, тому погоджуємося з дослідницями й розглядатимемо змішане навчання з такої перспективи в нашому дослідженні.

Водночас питання пропорції традиційного очного й онлайн-навчання є неврегульованим: дослідники зазначають різне співвідношення традиційного й онлайн-навчання в змішаному форматі залежно від взаємодії його учасників і подання навчального контенту [153, с. 144]. У 2007 році фахівці Sloan Consortium деталізували ці дефініції. Вони визначають змішані курси та програми як такі, що мають від 30% до 79% змісту курсу, що викладається онлайн, акцентуючи увагу на викладанні значної частки контенту онлайн з використанням онлайн-обговорень та, як правило, очних зустрічей. Очне (face-to-face) навчання, на їхню думку, включає в себе ті курси, на яких викладається

від 0% до 29% змісту онлайн, при чому ця категорія включає як традиційні курси (0% онлайн навчання), так і курси, підсилені вебтехнологіями (1–29%). Відповідно третя категорія – онлайн-курси – визначаються як такі, що мають щонайменше 80% змісту курсу, що викладається в онлайн-форматі [174].

Тобто Sloan Consortium визначив змішані (гібридні) курси як результат інтегрування онлайн-курсів (30–79% навчального процесу) з традиційними аудиторними заходами, які проводяться згідно з плановим, педагогічно перевіреним технологічним підходом [274]. Таке точне окреслення меж щодо поєднання очного й онлайн-навчання для визначення змішаного навчання є досить аргументованим, проте складним для застосування в сучасних українських реаліях, оскільки різна безпекова ситуація в регіонах України й автономність закладів вищої освіти в прийнятті рішень щодо формату навчання в умовах воєнного стану не дає змоги чітко визначити цей відсоток, тому враховуємо цей показник як орієнтовне значення для нашого дослідження.

Доцільно зазначити, що змішане навчання може провадитися на чотирьох рівнях: навчальної діяльності, курсу / дисципліни, освітньої програми й закладу освіти, при чому деякі змішані підходи залучають здобувачів вищої освіти до різних, проте взаємодоповнюючих одночасних очних й онлайн-видів діяльності, тоді як інші підходи розділяють традиційну й онлайн-складові на різні часові блоки, які розташовані в хронологічному порядку, але не накладаються один на одного [222, с.13-16].

Спираючись на вищезазначене, в нашому дослідженні окреслюємо *змішане навчання як процес навчання, який відбувається з поєднанням традиційного (очного) й електронного (онлайн) навчання з активним застосуванням цифрових технологій з метою створення інтерактивного навчального середовища, що спрямоване на гармонійне поєднання теоретичної й практичної складових освітнього процесу.* Доцільно зазначити, що в залежності від особливостей організації освітнього процесу в окремих закладах вищої освіти в Україні застосовуються як розподіл традиційних й онлайн-складових з їх почерговим поєднанням (відповідно до графіку навчального

процесу в конкретному ЗВО), так і одночасне використання очних й онлайн-видів діяльності (при карантинних обмеженнях у певної групи здобувачів вищої освіти, при перебуванні учасників освітнього процесу за кордоном або в іншому місті України тощо).

Аналізуючи особливості змішаного навчання при підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму, доцільно окреслити його переваги, серед яких варто зазначити:

1. підвищений рівень гнучкості графіку навчання й доступності навчальних матеріалів у зручний час (при роботі в асинхронному режимі);

2. підсилена залученість здобувачів вищої освіти й інтерактивність освітнього процесу за рахунок використання онлайн-симуляцій, віртуальних турів, ігрових елементів навчання й інтерактивних завдань за допомогою цифрових технологій;

3. розвиток навичок цифрової грамотності при роботі з різними онлайн-інструментами й ресурсами, що є критично важливими для подальшої роботи в туристичній індустрії;

4. розвиток навичок самостійного навчання, дослідницьких навичок і навичок управління часом;

5. ознайомлення з галузевими онлайн-ресурсами й інструментами, які часто використовуються в туристичній індустрії, зокрема онлайн-платформами бронювання, системами управління об’єктами розміщення або програмним забезпеченням для планування подорожей, що надає здобувачам вищої освіти практичний досвід використання цього інструментарію, необхідного для подальшої професійної діяльності;

6. можливості для співпраці й спілкування за допомогою використання онлайн-форумів, дискусійних дощок, виконання спільних проєктів, що сприяє розвитку комунікативних навичок і навичок співпраці, необхідних для фахівців туристичної галузі для подальшої роботи в команді й ефективної комунікації з колегами та клієнтами.

Як зазначає Н. Микитенко, засобами досягнення навчальних цілей за методикою змішаного навчання є два типи навчальних платформ: зовнішні платформи, змістове наповнення яких індивідуально розробляє навчальний заклад з урахуванням мети навчання й аналізу потреб студентів (зокрема, ATutor, Claroline, Dokeos, LAMS, Moodle, OLAT, Open ACS, Sakai, Web Course Tools); внутрішні платформи, що відображають зміст уже розроблених навчальних курсів для певних дисциплін (наприклад, Macmillan English Campus, CALL – для вивчення іноземної мови), масові онлайн курси [107].

Цікавими для нашого дослідження виявилися рекомендації К. Осадчої [116, с. 350] для ефективного впровадження змішаного навчання, які є доцільними й при підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму, зокрема щодо необхідності чітко визначеної стратегії впровадження й реалізації змішаного навчання в закладі вищої освіти, вибору інформаційно-комунікаційних технологій для забезпечення змішаного навчання з застосуванням уніфікованого програмного забезпечення від провідних ІТ-корпорацій, розробки навчальних матеріалів високої якості з використанням інтерактивних елементів і різноманітних інструментів для контролю за результатами навчання, постійний перегляд й оновлення навчальних матеріалів з урахуванням зворотного зв’язку від здобувачів і технологічних новинок, чітко окреслених і повідомлених вимог до навчання й критеріїв оцінювання завдань, добре налаштованого спілкування між викладачами й здобувачами вищої освіти за допомогою визначених інформаційно-комунікаційних технологій, а також систематичного й прозорого моніторингу процесу навчання й прогресу кожного здобувача з регулярним інформуванням про їхні навчальні досягнення.

Водночас до ефективних педагогічних підходів і методів змішаного навчання, які сприяють співпраці здобувачів вищої освіти в процесі вирішення практичних завдань і розвитку ключових фахових компетентностей, науковці включають поєднання очного (face-to-face) й онлайн-навчання, партнерство членів групи, удосконалення навичок групової роботи, гетерогенне групування, комбіноване використання індивідуального оцінювання й оцінювання

одногрупників (peer assessment), моніторинг роботи здобувачів вищої освіти викладачем, практико-орієнтований підхід (task-oriented approach), можливість усіх учасників групи виконувати як роль лідера, так і члена команди, наявність конструктивного зворотного зв'язку [314].

Для ефективної реалізації змішаного навчання й вибору відповідної моделі (ротаційної (ротація за станціями, ротація за лабораторіями, перевернутий клас, індивідуальна ротація), гнучкої, самостійного змішування, віртуально збагаченої) [317] необхідно врахувати ряд проблемних питань при розробці систем змішаного навчання, зокрема: критичність ролі безпосередньої взаємодії на рівнях викладач-студент, студент-студент; усвідомленість вибору студента й можливого впливу на очікувані результати навчання на основі його рівня самоорганізації; підбір моделі забезпечення підтримки й навчання; пошук балансу між інноваціями й економічно вигідними рішеннями; культурна адаптація; уникнення розриву в цифрових технологіях і доступу до них [222, с.18-20].

Серед актуальних проблем, пов'язаних з реалізацією змішаного навчання в закладах вищої освіти в Україні й зокрема при фаховій підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму, вбачаємо значну залежність від технологічних засобів навчання й наявності надійного інтернет-з'єднання, що може стати проблемою, враховуючи енергетичні й технічні проблеми в результаті атак на об'єкти цивільної інфраструктури з боку РФ; нерівність доступу до технічних ресурсів в залежності від соціального забезпечення й місця проживання здобувачів вищої освіти, оскільки доступ до надійного інтернет-з'єднання є проблемним в деяких місцевостях України, особливо сільських, а також на прифронтових і тимчасово окупованих територіях, що може негативно вплинути на очікувані результати навчання; обмеженість чи недостатність розвитку певних практичних навичок, важливих для галузі туризму, зокрема обслуговування клієнтів, міжособистісного спілкування або організації заходів, які мають практикуватися в традиційному (очному) форматі для відповідності реаліям професійного середовища.

Спираючись на вищезазначене, доходимо висновку, що змішане навчання може бути цінним інструментом при підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму за умови ефективного впровадження при ретельному врахуванні потенційних переваг і недоліків під час створення програм, які максимізують навчальний досвід для майбутніх фахівців у галузі туризму. При цьому застосування змішаного навчання є доцільним, якщо використовуються інтерактивні методи, орієнтовані на майбутніх фахівців конкретних галузей фахової підготовки, які можуть бути настільки ж ефективними, як в традиційному (очному) навчанні, і водночас сприяють як процесу викладання й навчання, так і надають допомогу в поточному та підсумковому оцінюванні.

Наступною сучасною тенденцією, яка має бути врахована під час професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, є інтернаціоналізація вищої освіти, яка сприяє міжнародному, міжкультурному й глобальному вимірам навчання. Це підвищує якість освіти шляхом розширення міжнародного світогляду студентів і міжкультурних можливостей. Інтернаціоналізація вищої освіти визначається як «цілеспрямований процес інтеграції міжнародного, міжкультурного або глобального виміру в цілі, функції та методи вищої освіти з метою підвищення якості освіти й досліджень для всіх студентів і співробітників, а також для того, щоб зробити значущий внесок у суспільство» [206, с. 3]. Ключові причини інтернаціоналізації закладів вищої освіти включають соціальний, культурний, політичний, академічний та економічний характер [245]. Однак одним із поширених обґрунтувань інтернаціоналізації є підготовка «фахівців, готових до глобальних викликів», які набули міжкультурних компетенцій для вирішення питань, пов’язаних із глобальним розвитком та проблемами [207; 338]. Як зазначає науковець Д. Деардорф (*D. Deardorf*), ці компетентності включають особистісні якості, такі як повага, відкритість, цікавість, знання культури, а також навички спостереження, слухання, оцінювання й інтерпретації [208].

До основних переваг інтернаціоналізації вищої освіти зарубіжні науковці [206; 207; 208; 209; 245; 338] включають підвищення престижу закладу вищої освіти, розширення міжнародних зв'язків, підвищення якості навчання й викладання, посилення міжнародної обізнаності, більшу залученість до вирішення глобальних проблем, розвиток у здобувачів вищої освіти трансверсальних і прогностичних навичок, підвищення конкурентоспроможності випускників на ринку праці, глобальні дослідницькі можливості. Водночас для подолання перешкод, пов'язаних з інтернаціоналізацією з виїздом за кордон, зокрема, високих фінансових потреб, вимог високого рівня іншомовної компетентності чи особистих проблем, варто приділити достатньо уваги так званій інтернаціоналізації вдома (internationalisation at home). Вона передбачає цілеспрямовану інтеграцію міжнародного й міжкультурного вимірів в академічне, соціальне й інституційне життя університету, що не потребує від студентів чи викладачів поїздок за кордон, а також означає проактивний підхід до сприяння глобальній обізнаності, міжкультурному розумінню й міжкультурній компетентності серед усіх членів університетської спільноти. Серед найбільш ефективних шляхів реалізації інтернаціоналізації вищої освіти доцільно зазначити віртуальну мобільність (virtual mobility), віртуальний обмін (virtual exchange) і Collaborative Online International Learning (COIL) як модель віртуального обміну, які можуть сприяти формуванню полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

Варто зазначити, що терміни «віртуальна мобільність» і «віртуальний обмін» не є синонімічними, оскільки віртуальна мобільність передбачає використання студентами онлайн-інструментів і платформ для навчання на курсах інших закладів, не виходячи фізично з дому, зазвичай у зв'язку з провадженням дистанційного й електронного навчання, наприклад через проходження масових відкритих онлайн курсів (Massive Open Online Courses (MOOCs)). На відміну від віртуальної мобільності, віртуальний обмін базується на тому, що студенти беруть участь у структурованому онлайн-діалозі з іншими

студентами в рамках своїх звичайних курсів у своїх рідних навчальних закладах [276]. Віртуальний обмін визначається як «засновані на технологіях, керовані та здійснювані людьми освітні програми, що тривають протягом певного періоду часу. За допомогою широкого спектра технологій та педагогічних методів віртуальний обмін дозволяє кожному молодому поколінню отримати значущий, транснаціональний та міжкультурний досвід» [214, с.3].

Водночас Collaborative Online International Learning (COIL), освітній підхід з використанням інтернет-технологій, що застосовується як модель віртуального обміну, став популярним інструментом в університетах по всьому світу з метою посилення можливостей щодо інтернаціоналізації навчальних програм [298]. COIL – це програма, яка об’єднує акредитовані курси закладів вищої освіти з різних країн або культурних середовищ. Модель COIL не просто дозволяє студентам з різних країн навчатися разом в онлайн-класі, проте створює рівноправне середовище навчання, де викладачі з двох культур разом розробляють навчальну програму, роблячи акцент на спільному навчанні студентів. Навчання може відбуватися повністю онлайн або, частіше за все, пропонується в змішаному форматі, де традиційні очні заняття проводяться в обох навчальних закладах, а спільна робота студентів здійснюється онлайн. Такі курси не потребують високотехнологічного обладнання та ефективно працюють як портали для підвищення інтересу студентів до навчання за кордоном [203].

COIL може сприяти розвитку міжкультурної компетентності студентів у їхньому рідному закладі вищої освіти, а отже, може надати змогу всім студентам розвивати міжкультурні навички, на відміну від обмеженої кількості тих здобувачів вищої освіти, які можуть скористатися нагодою навчання чи стажування за кордоном. COIL підпадає під соціально-конструктивістський освітній підхід навчання в співпраці та наголошує на навчанні через соціальну взаємодію, яка є ключовим аспектом розвитку міжкультурної комунікативної компетентності [226].

Значущими для нашого дослідження стали висновки зарубіжних вчених С. Гакет (*S. Hackett*), Й. Янссен (*J. Janssen*), П. Беач (*P. Beach*), М. Перреаулт (*M. Perreault*), Й. Беелен (*J. Beelen*), Й. ван Тартвійк (*J. van Tartwijk*), які у своєму дослідженні щодо ефективності застосування COIL для розвитку міжкультурної компетентності з'ясували, що COIL допомагає здобувачам вищої освіти розвивати міжкультурну компетентність, значно підвищуючи рівень культурного інтелекту (Cultural Intelligence (CQ)), зокрема метакогнітивний, когнітивний, мотиваційний і поведінковий компоненти, проте не має суттєвого впливу на формування мультикультурної особистості, що включає такі якості, як культурна емпатія, гнучкість, соціальна ініціативність, відкритість й емоційна стабільність, через короткостроковість впливу при застосуванні COIL й більш довгострокову перспективу реалізації змін особистості [227].

Спираючись на вищезазначене, доходимо висновку, що участь у програмах віртуальної мобільності й віртуального обміну надає змогу майбутнім фахівцям у галузі туризму отримати реальний досвід комунікації з представниками інших культур без виїзду за кордон, сприяє підвищенню мотивації, створенню емоційних зв'язків і формуванню відповідних ціннісних орієнтирів (гуманність, справедливість, мудрість) для роботи в полікультурній команді, комплексу знань й умінь для підготовки й реалізації спільних проєктів в умовах культурного розмаїття, а також підсилює культурну обізнаність і має певний вплив на розвиток особистісних якостей, необхідних для ефективної взаємодії в полікультурному середовищі, зокрема здатності до рефлексії, толерантності, бар'єропревентивності.

Окремої уваги при формуванні полікультурної комунікативної компетентності в умовах змішаного навчання заслуговують можливості *цифрових технологій*. Цифровізація стає тенденцією ефективного глобального розвитку, що проявляється в глибокому проникненні цифрових технологій в усі сфери людської діяльності, допомагаючи розширювати інформаційний простір, створюючи нові інформаційні продукти й знижуючи витрати на інформацію.

Однією з характерних рис процесу цифровізації є радикальна трансформація, що призводить до реформування комунікаційних процесів у сфері обміну інформацією, комунікації, соціальної взаємодії, а також у сфері ділового спілкування та державного управління [249, с. 59].

При дослідженні ролі цифрових технологій у навчальному процесі розглядають два ключові погляди з метою розробки спільного стратегічного розуміння перспектив подальшої цифровізації освітнього процесу: по-перше, цифрові технології розглядаються як платформи, здатні повністю охопити весь навчальний процес і забезпечити його ефективність; по-друге, інформаційно-комунікаційні технології розглядаються як ресурс, який забезпечує (оптимізує, збагачує, покращує) трансформацію традиційного освітнього процесу без зміни його основ [341]. Таким чином цифровізація освітнього простору й застосування цифрових технологій у вищій освіті дозволяють розширити спектр технологічних засобів для використання при підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму в контексті формування полікультурної комунікативної компетентності, надаючи доступ до автентичних англомовних матеріалів, які сприяють інтенсивності й екстенсивності засвоєння знань і навичок у процесі навчання.

На етапі зародження *мобільного навчання* ще на початку XXI століття деякі вчені й освітні експерти активно обговорювали можливості використання мобільних пристроїв у навчальному процесі (Ц. Куінн (*C. Quinn*) [290]; М. Шарплес (*M. Sharples*) [307]; Й. Тракслер (*J. Traxler*) [334]; Л. Мотівалла (*L. Motiwalla*) [271]; В. Чен (*W.Chen*) [201]). З поширенням мобільних технологій і збільшенням їх функціональності в наукових дослідженнях в переважній більшості акцент було зміщено на теоретичне обґрунтування мобільного навчання (С. Кумар Басак (*S. Kumar Basak*) [248]; М. Бернацкі (*M. Bernacki*) [180]). Вчені та освітні експерти розпочали дослідження ефективності мобільного навчання порівняно з традиційними методами, вивчали його вплив на мотивацію учнів і студентів, а також розглядали питання використання спеціальних платформ і програм для організації навчального

процесу на мобільних пристроях (А. Кашоу (*A. Qashou*) [287]; М. Ал-Емран (*M. Al-Emran*) [172]; Й. Ромеро-Родрігуез (*J. Romero-Rodriguez*) [295]; А. Ал-Рагмі (*A. Al-Rahmi*) [175]; Н. Блинова, О. Кирилова [186; 250]).

У контексті нашого дослідження вагоме значення приділяємо застосуванню мобільного навчання в освітньому процесі на трьох рівнях: 1) ubiquitous learning environments (ULEs) (перетворення курсу на інтегровані відеолекції, текст, оцінку та соціальне навчання в застосунку за допомогою мобільної платформи), 2) collaborative learning (навчання у колективному середовищі через командно-індивідуальний алгоритм розвитку й проникнення), 3) foreign language learning (полісуб'єктний рівень опанування іноземною мовою, що наразі є ефективним і потужним дидактичним інструментом) [291]. Використання мобільних застосунків і в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, і під час вивчення іноземної мови, зокрема англійської, дозволяє підвищити ефективність навчання при комплексній взаємодії.

На сучасному етапі розвитку технологій одним з беззаперечних мотиваційних факторів для здобувачів вищої освіти в освітньому процесі є впровадження інновацій, пов'язаних із засобами *доповненої реальності (augmented reality (AR))) й віртуальної реальності (virtual reality (VR)).* Деякі питання проєктування, розробки й застосування освітнього програмного забезпечення на основі технологій AR та VR розглядаються в ряді наукових досліджень, зокрема: потенціал AR для трансформації освітнього процесу в смарт-навчання [244]; використання віртуальної реальності для навчання [251; 279; 339]; застосування технологій доповненої реальності для професійної підготовки [239; 266]; застосування віртуальної й/або доповненої реальності у викладанні іноземних мов у закладах вищої освіти [74; 187; 299; 320]; особливості використання віртуального середовища для підготовки фахівців у галузі інформаційних технологій [281; 305; 319]; об'єднані можливості технологій AR і VR з адаптивними системами навчання [278].

Головною особливістю віртуальної реальності є її подвійний характер: її використовують як для відтворення реальних середовищ, так і для створення вигаданих сценаріїв, що, в свою чергу, дозволяє комбінувати та рекомбінувати техніки для впровадження VR у навчанні й розвагах. Застосування VR вирішує проблему занурення в мовне середовище, психологічно готує студентів до використання наявних професійних навичок та знань і мотивує їх до подальшого навчання. Завдання на основі VR також чітко демонструють ситуативні моделі можливих життєвих обставин для спілкування іноземною мовою [320, с. 38–40]. Навчальні програми, створені за допомогою технологій AR та VR, мають високий потенціал стимулюючого впливу на процес навчання й операційні характеристики мислення здобувачів вищої освіти, креативність, формування специфічної пізнавальної мотивації та інтересу до навчання, створення позитивних, гармонійних психічних станів [278, с. 331]. Проте технології доповненої реальності залишаються більш поширеними й доступними порівняно з віртуальною реальністю, оскільки матеріальні витрати на технології віртуальної реальності роблять їх використання більш обмеженим [299]. Водночас «віртуальні технології допомагають індивідуалізації навчального процесу, відкривають широкий доступ до освітніх ресурсів, забезпечують гнучкість та керованість, а також сприяють комунікабельності учасників освітнього процесу» [74, с. 240], що є критично важливим при формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

Поділяємо думки М. Алізадех, яка виділяє низку переваг використання віртуальної реальності в освіті, а саме: 1) надання численних представлень реальності шляхом занурення студентів у віртуальні навчальні середовища; 2) відтворення природної складності реального світу шляхом залучення-занурення студентів до контенту; 3) акцент на конструюванні знань шляхом взаємодії для самостійного з’ясування фактів; 4) представлення завдань шляхом віртуального розміщення студентів у різних контекстах; 5) надання реальних, ситуативних навчальних середовищ, що дозволяють персоналізувати освіту для різних

стилів навчання, темпів та індивідуальних способів навчання; 6) стимулювання рефлексивного навчання шляхом звернення до зорових, слухових, тактильних та інших видів чуття; 7) забезпечення залежного від контексту та змісту конструювання знань шляхом надання контекстно-збагаченого контенту й ігрових завдань на вирішення проблем [173].

Обґрунтуємо *доцільність застосування інтерактивних методів навчання*, обраних для вирішення поставлених завдань в експериментальному дослідженні при формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Діалогічно-дискусійні методи навчання. Зазначимо, що в рамках нашого дослідження діалогічно-дискусійні технології є одним з ефективних засобів формування полікультурної комунікативної компетентності, оскільки вони дають змогу забезпечувати можливості конструктивного діалогу, дискусії на основі принципів суб'єкт-суб'єктних відносин за всіма напрямками взаємодії, встановленні рівноправності, колегіальності та домовленості в спільній проектній діяльності. Як зазначає Н. Волкова, значними результатами реалізації цих технологій мають стати забезпечення толерантності в проявах комунікативної поведінки під час реалізації й обговорення професійно спрямованих ситуацій, розширення спектру застосування різноманітних вербальних і невербальних засобів комунікації в їх оптимальному поєднанні для цілеспрямованого створення позитивного емоційного фону та передачі настрою, відтінків відносин, а також узгодженість комунікативних дій із ситуативним контекстом спілкування [28, с. 59].

Важливу роль при формуванні полікультурної комунікативної компетентності також відіграє **дискусія**, оскільки під час дискусії учасники навчаються сперечатися, доводити, аргументувати, відстоювати свої погляди, адекватно оцінювати себе, поважати думки інших, що є критично важливим саме для цієї компетентності, оскільки дає змогу забезпечити рівноправну, зацікавлену й активну участь майбутніх фахівців при обговоренні теоретичних положень, можливих рішень проблеми, їх правильності та обґрунтованості. Не

можемо не погодитися з Н. Науменко в тому, що «активне, зацікавлене, емоційне обговорення веде до осмисленого засвоєння нових знань, може змусити особистість замислитися, змінити або переглянути власні установки, сприяє розвитку професійних та особистісних якостей майбутніх фахівців» [112, с. 113].

Таким чином, очікуваним результатом реалізації в освітньому процесі діалогічно-дискусійних технологій є продуктивна взаємодія через комунікацію на засадах толерантності та рівноправності з формуванням відповідного світогляду, тобто цінностей, які лежать в основі полікультурної комунікативної компетентності.

Принагідно необхідно розглянути доцільність ***технологій фасилітації***, які останнім часом набули популярності в освітніх колах. У разі їхнього ефективного застосування відбувається «створення такої взаємодії, за якої акцентується індивідуальний досвід учасників, взаємодія та взаємообмін індивідуальних контекстів розуміння навчальної інформації та становлення суб'єктності як відмінної характеристики навчальної діяльності» [1]. Тобто викладач виступає в ролі фасилітатора на заняттях у разі застосування цих технологій і має демонструвати певні уміння. Зокрема, Г. Волошко зазначає такі уміння, як «емпатійне слухання, уважне спостереження за поведінкою учасників, встановлення ефективної комунікації в групі, корекцію дій учасників і дотримання правил взаємодії, заохочення активної позитивно-спрямованої поведінки, організацію безпечного зворотного зв'язку між учасниками освітнього процесу, демонстрацію стриманості й терпіння, відстоювання нейтральної позиції під час оцінювання навчальних продуктів, що є критично важливими в освітньому процесі» [33, с. 73]. На думку О. Галіцан, фасилітатор має досконало володіти технологіями комунікації, бути чутливим до змін і настроїв групи, щоб швидко реагувати на них, обізнаним, кваліфікованим і гнучким, щоб легко підбирати методи фасилітації залежно від ситуації, проблеми та самої групи [37]. При цьому С. Березка вважає, що спрямовування та структурування дискусії групи під час

розв’язання проблем, орієнтування в різних видах діалогів, бесід і зустрічей, швидка реакція на зміну обставин та мотивування учасників на особистісні зміни й саморозвиток є ключовими здібностями фасилітатора [16]. Такий підхід матиме подвійний ефект: позитивний вплив на психологічний стан студентів та як приклад комунікативної поведінки в умовах полікультурного середовища.

Оскільки, як стверджують дослідники О. Галіцан та З. Курлянд, у своєму змісті педагогічна фасилітація відбувається «в площині конструктивно-діалогічної, перцептивно-невербальної та інтерактивної комунікації», а також базується на здатності викладача конструювати «конгруентне, розвивальне, толерантне середовище» [38], таке освітнє середовище буде за своїми умовами наближене до полікультурного середовища в контексті вербальної та невербальної комунікації, толерантності та взаємодії.

Узагальнюючи позиції науковців, дослідниця К. Шевченко виділяє такі найбільш значущі характеристики педагогічної фасилітативної взаємодії, які водночас є критично важливими для формування полікультурної комунікативної компетентності:

– співпраця: взаємодія викладача зі студентами між собою ґрунтується на розумінні й підтримці, а організація діяльності та взаємодії спрямована на конструктивне вирішення проблемних завдань;

– власна позиція: за кожним учасником взаємодії визнається право на власну думку, позицію, що має на увазі щиру зацікавленість у думці інших і не нав’язуванні власної думки;

– індивідуальність та рівність: кожен суб’єкт визнається неповторною особистістю, рівною серед інших у прояві своєї індивідуальності;

– саморозкриття: фасилітатор педагогічно грамотно й відкрито виявляє свої власні почуття й емоційні переживання, знімаючи психологічні бар’єри відчуженості між учасниками взаємодії;

– залученість кожного до спільної діяльності: співучасть студентів в організації діяльності з викладачем, спільне прийняття рішень про форми,

способи й норми здійснення взаємодії, колективна відповідальність за прийняті рішення;

– організація простору: фасилітативна організація простору дозволяє вільно встановлювати зоровий контакт, виконувати спільні дії, обмінюватися вербальними й невербальними засобами комунікації, емоційними станами, забезпечуючи зворотній зв'язок і взаєморозуміння [166, с. 260].

Як зазначають Н. Волкова та А. Степанова, технології фасилітації підвищують ефективність процесу групового прийняття рішень, створюють та підтримують сприятливий морально-психологічний клімат у групі через залученість у процес обговорення, забезпечують обмін досвідом, створюють умови конструктивної взаємодії учасників освітнього процесу, активізують комунікативну діяльність та позитивну мотивацію студентів, що допомагає їм набути досвіду вирішення й запобігання особистих й професійних проблем комунікації, конфліктних ситуацій [30, с. 232], що безпосередньо пов'язано з формуванням полікультурної комунікативної компетентності.

Отже, фасилітативний підхід в освітньому процесі під час формування полікультурної комунікативної компетентності допомагає створити сприятливий морально-психологічний клімат та інтерактивне середовище, організувати співробітництво учасників освітнього процесу, розвивати ініціативу, комунікацію, креативність, покращити міжособистісну взаємодію та психологічний стан як здобувачів вищої освіти, так і викладача.

Зупинимо свою увагу на ***кейс-методі*** як ще одному з педагогічних інструментів, які доцільно застосовувати при формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. Так, цей метод, починаючи з 1921 року, викладачі стали використовувати при викладанні менеджменту в Гарвардській школі бізнесу. З того часу кейси стали дієвим педагогічним засобом для формування впевненості та критичного мислення, що необхідно для того, щоб чітко займати позицію та переконливо висловлювати свої ідеї, починаючи від активних дискусій і закінчуючи роз'ясненням складних бізнес-концепцій.

Звернемося до аналізу змісту наукових праць, в яких розглядається користь використання кейсів у бізнес-освіті. Як зазначає Н. Нохрія (*N. Nohria*) [275], кейси дають доступ студентам до реальних бізнес-дилем та рішень, навчають їх швидко оцінювати бізнес-проблеми, враховуючи широкий організаційний, галузевий і суспільний контексти. Кейси навчають студентів, як застосовувати теорію на практиці та як підсилювати теорію через практику. Метод кейсів розвиває здатність до критичного мислення, оціночних суджень, прийняття рішень і дій. Сім метанавичок, які залишаються в пам'яті, навіть коли самі кейси зникають із пам'яті, на думку дослідника, включають підготовку, проникливість, розпізнавання упередженості, судження, співпрацю, допитливість і впевненість у собі. Водночас, на думку В. Знанецького, «використання кейс-методу в навчальному процесі призводить до відновлення, розвитку, підвищення інтенсивності й різноманіття видів і способів комунікацій між суб'єктами навчального процесу, тому що його сутнісною характеристикою є орієнтація на міжособистісну взаємодію, вплив на психічну й соціальну структури особистості» [56, с. 135].

Здобувачі вищої освіти отримують користь від практикування своїх навичок критичного мислення та прийняття рішень, проте вони часто мають обмежений доступ до реальних сценаріїв вирішення проблем, тому їм потрібно більше можливостей для того, щоб отримати досвід у вирішенні складних бізнес-проблем та впровадженні найкращих рішень. При цьому метод кейсів імітує реальні проблеми управління й можливості для студентів [342]. Здобувачі вищої освіти беруть активну участь у кейсах, розглядаючи проблеми з різних точок зору як особи з критичним мисленням, що приймають рішення, співпрацюючи для досягнення спільної мети. Залучення до роботи над кейсом є критично продуманим, осмисленим, цілеспрямованим та актуальним досвідом, який змінює спосіб навчання від простого накопичення інформації до її активного використання у вирішенні професійних проблем [311, с. 309].

Як зазначає І. Романов, робота над кейсом виконує ряд завдань щодо удосконалення навичок іншомовної комунікації, зокрема створює необхідне

мовне середовище та мотивує студентів застосовувати іноземну мову для реального спілкування, сприяє розвитку навичок усіх видів мовленнєвої діяльності, а також допомагає формувати навички ділового спілкування, аналітичних, творчих і соціальних навичок [127, с. 100]. Використання кейс-методу з цією метою дає нагоду практикувати різноманітні бізнес-теми, пов'язані з людськими ресурсами, менеджментом, маркетингом, фінансами; практикувати та розвивати мовленнєві навички: читання, аудіювання, говоріння та письмо; практикувати та розвивати різноманітні навички ділового спілкування, пов'язані зі згодою та запереченням, перевіркою та уточненням, обговоренням переваг та недоліків, обґрунтуванням пропозиції та досягненням згоди, головуванням та участю в зустрічах, обговоренням умов контракту, виступом з презентаціями тощо; розвивати аналітичні та управлінські навички, такі як робота в команді, прийняття рішень, вирішення проблем, а також критичне мислення та рефлексію; розвивати лінгвістичну компетентність шляхом закріплення вже набутої лексики та знайомства з новою лексикою; розвивати письмову компетентність через ведення протоколу, написання листа, меморандуму, звіту, електронного листа тощо; розвивати організаторські здібності студентів та заохочувати спільне навчання [318, с. 11-12].

Аналіз кейсів знайомить здобувачів вищої освіти із реальним процесом прийняття бізнес-рішень швидко та правильно, часто з обмеженою інформацією. Ця структура забезпечує організований і дисциплінований процес, який студенти можуть легко захистити в письмовій формі та під час обговорення на занятті. Проте при виборі кейсу, крім відповідності тематики, необхідно визначити тип дискусії (запит, пошук, роздум, дебати), який буде найбільш ефективним саме для цього кейсу з метою досягнення поставлених цілей щодо формування певних навичок [267].

Доцільно зазначити, що кейс-метод є ефективним інструментом формування полікультурної комунікативної компетентності, оскільки окреслені навички, які формуються при використанні кейс-методу, корелюють зі складовими досліджуваної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму,

зокрема такі навички, як побудова мережі ділових контактів, вміння вирішувати проблеми, робота в команді, здатність до співробітництва, побудови міжособистісних стосунків, керівництва персоналом, створення й просування управлінських та маркетингових стратегій тощо.

У сучасній педагогіці інтенсивно розробляються типологія кейсів та структура роботи над ними для підвищення ефективності освітнього процесу. Щодо типології кейсів, то визначають три основні методи дослідження кейсів (конкретних ситуацій): гарвардський підхід, при якому потрібно розглянути серію запитань щодо описаної проблеми у формі розповіді, при цьому кейси характеризуються повнотою та глибиною інформації; ситуаційний (інцидентний) підхід, що передбачає пошук додаткових фактів, необхідних для вирішення поставленої проблеми, що передбачає постановку потрібних запитань до викладача для отримання цієї інформації; підхід «лабіринт дій», який звужує проблему кейсу до розгляду альтернатив та аналізу наслідків прийняття рішень [202, с.161-162]. Всі ці типи кейсів дають змогу використати різні підходи при роботі над ними й таким чином урізноманітнити процес навчання, уникаючи однотипності завдань.

З метою продуктивного застосування кейс-методу під час формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму необхідно визначити найбільш доцільну структуру роботи над кейсом. Зарубіжні науковці А. Вайнштейн (*A. Weinstein*), Г. Броцпєс (*H. Brotspies*) та Й. Ґіронда (*J. Gironda*) в своєму дослідженні пропонують структуру PACADI для роботи над кейсом [342]. Структура PACADI (problem definition, alternatives, criteria, analysis, decision, implementation plan) – це шестиетапний підхід до прийняття рішень, який можна використовувати замість традиційних запитань наприкінці кейсу. Він передбачає структурований, інтегрований і повторюваний процес, який вимагає від студентів аналізу інформації про кейс, застосування бізнес-концепцій для отримання цінних ідей і розробки рекомендацій на основі цих ідей. Ця структура включає визначення проблеми чи проблем, окреслення стратегічних альтернатив вирішення проблеми,

з’ясування ключових критеріїв для прийняття рішень, проведення поглибленого аналізу окреслених альтернатив на основі критеріїв, пропонування свого варіанта вирішення проблеми з аргументацією та план впровадження з описом ключових заходів для реалізації рекомендацій. Подібною є й структура роботи над кейсом, запропонована М. Молдовеану [267], який виокремлює шість аналогічних етапів (визначення проблеми, альтернативи, критерії, аналіз, рішення, план впровадження) з більш детальним поясненням кроків на кожному з них. Обидві вищезазначені структури є логічними, послідовними й доцільними при роботі над кейсом.

Доцільним вбачаємо використання ***методу проєктів*** для формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. Зазначимо, що використання навчальних проєктів під час професійної підготовки майбутніх фахівців у туристичній галузі сприяє «розвитку їхніх інтелектуальних можливостей, вольових якостей, творчих здібностей, професійних компетенцій», оскільки проєкти орієнтовані на «розв’язання певних проблем шляхом раціонального поєднання теоретичних знань з їх практичним застосуванням» [149]. При роботі над проєктом найбільш доречною є реалізація навчальної діяльності відповідно до певних етапів [69, с. 109], а саме:

1. загальне планування;

2. розробка структури та плану проєкту;

3. робота з реалізації проєкту (групова або індивідуальна);

4. подання результатів проєктної роботи;

5. рефлексія (аналіз виконаної роботи, оцінювання особистого внеску й спільної роботи групи).

Використання проєктів передбачає відтворення сценаріїв реальних професійних ситуацій, що дозволяє майбутнім фахівцям у галузі туризму застосовувати теоретичні знання й розвивати практичні навички в змодельованому середовищі, розв’язувати галузеві проблеми, розвиваючи критичне мислення, здатність вирішувати проблеми й приймати рішення,

навички спілкування й уміння працювати в команді, а також дає змогу інтегрувати знання з різних галузей (маркетингу, менеджменту, культурології тощо), щоб забезпечити цілісне розуміння індустрії туризму й отримати глибше розуміння концепцій туризму та їх практичного застосування через реальний галузевий досвід.

Варто зазначити, що в умовах змішаного навчання для забезпечення інтерактивності навчального процесу при застосуванні традиційних інтерактивних технологій доцільним є застосування інтерактивних онлайн-дощок (Miro, Padlet, Twiddla, AWWApp, Conceptboard, Ziteboard, Stormboard та ін.), на які можна прикріпляти віртуальні нотатки, створювати ментальні карти в синхронній та асинхронній взаємодії, ділитися результатами обговорень і поглядами з проблемних питань, таким чином залучаючи всіх учасників освітнього процесу до роботи над завданням і створюючи ефект єднання в онлайн-просторі. Платформа Mentimetr корисна для використання як інструмент для збору та аналізу думок й очікувань учасників усієї групи.

Особливу увагу в контексті нашого дослідження привертає ***методика CLIL*** (Content and Language Integrated Learning (CLIL). Роль англійської мови, яка використовується як лінгва франка в глобальному бізнес-контексті, вимагає змін щодо її застосування в освітньому процесі: з переходом від обмеженого її застосування під час вивчення мовних дисциплін до її активного використання як інструменту навчання при вивченні дисциплін з циклу професійної підготовки через предметно-мовне інтегроване навчання (CLIL), хоча б при вивченні окремих тем чи модулів дисципліни (partial immersion). Такий підхід до застосування англійської мови під час професійної підготовки у вищій освіті в Україні має стати повсякденною практикою, а не винятком, незважаючи на всі перепони українських реалій, що дозволить вітчизняним закладам вищої освіти та майбутнім фахівцям у галузі туризму швидше інтегруватися в європейське освітнє середовище, яке активно впроваджує цю методику протягом майже 20 років.

Серед позитивних сторін застосування методики CLIL дослідники зазначають «підвищення мотивації до вивчення іноземної мови,

цілеспрямованість до оволодіння іноземною мовою для вирішення конкретних комунікативних задач, пріоритетність надбання умінь для спілкування іноземною мовою у професіональному контексті, занурення у штучно створене мовне середовище, засвоєння специфічних термінів, певних мовних конструкцій і розширення словникового запасу» [129, с. 337].

Водночас застосування методики CLIL спрямоване на реалізацію ряду аспектів, зокрема: культурного, соціального, мовного, предметного, навчального [129, с. 335–336] у рамках моделі 4C (content, communication, cognition, culture), що передбачає інтеграцію змісту, комунікації, пізнання й культури. Ефективна реалізація методики CLIL відбувається через 5 вимірів: прогрес у знаннях, навичках і розумінні змісту, залучення до когнітивної обробки вищого порядку, взаємодію в комунікативному контексті, розвиток відповідних навичок спілкування та набуття поглибленої міжкультурної обізнаності [205].

У контексті формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму застосування методики CLIL привертає нашу увагу саме через розширення розуміння культур інших країн, культурних взаємовідносин, розвиток навичок міжкультурного спілкування, розвиток комунікативних навичок в професійному середовищі й підготовку до інтернаціоналізації. Це дасть нагоду майбутнім фахівцям у галузі туризму «ефективніше соціалізуватись у сучасному полікультурному суспільстві, краще зрозуміти власну культуру і стимулювати її збереження і розвиток» [129, с. 336]. Водночас, реалізація CLIL англійською мовою, у багатьох відношеннях, має більший потенціал для розвитку міжкультурної обізнаності, ніж впровадження CLIL іншими мовами, оскільки експоненційно збільшує коло можливостей контактування й взаємодії з представниками різних культур [230, с. 66].

Для ефективного впровадження методики CLIL в освітній процес потрібно враховувати можливі складнощі, а саме: відсутність достатньої кількості постійних викладацьких ресурсів, недостатню іншомовну підготовку

викладачів і здобувачів вищої освіти, труднощі при підборі матеріалів для викладання, потребу в подоланні супротиву щодо використання цього підходу [230, с.58], що потребує окремої уваги й створення сприятливого підґрунтя в закладі вищої освіти.

Гармонійне поєднання інтерактивних технологій і методів навчання (діалогічно-дискусійних технологій, технологій фасилітації, кейс-методу, методу проєктів тощо) з цифровими технологіями (мобільного навчання, технологіями віртуальної та доповненої реальності, використанням інтерактивних дощок тощо), програмами віртуальної мобільності й віртуального обміну з застосуванням методики CLIL (Content and Language Integrated Learning) під час реалізації змішаного навчання в закладах вищої освіти України дає змогу отримати синергетичний ефект при формуванні полікультурної комунікативної компетентності під час фахової підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму. Це забезпечить підготовку майбутніх фахівців у галузі туризму до різних форм комунікації в сучасному бізнес-середовищі в умовах полікультурності (очної, онлайн, змішаної), надаючи змогу бакалаврам з туризму оволодіти як теоретичними знаннями, так і практичними навичками в оптимальному форматі, який максимально задовольняє потреби всіх учасників освітнього процесу з урахуванням сучасних зовнішніх загроз.

Підбиваючи підсумки викладеного вище, зазначимо, що аналіз досліджень науковців, які розкривають сутність, особливості реалізації різних методів навчання, їх доцільність для формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців, дозволив обрати інтерактивні методи навчання, які, на наш погляд, є ефективними для вирішення завдань, поставлених у дослідженні. Такі методи навчання стали основою моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, що розглядатиметься у підрозділі 2.1.

Висновки до розділу 1

Аналіз нормативно-правової, філософської, соціологічної, культурологічної й психолого-педагогічної літератури, теорії та практики формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання дозволив сформулювати такі висновки.

У розділі 1 обґрунтовано теоретичні засади формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. На підставі аналізу зарубіжних і вітчизняних державних документів стосовно підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму визначено, що серед загальних і фахових компетентностей бакалаврів з туризму науковці акцентують увагу на комунікативній компетентності в полікультурному середовищі в умовах культурного різноманіття, що зазначається як одна з ключових і професійно значущих для майбутніх фахівців у галузі туризму, необхідних для успішного виконання ними своїх професійних функцій, оскільки в цих документах зазначено, що знання про різноманітність стануть конкурентною перевагою, а лідерство в туристичній галузі в майбутньому має бути більш культурно компетентним.

Вивчення генези поняття «компетентність» у психолого-педагогічній літературі дало змогу констатувати, що компетентність є здатністю особистості провадити продуктивну діяльність й вирішувати професійні завдання в конкретній предметній галузі на основі набору знань, умінь, навичок, ставлень і набутого досвіду.

Розкрито багатовекторність професійної діяльності в туристичній галузі, яка виражається в широкій розгалуженості посад і відповідних обов’язків майбутніх фахівців у галузі туризму. Акцентовано на соціальній та комунікативній функціях, які конкретизуються в професійних обов’язках й реалізуються в їхній полікультурній комунікативній діяльності, оскільки взаємодія й необхідність здійснення ефективної комунікації в умовах

полікультурності є важливими компонентами професійної діяльності майбутнього фахівця в галузі туризму як складному багатоплановому процесі встановлення й розвитку міжособистісних контактів, що виникає завдяки потребам у спільній діяльності майбутнього фахівця в туристичній галузі й соціальних суб'єктів (клієнтів, колег, керівництва, підлеглих, експертів, роботодавців тощо) і включає обмін інформацією, моделювання відповідної ефективної стратегії взаємодії, сприйняття й розуміння іншого в умовах культурного різноманіття.

Визначено ключове поняття дослідження, а саме «полікультурна комунікативна компетентність майбутнього фахівця в галузі туризму», яку розуміємо як інтегративне соціально значуще утворення особистості, яке забезпечує якісне виконання багатовекторних професійних обов'язків через взаємодію, взаємовплив та спілкування з представниками різних культур з самоідентифікацією особистості в суспільстві в умовах мультикультурності та її інтеграцією в полікультурний світовий простір зі збереженням взаємозв'язку з рідною культурою на засадах рівноправності, толерантності, визнання багатства культурної спадщини, культурного розмаїття та певних моральних ціннісних орієнтацій і ставлень. Саме наявність у майбутнього фахівця в галузі туризму сформованої полікультурної комунікативної компетентності дозволяє фахівцю орієнтуватися в різних професійних і соціальних ситуаціях, адекватно їх оцінювати, приймати правильні рішення з урахуванням особливостей оточення й досягати поставлених цілей, що підвищує конкурентоспроможність бакалаврів з туризму на вітчизняному й міжнародному ринках праці та їх затребуваність як експертів у цій галузі.

Виокремлено такі структурні компоненти полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців в галузі туризму: мотиваційно-ціннісний, соціально-когнітивний, комунікативно-діяльнісний, особистісний, а також сукупність критеріїв та їх показників: мотиваційно-спрямувальний (наявність мотивації досягнення, особистісних цінностей (гуманність, справедливість), потреби у спілкуванні, прагнення до управління проявом емоцій під час

спілкування, бажання співвідносити свої реакції з поведінкою оточуючих людей); когнітивний (прагнення до набуття знань, повнота та міцність полікультурних комунікативних знань); діяльнісний (рівень володіння уміннями: мовленнєвими, перцептивно-прогностичними, інтерактивними, соціокультурними, організаційно-координаторськими); особистісний (здатність до рефлексії, толерантність, бар'єропревентивність), які корелюють з виокремленими компонентами полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. Визначено рівні сформованості досліджуваної компетентності (низький, достатній, високий) і розкрито їх зміст.

Розкрито суть поняття «змішане навчання», розглянуто особливості змішаного навчання при підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму, рекомендації щодо впровадження змішаного навчання в освітній процес і проблемні питання при виборі моделей змішаного навчання (ротаційної (ротація за станціями, ротація за лабораторіями, перевернутий клас, індивідуальна ротація), гнучкої, самостійного змішування, віртуально збагаченої).

На підставі аналізу поглядів зарубіжних і вітчизняних науковців на формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, здобутків науковців, які присвятили свої дослідження формуванню полікультурної (міжкультурної) комунікативної компетентності фахівців різних спеціальностей, обґрунтовано сукупність методів і технологій навчання, які вбачаємо за доцільне використовувати для вирішення поставлених завдань дослідження, а саме: цифрові технології (мобільні технології, технології доповненої та віртуальної реальності тощо); діалогічно-дискусійні технології; технології фасилітації; кейс-метод; метод проєктів; методику CLIL (Content and Language Integrated Learning); віртуальну мобільність і Collaborative Online International Learning (COIL) як модель віртуального обміну для реалізації інтернаціоналізації освіти.

Дійшли висновку, що гармонійне поєднання інтерактивних технологій і методів навчання (діалогічно-дискусійних технологій, технологій фасилітації,

кейс-методу, методу проєктів тощо) з цифровими технологіями (мобільного навчання, технологіями віртуальної та доповненої реальності, використанням інтерактивних онлайн-дощок тощо), програмами віртуальної мобільності й віртуального обміну з застосуванням методики CLIL (Content and Language Integrated Learning) під час реалізації змішаного навчання в закладах вищої освіти України дає змогу отримати синергетичний ефект при формуванні полікультурної комунікативної компетентності під час фахової підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, надаючи їм змогу оволодіти як теоретичними знаннями, так і практичними навичками в оптимальному форматі, який максимально задовольняє потреби всіх учасників освітнього процесу з урахуванням сучасних зовнішніх загроз і безпекових ризиків.

Визначені теоретичні засади й уявлення про сутність і структуру полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму стали вагомими орієнтирами для обґрунтування моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, практична реалізація якої гарантувала б досягнення поставлених цілей та вирішення завдань дослідження.

Матеріали, які ввійшли до розділу 1, опубліковано автором у наукових статтях і матеріалах конференцій [89; 91; 92; 93; 94; 95; 96; 97; 98; 99; 100; 101; 102; 250; 277].

РОЗДІЛ 2
ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЕФЕКТИВНОСТІ МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ

2.1. Теоретичне обґрунтування моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання

У розділі 1 дисертації було визначено теоретичні засади формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, а саме: було акцентовано увагу на європейських і вітчизняних державних документах стосовно підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, в яких визначено основні вимоги до цих фахівців, було здійснено аналіз фундаментальних наукових джерел, в яких конкретизовано ключові дефініції дослідження, що дозволило визначити сутність феномена полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, провести його компонентно-структурний аналіз, а також було проаналізовано наукові пошуки щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. Отримані шляхом теоретичного аналізу наукові здобутки є достатньою методологічно-теоретичною базою для побудови моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Презентація моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання потребувала акцентування уваги на таких поняттях, як «модель» та «моделювання».

В енциклопедичному словнику термін «модель» розглядають як «абстрактне подання теорії, її операціоналізацію, яку можна передати емпіричним шляхом» [140, с.339]. Вагомими для наукового аналізу виявилися погляди І. Осадчого [117], який зазначає, що в побудові моделей використовуються конструкти й концепти, окреслюючи концепти як «уявлення, які дослідник може визначити змістовно та виміряти за допомогою певної кількості індикаторів» і конструкти як «загальні положення, утворені з використанням конструктів». Основною вимогою до моделі можна вважати її «адекватність, тобто відповідність реальній дійсності, суттєвим властивостям об'єкта» [49, с. 516]. Згідно з Г. Тимошко, модель пропонує ефективний інструмент для аналізу систем. Вона дозволяє не тільки чітко ідентифікувати складові частини системи, але й досить точно візуалізувати зв'язки між ними. Крім того, модель стимулює дослідження, породжуючи нові питання та забезпечуючи основу для порівняльного аналізу різних галузей досліджуваного явища [150, с. 483].

Щодо педагогічної моделі, то її розглядають як «модель, яка відображає взаємозв'язки та взаємозалежності між проєктованими якостями і властивостями особистості як об'єкта педагогіки й процесом її розвитку, а також організацію тієї педагогічної системи, в межах якої він відбувається, і управління нею» [27, с. 264], «мисленнєве уявлення або матеріально реалізовану систему педагогічного процесу, явища, яка адекватно відображає досліджуваний предмет педагогічної дійсності» [15, с. 29].

Процес створення моделей є моделюванням, що визначається як «науковий метод пізнання явищ та процесів за допомогою відтворення їх характеристик на інших об'єктах – спеціально створених з цією метою моделях» [140, с. 337], водночас педагогічне моделювання розглядають як «метод створення і згодом вивчення педагогічних моделей, тобто відображення основних характеристик певної педагогічної системи (процесу, явища) в спеціально створеному об'єкті – педагогічній моделі» [15, с. 29].

Вагомим для наукового аналізу виявилося дослідження О. Єжової [50], яка деталізувала питання класифікації моделей і визначила 4 ключові види (принципові, структурні, функціональні, параметричні моделі) за ступенем відтворення основних рис системи:

1. Принципова модель системи відображає її найбільш принципові зв'язки й властивості за допомогою блок-схем, які включають порядок дій, спрямованих на досягнення поставленої мети, або процес перетворення об'єкта дослідження під впливом керуючих дій.

2. Структурна модель дає загальне уявлення про форму, розташування й кількість найбільш важливих частин системи, окреслюючи також взаємні зв'язки між ними.

3. Функціональна модель використовується для дослідження особливостей функціонування системи у відповідності до її призначення й графічно може бути представлена у вигляді блок-схеми, яка відображає порядок дій, спрямованих на досягнення результату.

4. Параметрична модель – це математична модель, що використовується для встановлення кількісних зв'язків між параметрами системи.

Спираючись на вищезазначене й враховуючи мету та завдання нашого дослідження, вважаємо за доцільне побудувати *структурно-функціональну модель* формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, оскільки вона дає загальне уявлення про сутність і структуру феномена «полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму», окреслюючи взаємні зв'язки між її складовими, а також досліджує особливості формування зазначеної компетентності у відповідності до її призначення в освітньому процесі в умовах змішаного навчання, що графічно може бути представлено у вигляді блок-схеми, яка відображає порядок дій, спрямованих на досягнення результату, а саме: сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

Під час розробки моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання спиралися на: Національну рамку кваліфікацій, затверджену Постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 [123]; Стандарт вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм», затверджений Наказом Міністерства освіти і науки України від 04.10.2018 р. № 1068 [141]; Рекомендації щодо формування загальних і професійних компетентностей, напрацьованих експертами Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization (UNWTO)) при створенні компетентнісної моделі в рамках програми з управління людськими ресурсами [347]; Європейську багатомовну класифікацію навичок, компетентностей і професій ESCO (European Skills, Competences, Qualifications and Occupations) [215]; освітньо-професійні програми підготовки фахівців за спеціальністю 242 Туризм.

Структурно-функціональна модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання наведена на рис. 2.1. Зупинимо увагу на її основних складових.

Концептуально-цільовий блок. Загальною метою моделі визначено формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. Для досягнення окресленої мети визначено такі завдання: стимулювання пізнавальної й професійної мотивації майбутніх фахівців у галузі туризму; оволодіння полікультурними комунікативними знаннями; відпрацювання полікультурних комунікативних умінь (мовленнєвих, перцептивно-прогностичних, інтерактивних, соціокультурних, організаційно-координаторських), необхідних для провадження комунікативної діяльності в умовах полікультурності; збагачення майбутніми фахівцями в галузі туризму власного досвіду продуктивної полікультурної комунікативної діяльності; формування особистісно-ціннісного ставлення до самовдосконалення полікультурної комунікативної компетентності. Побудова моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання спирається на такі методологічні засади.



Рис. 2.1. Структурно-функціональна модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання

Системний підхід (Ю. Шабанова [163]). Означає формування підходу до розуміння світу, що базується на концепції цілісності, складної організованості досліджуваних об'єктів та їхньої внутрішньої активності й динамізму [163]. Системний підхід виступає як засіб застосування теорії пізнання та діалектики для вивчення процесів у природі, суспільстві та мисленні, розглядаючи під час аналізу будь-який об'єкт як складну систему, що є одночасно й елементом більш загальної системи. Водночас, системний підхід забезпечує структуровану основу для планування, реалізації та оцінювання освітнього процесу, забезпечуючи послідовне, кероване навчання, яке спрямоване на досягнення очікуваних результатів навчання всіх здобувачів освіти через узгодженість навчального плану, використання різноманітних методів навчання, об'єктивне оцінювання й зворотній зв'язок з подальшим аналізом даних і рефлексією.

Партисипативний підхід (О. Сухомлинська [146], Д. Швець [164], Н. Титова [151], В. Якубенко [170], В. Жуков, О. Попова [51] та ін.). Передбачає створення освітнього середовища, в якому здобувачі вищої освіти беруть активну участь у навчальному процесі з акцентом на залученні учасників освітнього процесу через взаємодію, співпрацю й спільне прийняття рішень з урахуванням думки кожного під час розв'язання тієї чи іншої професійно-орієнтованої проблеми чи завдання. Такий підхід сприяє залученості й підвищенню мотивації здобувачів вищої освіти; розвитку критичного мислення й навичок вирішення проблем за рахунок всебічного аналізу інформації, оцінювання різних поглядів і пошуку спільних рішень; розвитку навичок спілкування й співпраці. Партисипативний підхід сприяє створенню більш динамічного освітнього середовища, а надалі й професійного простору, оскільки акцентує увагу не тільки на спільному прийнятті рішень як результаті, а й на процесі пошуку згоди через переговори й консультування, на креативності й інноваційності, на діалогічному форматі взаємодії учасників переговорів на паритетних засадах, а також на спільній зацікавленості всіх учасників процесу щодо досягнення консенсусу при розв'язанні морально-етичних проблем, на колективній відповідальності. Застосування цього підходу

сприяє розвитку в майбутніх фахівців у галузі туризму уявлень про управління на основі гуманістичних концепцій, загальнолюдських цінностей, демократичних засад і норм професійної етики, що є критично важливим в умовах мультикультурності.

Компетентнісний підхід (Н. Волкова [32], Т. Левовицький [83], О. Овчарук [114], Дж. Равен (*J. Raven*) [293]). Передбачає зміну освітньої парадигми, що фокусується на розвитку компетентностей або здатності майбутніх фахівців ефективно застосовувати знання, навички й ставлення в контексті реальних ситуацій з акцентом на цілісному (холістичному) розвитку особистості, що охоплює когнітивну, емоційну й психомоторну сфери. Компетентнісний підхід наголошує на застосуванні знань і навичок в автентичних, реальних ситуаціях, з якими здобувачі вищої освіти можуть зіткнутися в професійному чи особистому житті, і водночас сприяє міждисциплінарності, визнаючи, що вирішення складних проблем часто потребує застосування знань і навичок з різних галузей. Особлива увага приділяється навчанню впродовж життя й адаптивності за рахунок розвитку навичок і ставлень, необхідних для орієнтування в швидкозмінному світі, й водночас відповідності професійним стандартам та рамкам кваліфікацій, гарантуючи, що випускники володіють компетентностями, необхідними для успіху в обраних ними сферах професійної діяльності.

Контекстний підхід (Н. Мирончук [108]; Р. Бернс (*R. Berns*), П. Еріксон (*P. Erickson*) [182]; С. Сеарс (*S. Sears*) [302]; Д. Перін (*D. Perin*) [282] та ін.). Ця педагогічна концепція в сучасній практиці підготовки майбутніх фахівців підкреслює важливість розуміння й застосування знань у конкретному контексті, часто в реальному професійному середовищі, отже навчання спрямоване на встановлення зв’язків між абстрактними поняттями й реальними ситуаціями, залучення здобувачів вищої освіти до дослідження, аналізу й конструювання знань за допомогою практичного досвіду. Водночас, відбувається розвиток навичок для застосовування в різних контекстах, зокрема критичне мислення, навички вирішення проблем, спілкування й співпраці.

Під час застосування контекстного підходу в процесі професійної підготовки, як зазначає Н. Мирончук, відбувається «трансформація навчальної діяльності у професійну з поступовою зміною пізнавальних потреб і мотивів, цілей, учинків і дій, засобів, предмета та результатів на професійні; створюються психолого-педагогічні та дидактичні умови для постановки суб'єктом навчання власних цілей та їх досягнення, для руху його діяльності від навчання до праці» [108, с. 96]. Контекстне навчання спрямоване на те, щоб допомогти здобувачам вищої освіти розуміти життєві ситуації в професійному середовищі, визначати та ефективно вирішувати проблеми, приймати зважені рішення й творчо мислити [182, с. 2].

Комунікативний підхід (Дж. Брумфіт (*G. Brumfit*), К. Джонсон (*K. Johnson*) [190]; В. Літтлвуд (*W. Littlewood*) [257]; М. Прищак [122] та ін.). Ставить за мету сприяти розвитку в майбутніх фахівців вільного володіння мовою й здатності ефективно використовувати мову в різноманітних контекстах для досягнення цілей спілкування в реальних ситуаціях як в особистому, так і професійному середовищах. Комунікативний підхід наголошує на викладанні мови, яка є функціональною й може використовуватися в реальних ситуаціях, через заохочення до взаємодії завдяки застосуванню інтерактивних технологій (дискусій, рольових ігор, групової роботи та ін.) й виконанню завдань, які передбачають використання мови для обміну інформацією, вирішення проблем або вираження власних ідей і поглядів, на основі автентичних матеріалів й з акцентом на створенні індивідуально-орієнтованого середовища.

Культурологічний підхід (І. Зязюн [58]; Дж. Бенкс (*J. Banks*) [178]; В. Аніщенко, О. Падалка [6]; О. Ісаєва, М. Грицько [60] та ін.). Спрямований на виховання громадян світу, які усвідомлюють культурні особливості, поважають різноманітність і здатні успішно функціонувати у глобалізованому світі. Передбачає розвиток у майбутніх фахівців полікультурної обізнаності, що включає розуміння як власної культури, так і різноманітності культур світу, враховуючи такі аспекти, як мова, традиції, вірування, мистецтво, соціальна

структура, цінності й моделі поведінки в соціумі. Культурологічний підхід заохочує студентів критично ставитися до культури й застосовувати знання щодо того, як культура впливає на наші погляди, упередженість і взаємодію з іншими, а також сприяє цінуванню досвіду культурного обміну, різних думок для формування здатності ефективно спілкуватися й взаємодіяти з людьми з різним культурним походженням на основі толерантності й поваги до різноманітності. Метою такого підходу є створення «людини культури», яка є «втіленням зрізів культурного начала в людині: свободи, гуманності, творчості, духовності, адаптивності» [58, с. 14].

Аксіологічний підхід (І. Бех [18; 19]; І. Зязюн [59]; О. Сухомлинська [145]; Н. Ткачова [152]; В. Стрельніков [143]; С. Безбородих [12] та ін.)**.** Підкреслює важливість цінностей в освітньому процесі, акцентуючи увагу на створенні міцного фундаменту етичних принципів і переконань, які керуватимуть рішеннями й діями здобувачів вищої освіти протягом усього життя, оскільки, «виконуючи важливу роль інтегруючих, соціалізуючих, комунікативних засад у житті суспільства, цінності забезпечують духовно-вольову єдність суспільства, високий рівень самосвідомості та організованості його членів» [12, с. 22].

Аксіологічний підхід передбачає дослідження процесу передачі й засвоєння цінностей, цілеспрямований відбір змісту й діяльності, які сприяють бажаним цінностям, заохочує оцінювати різні системи цінностей, розуміти обґрунтування, що стоїть за ними, й розвивати власні цінності. Це допоможе майбутнім фахівцям у галузі туризму орієнтуватися в складних ситуаціях, приймати зважені рішення на основі етичних принципів і робити відповідальний вибір, що готує їх стати відповідальними громадянами й майбутніми лідерами з розумінням впливу своїх дій на інших. Акцент на таких цінностях, як повага й толерантність може сприяти більш позитивному й інклюзивному навчальному середовищу для всіх учасників освітнього процесу, що водночас матиме позитивний вплив на подальшу ефективну інтеграцію в професійне мультикультурне середовище в галузі туризму.

Спираючись на визначені методологічні підходи, наведемо принципи навчання, реалізація яких дозволить досягти очікуваних результатів.

Принцип толерантності. Передбачає застосування набору основоположних цінностей і практик, спрямованих на створення поважливого, інклюзивного та справедливого навчального середовища для всіх учасників освітнього процесу, незалежно від їхнього походження, віросповідання й поглядів. Цей принцип підкреслює важливість визнання, розуміння й поваги до індивідуальних відмінностей, одночасно сприяючи взаємній повазі, співпереживанню й відкритості взаємодії серед здобувачів вищої освіти й педагогів. Він включає визнання культурних відмінностей, етнічної приналежності, релігійних переконань, стилів навчання й особистого досвіду, заохочення цінувати культурне різноманіття світу, уникаючи упереджень, стереотипів і дискримінаційної поведінки. Принцип толерантності передбачає використання конструктивного вирішення конфліктів, навчання застосовувати прийоми посередництва, сприяти співпереживанню й розумінню, а також заохочувати майбутніх фахівців у галузі туризму знаходити спільну мову та йти на компроміс.

Принцип комунікативної співпраці. Підкреслює важливість роботи в команді й взаємодії для досягнення спільної мети за допомогою ефективного спілкування, оскільки успішна співпраця залежить від чіткого й відкритого спілкування. Члени команди повинні вміти ділитися ідеями, інформацією й надавати конструктивний зворотній зв’язок на основі активного слухання, чіткого висловлення своїх думок і відкритості до різних точок зору. Важливо налагодити довіру й повагу між членами команди, створивши навчальне середовище, де кожен відчуває себе комфортно, без страху бути засудженим за свої погляди, здатним прийняти іншу думку.

Принцип полікультурності. Передбачає співіснування й повагу до різноманітних культур, виходячи за рамки простого визнання відмінностей і наголошуючи на створенні інклюзивного середовища, де всі культури можуть взаємодіяти й процвітати, досягнувши балансу між збереженням власної

національної ідентичності й повагою до культурних відмінностей. Цей принцип підкреслює повагу до цінностей, вірувань і практик усіх культур, що означає визнання внеску різних культурних груп у суспільство, сприяє міжкультурному діалогу, рівним можливостям й ставленню до всіх культурних груп без дискримінації й домінування, прагне до інтеграції, коли культури співіснують і взаємодіють, а не до асиміляції, коли культури меншин змушені адаптуватися до домінуючої культури.

Принцип культуровідповідності. Передбачає активізацію інтелектуальних здібностей, знань, комунікативних навичок і вмінь, розвиток особистісних якостей, збагачення індивідуального досвіду фахівців з туризму, розширення їх картини світу завдяки залученню до іншої культури для подальшої професійної взаємодії, розуміння впливу туризму на місцеві культури з метою мінімізації негативних проявів і сприяння культурному збереженню. Реалізується за умови: підготовки майбутніх фахівців до здійснення професійної комунікації з урахуванням особливостей рідної й інших культур світу, що сприятиме їх глибшому вивченню, розширенню світогляду студентів, адаптації до мінливих умов сучасного полікультурного світу; виокремлення спільного й відмінного з метою усвідомлення студентами всього розмаїття культурних проявів; виховання майбутніх фахівців на загальнолюдських цінностях, що сприятиме досягненню взаєморозуміння з представниками інших культур, уникненню конфліктів й успішній співпраці партнерів у глобальному туристичному бізнесі.

Принцип безперервності. Ґрунтується на ідеї безперервності процесу навчання й розвитку людини, що триває протягом усього життя й сприяє не лише засвоєнню знань і навичок, але й всебічному розвитку особистості. Водночас розвиток міжкультурної чутливості навчає студентів поважати різні культури, уникати стереотипів і базується на розумінні власних культурних упереджень і вмінні бачити світ очима представників інших культур, що за умови реалізації безперервного навчання заохочує здобувачів вищої освіти продовжувати вивчати мови й культури після закінчення формального навчання через самостійне вивчення, участь у професійних тренінгах, професійну взаємодію в міжнародних компаніях тощо.

Принцип навчання через занурення. Передбачає занурення в максимально автентичне мовне середовище, яке імітує реальні ситуації спілкування, використання мовленнєвих ситуацій, ситуативних завдань, наближених до майбутньої професійної діяльності, зі спрямованістю на розвиток комунікативних навичок, що дає здобувачам вищої освіти нагоду практикувати свої мовні й мовленнєві навички й набувати досвіду спілкування для подальшої професійної взаємодії, водночас ознайомлюючись з культурою країни, мову якої вони вивчають, і отримуючи цінний культурний досвід, необхідний для роботи в міжнародному туристичному середовищі.

Принцип позитивності. Передбачає створення атмосфери довіри й підтримки в освітньому процесі на основі позитивного підкріплення й стимулювання успіхів, що мотивує майбутніх фахівців у галузі туризму до навчання й допомагає їм розкрити свій потенціал. Принцип позитивності забезпечує створення в навчальному середовищі атмосфери поваги й толерантності до різних культур, допомагає навчитися цінувати різноманіття культур, підвищити впевненість у спілкуванні з представниками інших культур, а також розвинути навички емпатії, необхідні для розуміння й співпереживання під час взаємодії в полікультурному професійному середовищі.

Визначений перелік принципів навчання сприяє доцільному відбору змісту, форм, методів навчання. Важливим елементом концептуально-цільового блоку моделі є попередня діагностика рівня сформованості у майбутніх фахівців у галузі туризму полікультурної комунікативної компетентності, яку можна ототожнити з констатувальною частиною педагогічного експерименту. Діагностика допомагає не лише вивчити результати навчальної діяльності, але й методи їх досягнення, причини, що сприяють або заважають досягненню мети освітнього процесу.

Особливу увагу доцільно приділити питанням *мотивації*, яка, за умови позитивного спрямування, сприятиме усвідомленому ставленню майбутніх фахівців у галузі туризму до формування досліджуваної компетентності й надасть потужний імпульс для досягнення мети, надавши особистісного сенсу

щодо комунікативної діяльності в полікультурному професійному середовищі. Постановка цілей і визначення шляхів їх досягнення відбувається через розуміння відповідних мотивів: мотивів досягнення, ціннісних установок фахівця, що визначають загальну спрямованість комунікативної діяльності в професійному оточенні в умовах полікультурності, потребу в комунікації й міжособистісній взаємодії з урахуванням мультикультурного аспекту; мотивів підвищення власного рівня компетентності, удосконалення цінностей і цілей спілкування; емоційно-ціннісного ставлення до світу, оточення, самого себе.

Проблема мотивації викликає інтерес і є предметом дослідження багатьох вчених, проте багатоаспектність цього феномену призводить до множинності підходів до трактування терміну й структури мотивації, до механізмів її застосування. Зокрема, Е. Лок (*E. Locke*), намагаючись об'єднати змістові й процесуальні теорії мотивації, запропонував розглядати мотивацію як те, що має мотиваційну основу й центр мотивації. Запропонована дослідником модель включає теорію потреб, які мають бути задоволені, а також цінності й мотиви, які є основою мотивації й стосуються способів задоволення потреб. Система мотивації включає цілі, наміри й очікування. Коли система мотивації спрацьовує, відбувається отримання винагороди й досягнення задоволеності [309].

Водночас ряд вітчизняних дослідників [63; 111] визначають мотивацію як системний компонент, в основі якої покладена активізація людського фактора, свідомого визначення людиною певної лінії поведінки на підґрунті зовнішніх та внутрішніх факторів (стимулах, мотивах), та цілеспрямоване стимулювання особистостей шляхом стабільного впливу на їхні потреби, інтереси й цілі. Багатогранність визначення поняття «мотивація» за декількома аспектами виділяють дослідниці О. Крушельницька та Д. Мельничук. Зокрема, вчені систематизують дане поняття й виділяють дихотомію «система-процес». З одного боку, мотивація визначається як система (формування мотиваційної системи одного або декількох людей), а з іншого – як процес (довготерміновий вплив на особистість з метою зміни за заданими параметрами структури

ціннісних орієнтацій та інтересів) [80]. Отже, доцільно зазначити, що мотивація є історично закономірним соціально-економічним та морально-психологічним явищем, що характеризується комплексом економічних, організаційних, соціальних та психологічних умов, які спонукають людину до дії.

Цікавими для нашого дослідження в контексті визначення найбільш впливових мотивів для підвищення продуктивності виявилися здобутки вчених П. Лоуренса (*P. Lawrence*) й Н. Нохрія (*N. Nohria*) [252], які свідчать про те, що люди керуються чотирма основними емоційними потребами або мотивами, які є продуктом нашої спільної еволюційної спадщини, а саме: придбання (мати дефіцитні товари, включаючи нематеріальні активи, такі як соціальний статус, кар'єрне зростання), єднання (формувати зв'язки з окремими людьми й групами), осмислення (задовольнити цікавість й освоїти навколишній світ) і захищеності (захищати від зовнішніх загроз і сприяти справедливості). Оскільки ці чотири мотиви тісно взаємопов'язані в нашій свідомості, ступінь їх задоволення прямо впливає на емоції і, як результат, на поведінку.

Кожен з цих чотирьох мотивів є незалежним; їх не можна розташувати ієрархічно або замінити один на інший, і всі вони мають бути задоволені під час професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму в процесі формування полікультурної комунікативної компетентності. Варто зазначити, що тяжіння до зв'язків (мотив єднання), коли задовольняється, пов'язаний з сильними позитивними емоціями, такими як любов і турбота, а якщо ні, з негативними, такими як самотність та відчуження. Мотив осмислення передбачає реалізацію прагнення зрозуміти навколишній світ, розробляти теорії – наукові, релігійні й культурні, – що роблять ситуацію зрозумілою й передбачають раціональні дії й реакції. Задоволення мотиву захищеності призводить до почуття безпеки, справедливості й впевненості, проте його відсутність викликає сильні негативні емоції, такі як страх і обурення.

Спираючись на вищезазначене, доходимо висновку, що використання ефективних педагогічних технологій і створення умов в освітньому процесі для задоволення цих чотирьох мотивів (придбання, єднання, осмислення,

захищеності) сприятиме не лише отриманню короткочасного ефекту під час навчання, але й впливатиме на формування моделі поведінки майбутніх фахівців у галузі туризму при спілкуванні й взаємодії в полікультурному професійному середовищі на основі закладених цінностей і установок.

Отже, одним із завдань під час професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму має стати забезпечення культурної обізнаності особистості щодо культурного різноманіття і його впливу на комунікацію в професійному полікультурному середовищі, що сприятиме створенню позитивних емоційних реакцій у відповідних ситуаціях та ставленню до роботи в умовах мультикультурності як до виклику, що може надати багато переваг. Розгляд деяких фундаментальних аспектів культури й того, як вона впливає на членів полікультурних команд, особливо в тому, як приймаються рішення, може стати в нагоді при створенні атмосфери взаємодопомоги, співпраці та сприяти ефективній комунікації [270].

Культурні відмінності часто виходять на перший план при взаємодії представників різних культур. Вони викликають емоційну реакцію, оскільки люди позитивно чи негативно реагують на відмінності. Позитивною реакцією може бути відчуття спокою або радості, терпіння, доброзичливості й допомоги. Негативна реакція визначається такими емоціями, як шок, здивування або гнів. Залежно від культурних уподобань людини, можуть відчуватися обидва типи емоцій під час спілкування з представниками інших культур. У будь-якому випадку, емоційні реакції є власне проявом культурного формування й культурних уподобань [310].

Один із методів сприяння ефективній роботі в полікультурній команді полягає в створенні нової культурної парадигми для групи, що є не набором фрагментів культур, а скоріше є командою, заснованою на спільних цінностях [269]. Зазначимо, що однією з таких цінностей і водночас передумов ефективної комунікації в полікультурному середовищі, окрім позитивних емоційних реакцій, має стати довіра. Клієнти мають довіряти компанії, водночас члени команди повинні мати змогу довіряти один одному для

виконання завдань та досягнення цілей, а також бути відданими справі заради загального добробуту групи [268]. Довіра має стати тією спільною характеристикою, яка єднає попри будь-які відмінності, що є особливо важким і важливим завданням в контексті полікультурної команди та полікультурного середовища.

Довіра має три основні чинники: автентичність, логіку й емпатію. Люди схильні довіряти людині, коли вірять, що спілкуються зі справжньою нею (автентичність), коли вірять у її розсудливість і компетентність (логіка), і коли відчувають, що ця людина дбає про них (емпатія). Коли довіра втрачається, майже завжди можна простежити проблеми з однією з цих трьох рушійних сил. Різноманітність не дає автоматично переваг у прийнятті рішень. Але за умови створення атмосфери довіри, яка дозволить різним членам команди поділитися своїми унікальними поглядами й досвідом, можливо розширити обсяг знань, до яких команда матиме доступ, і створити неперевершену конкурентну перевагу [217]. Для зміцнення довіри між членами полікультурної команди А. Молінски (*A. Molinsky*) й Е. Гудлінг (*E. Gundling*) [268] пропонують такі підходи: 1) структурування команди для успіху; 2) розуміння крос-культурного складу команди; 3) встановлення чітких норм і дотримання їх; 4) знаходження шляхів створення особистих зв’язків і контактів між членами команди; 5) вирішення конфлікту, щойно він виникає.

Зазначимо, що позитивні емоційні реакції й довіра – це сполучні ланки, завдяки яким будь-яка команда матиме змогу функціонувати на високому рівні, проте їх формування вимагає зусиль як з боку лідера команди, так і з боку членів команди, особливо в умовах культурного різноманіття. За умови використання переваг різноманітності й мінімізації викликів, пов’язаних з нею, така полікультурна команда буде високоефективна в контексті комунікації та продуктивності, що також матиме вплив і на комунікацію з клієнтами й замовниками послуг на міжнародному ринку.

Доцільно також зазначити, що в сучасному глобалізованому світі англійська мова стала не лише мовою міжнародного спілкування, але й засобом

побудови стосунків і впливу на людей. Таким чином, існує потреба в кращому розумінні ролі англійської мови як лінгва франка в бізнес-середовищі (BELF) в умовах культурного різноманіття, її впливу на мислення й поведінку, що відображається в різних типах спілкування (письмового та усного) у багатонаціональних (полікультурних) командах. Зокрема, рівень володіння англійською мовою має вплив на когнітивні, когнітивно-емоційні й емоційні реакції на мовні бар'єри та рівень довіри до членів полікультурної команди, оскільки недостатній рівень володіння мовою знижує рівень надійності членів команди, сприйняття рівня їхніх професійних компетентностей, а також погіршує емоційний комфорт командної роботи й підвищує рівень тривожності в команді [324].

Спираючись на вищеокреслене, доцільно зазначити, що під час організації навчання майбутніх фахівців у галузі туризму при формуванні полікультурної комунікативної компетентності передбачено забезпечення умов для створення атмосфери довіри й задоволення емоційних мотивів з метою отримання позитивних емоційних реакцій, оскільки такий підхід створить підґрунтя для ефективної роботи на заняттях і в подальшому сприятиме плідній роботі в полікультурних командах з формуванням відповідних ціннісних орієнтирів і установок.

Вважаємо доцільним проведення установчого *навчально-методичного семінару-практикуму для викладачів*, що здійснюють підготовку майбутніх фахівців у галузі туризму за спеціальністю 242 Туризм (мета – оволодіння науково-педагогічними знаннями та навичками формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму). На семінарі передбачено презентацію викладачам розроблених навчально-методичних матеріалів, розкриття теоретичних положень щодо полікультурної комунікативної компетентності, її структури, структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

Змістово-реалізаційний блок. Цільовими орієнтирами даного блоку є трансформація змісту професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму з метою оволодіння знаннями й уміннями, пов'язаними з полікультурною комунікативною компетентністю, в умовах змішаного навчання.

Розглядаючи ключові моделі змішаного навчання, які виділяють зарубіжні науковці Х. Стакер (*H. Staker*) і М. Хорн (*M. Horn*), зокрема ротаційну (ротація за станціями, ротація за лабораторіями, перевернутий клас, індивідуальна ротація), гнучку, самостійного змішування й віртуально збагачену [317], й враховуючи сучасні реальної вищої освіти в Україні, доцільно приділити особливу увагу тим, які максимально відповідають вимогам сьогодення й задовольняють потреби учасників освітнього процесу. До таких відносимо:

1. віртуально збагачену модель, яка передбачає прийняття рішення на рівні закладу вищої освіту про організацію освітнього процесу (вивчення навчальних дисциплін) з поєднанням онлайн-формату (для опанування навчальним контентом й отримання інструкцій щодо процесу навчання) й очного формату (для збагачення досвіду й забезпечення безпосереднього контакту в реальному середовищі учасників освітнього процесу), оскільки така модель ґрунтується на переважному використанні онлайн навчання, підсиленого очними зустрічами, що вбачається оптимальною моделлю за умов пандемії й у регіонах України з підвищеним рівнем небезпеки під час воєнного стану;

2. ротаційну модель:

– перевернутий клас, яка використовує опрацювання певного навчального матеріалу (як правило, теоретичного) самостійно онлайн після очних занять в закладі вищої освіти, на яких проводиться практична робота з вивчення певної навчальної дисципліни, що вбачаємо доцільним для організації освітнього процесу в регіонах України з нижчими безпековими ризиками під час воєнного стану, оскільки ця модель передбачає переважне використання очного навчання;

– ротацію за станціями, за якої відбувається реалізація освітнього процесу з почерговим використанням різних форм діяльності (станцій), як правило, в очному форматі (робота в малих групах (практичні заняття, семінари), цілою групою (лекції), проєктна робота, виконання завдань тощо), проте щонайменше одна станція має відбуватися в онлайн-форматі, оскільки така модель може застосовуватися за умови забезпечення безпекових вимог закладом вищої освіти;

– індивідуальну ротацію, яка дозволяє не відвідувати всі станції, що є оптимальною моделлю для здобувачів вищої освіти, які знаходяться за кордоном або в інших регіонах України й не мають змоги брати участь в очних заняттях;

3. модель самостійного змішування, яка може стати в нагоді при доповненні традиційних навчальних курсів проходженням дистанційних курсів на онлайн-платформах (при реалізації програм віртуальної мобільності) для створення індивідуальної освітньої траєкторії майбутніх фахівців у галузі туризму.

У процесі дослідження виходили з того, що моделювання оновленого змісту навчання, реалізація якого забезпечуватиме формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, має передбачати встановлення міждисциплінарних зв’язків і застосування методики CLIL (Content and Language Integrated Learning), що означає вивчення окремих дисциплін або тем іноземною (англійською) мовою, оскільки володіння полікультурною комунікативною компетентністю передбачає взаємодію в професійному середовищі засобами англійської мови як офіційною мовою міжнародного спілкування. З цією метою через впровадження новітніх компонентів було оновлено зміст навчальних дисциплін «Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі», «Організація екскурсійних послуг», «Ділова іноземна мова», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», що представлено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Оновлений зміст навчальних дисциплін щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму

Навчальна дисципліна	Зміст нових компонентів і форм освітнього процесу
Менеджмент у туризмі	Командотворення й лідерство в умовах полікультурності (Multicultural Team Building and Leadership) Крос-культурні навички комунікації в сфері туристичних послуг (Enhancing Cross-Cultural Communication Skills in Tourist Service Interactions) Вплив культурної обізнаності на задоволеність клієнтів у туристичній індустрії (The Impact of Cultural Awareness on Customer Satisfaction in the Tourism Industry) Роль емоційного інтелекту в менеджменті в туризмі (Role of Emotional Intelligence in Tourist Management) Антикризовий менеджмент в умовах полікультурності в туризмі: створення стійких лідерських команд (Crisis Management in Multicultural Tourism: Building Resilient Leadership Teams) Семінар-мозковий штурм «Вирішення конфліктів у команді в полікультурному туристичному середовищі: найкращі практики та кейси» («Team Conflict Resolution in Multicultural Tourism Settings: Best Practices and Case Studies») Семінар-захист проєктів «Створення культурно інклюзивних робочих місць» («Developing Culturally Inclusive Workplaces»)
Маркетинг у туризмі	Маркетинг у соціальних мережах у різних культурах: використання платформ для глобального туризму (Social Media Marketing Across Cultures: Leveraging Platforms for Global Tourism) Роль мови та локалізації в маркетингу міжнародного туризму (The Role of Language and Localization in International Tourism Marketing) Комунікаційні виклики в маркетингу міжнародного туризму: стратегії подолання культурних бар'єрів (Communication Challenges in Global Tourism Marketing: Strategies for Overcoming Cultural Barriers) Міжкультурна поведінка споживачів: розуміння та адаптація маркетингових стратегій (Cross-Cultural Consumer Behaviour: Understanding and Adapting Marketing Strategies) Круглий стіл «Сила персоналізації: адаптація маркетингу туризму до різних культур» («The Power of Personalization: Customizing Tourism Marketing for Different Cultures»)

Закінчення табл. 2.1

Навчальна дисципліна	Зміст нових компонентів і форм освітнього процесу
Організація екскурсійних послуг	Занурення в культуру на екскурсії: створення автентичних вражень для різнопланової аудиторії (Cultural Immersion in Excursions: Designing Authentic Experiences for Diverse Audiences) Адаптація екскурсійних розповідей з урахуванням культурної чутливості й уподобань (Adapting Excursion Narratives: Tailoring Storytelling to Cultural Sensitivities and Preferences) Методи мультилінгвального екскурсійного обслуговування (Multilingual Tour Guiding Techniques) Мозковий штурм «Керування міжкультурною динамікою груп під час екскурсій» («Managing Multicultural Group Dynamics on Tours»)
Ділова іноземна мова	Вирішення конфліктів при обслуговуванні клієнтів в умовах полікультурності (Conflict Resolution in Multicultural Customer Service) Ділова комунікація й ставлення: вплив культури під час роботи (Business Communication and Attitudes: Culture at Work) Проведення ефективних презентацій у полікультурному середовищі (Giving Effective Presentations in Multicultural Settings) Активне слухання та емпатія в культурному розмаїтті (Active Listening and Empathy in Cultural Diversity)
Іноземна мова за професійним спрямуванням	Навички ведення переговорів у міжнародному туризмі (Negotiation Skills in International Tourism) Культурний туризм і культурна спадщина (Cultural Tourism and Cultural Heritage) Мозковий штурм «Як знайти спільну мову: секрет успіху в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» («How to Find a Common Language: Keys to Success in Multicultural Tourism Business Environment»)

Доцільно зазначити, що навички англомовної комунікації в полікультурному середовищі можуть бути корисними в різних сферах міжнародного бізнесу, включаючи управління, маркетинг, ведення переговорів, проведення зустрічей і презентацій тощо, а також зазначена компетентність

сприяє розумінню культурної відносності й культурної ідентичності. При формуванні полікультурної комунікативної компетентності доцільно враховувати особливості комунікації відповідно до профілів країн щодо їх культурних особливостей та їх впливу на моделі комунікації, а також розглянути роль англійської мови як лінгва франка в бізнесі (BELF) [246] в культурному розмаїтті, її впливу на стосунки в полікультурних командах і в роботі з клієнтами [324]. При цьому окрема увага має приділятися вивченню стратегій спілкування з використанням відповідних вербальних і невербальних інструментів комунікації для вирішення будь-яких проблем, які можуть виникнути в контексті ведення міжнародного бізнесу, шляхом створення унікального підходу для співпраці з представниками різних національностей одночасно, проте зі збереженням власної культурної ідентичності, що веде до посилення громадянської активності на засадах толерантності та взаєморозуміння.

Щодо можливостей *цифрових технологій*, доцільними в рамках впровадження моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму вбачаються англомовні *мобільні застосунки*, які можна знайти в Play Market і розподілити за наступними категоріями:

– аудіогіди (VoiceMap: Audio Tours & Guides; Zamek w Korniku; WeGoTrip: Audio & Tour Guide; SmartGuide: Digital Tour Guide; izi.TRAVEL: Get a Travel Guide; Global Audio Guide; Stonehenge Audio Guide; British Museum Audio; City guide & Audio Tour + Maps та ін.);

– путівники (Visit Dubai | Official Guide; Visit Singapore Travel Guide; Visit London Official Guide; PRIVATE GUIDE WORLD; GetYourGuide: Travel & Tickets; GlobeTrott: Self-guided tours; Grand Tour Switzerland; Chicago Travel Guide; Zurich City Guide; Tokyo Travel Guide; Sydney Travel Guide та ін.);

– туристичні атракції та заходи (Tourist Attraction Finder; Tourism Australia Events; Tourist Attractions – Places N; Viator Tours & Attractions та ін.);

– бронювання (Tripadvisor: Plan & Book Trips; Expedia: Travel, Hotel, Flight; Hotels.com; booking.com; Traveloka: Book Hotel & Flight; OYO: Hotel Booking App; MakeMy Trip Hotels, Flights, Bus; Klook: Travel, Hotels, Leisure; GetYourGuide: Travel & Tickets та ін.).

Аудіогіди й путівники доцільно застосовувати під час вивчення дисципліни «Організація екскурсійних послуг» для аналізу наявних матеріалів, визначення сильних і слабких сторін існуючих путівників, створення авторських екскурсій з використанням інформації з мобільних застосунків, а також під час вивчення дисциплін «Ділова іноземна мова» й «Іноземна мова за професійним спрямуванням» для удосконалення навичок аудіювання й читання, розширення лексичного запасу з тем, пов’язаних з культурною спадщиною різних країн, артефактами, описом історичних подій, визначними місцями, засобами проживання й харчування тощо. Мобільні застосунки щодо туристичних атракцій, заходів і бронювання можуть стати в нагоді при вивченні дисциплін «Маркетинг у туризмі», «Менеджмент у туризмі», «Ділова іноземна мова» й «Іноземна мова за професійним спрямуванням» як джерело дидактичних матеріалів для ігрових, кейсових, проєктних і діалогічно-дискусійних технологій.

Значний дидактичний потенціал в контексті нашого дослідження має застосунок The ENACT web app [213] (https://play.google.com/store/apps/details?id=gg.enact.main&pli=1). Він має на меті інтегрувати культури різних країн шляхом поєднання вивчення іноземних мов і створення культурних артефактів, використовуючи інноваційну педагогіку цифрового навчання на основі завдань і пропонуючи реальний інтерактивний досвід навчання, а також сприяти міжкультурній соціальній єдності й взаєморозумінню через двосторонній обмін знаннями, онлайн-обмін (віртуальний) між спільнотами. Довгострокова мета вебзастосунку ENACT – створити банк завдань для вивчення якомога більше мов, культур і країн, сприяючи міжкультурному розумінню та спілкуванню. Проєктна робота передбачає залучення студентів до створення власних заходів на основі їх

власної культури для представлення світовій аудиторії, з вибором використання рідної мови (з підписами або субтитрами) або англійської мови як лінгва франка. Водночас, відбувається розвиток цифрових навичок за допомогою програмного забезпечення ENACT, яке було розроблено для розвитку широкого спектру цифрових навичок за допомогою структури DIGCOMP 2.1. Вебзастосунок ENACT може бути використаний для викладання в рамках широкого спектру програм і курсів з акцентом на мови, культури й міжкультурне спілкування, оскільки майбутні фахівці в галузі туризму матимуть нагоду самостійно досліджувати існуючі культурні заходи й створювати нові, брати участь у спільноті ENACT, використовуючи застосунок як частину віртуального обміну для сприяння міжнародній співпраці зі здобувачами вищої освіти з інших країні й таким чином підвищуючи свою обізнаність про полікультурність й формуючи міжнародний світогляд в контексті інтернаціоналізації вищої освіти.

Доцільними для використання в освітньому процесі в контексті нашого дослідження також вбачаються *ютуб канали*. Застосування каналів на ютубі в академічних цілях має велике значення, дозволяючи створювати активні, конструктивні та інтерактивні можливості навчання, стимулювати командну роботу шляхом обміну відео між учасниками, підсилювати значущість навчання, здатність запам’ятовувати й зберігати знання чи інформацію на тривалий період часу [179]. Їх вважають потужним засобом навчання, оскільки відео активізують роботу обох півкуль мозку: логічної та творчої завдяки поєднанню вербального та візуального матеріалу [192; 260].

Особливо корисними для формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму вбачаємо ряд влогів, які надають багатий країнознавчий, соціокультурний і лінгвістичний матеріал англійською мовою, зокрема:

1) Влог «Geography Now», який втілив оригінальний підхід до тревел-блогінгу (https://www.youtube.com/GeographyNow). У влог запрошуються люди з різних куточків світу, які розповідають про цікаві локації у країнах, де вони

мешкають, надаючи огляд світу в його найбільш природному вигляді й охоплюючи широкий спектр країнознавчої тематики англійською мовою на рівні B2 й вище. Влог пропонує відео про Океанію, Південну, Північну й Центральну Америку, Центральну й Західну Азію, країни Європи, країни Африки.

2) Канал «Lindie Botes» (https://www.youtube.com/LindieBotes), створений ведучою з Південної Африки, яка вивчала англійську з початкового рівня, й більше спрямований на розмовну практику, оскільки вона ділиться своїм досвідом, здобутками й застосунками щодо опанування мови, тайм-менеджменту при вивчення мови, типових помилок при вивченні мови самостійно, способу мислення для оптимально швидкого та якісного засвоєння іноземної мови, вивчення мови без англомовного середовища і з носіями мови.

3) Влог «Delish» (https://www.youtube.com/delish), присвячений кулінарії. Пропонований англомовний контент дає змогу навчитись готувати нескладні страви різних країн, подає огляди цікавих кулінарних локацій, знайомить з кулінарними звичками відомих людей. Контент підійде усім, хто зацікавлений у вивченні тематичної лексики, хто цікавиться кулінарними традиціями різних країн, а також специфікою локальних варіантів англійської, оскільки відео готують автори з кількох країн світу.

4) Влог «Ruri Ohama» (https://www.youtube.com/RuriOhama), спрямований на вивчення ділової англійської мови. Японсько-турецький влогер ділиться з аудиторією своїм досвідом вивчення іноземної мови, не лише надаючи зразки використання англійської мови, але й здійснюючи психологічну підтримку тих, хто відчув труднощі під час її вивчення.

Водночас, практика занурення у *віртуальне середовище* дозволить майбутнім фахівцям у галузі туризму відчути себе невід'ємною частиною професійно-орієнтованої ситуації, яка спеціально розроблена для підготовки учасників освітнього процесу до комунікації в її межах, а в разі успішного виконання завдання зростає зацікавленість студентів у подальших завданнях і їх мотивація до досягнення кращих результатів під час навчання. *Технології AR*

і VR у процесі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму дозволяють проводити відеоконференції з усіх точок нашої планети, створювати 3D електронні освітні ресурси, презентаційні й інформаційні матеріали, візуалізувати країни, мови яких вивчаємо, організовувати 3D-тури по різних містах, музеях, визначних місцях, які дають змогу переміщатися у віртуальному просторі й створювати максимально реалістичне середовище для виконання професійно-орієнтованих комунікативних завдань.

Серед прикладів застосунків віртуальної реальності, які є доцільними для використання при формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму під час вивчення навчальних дисциплін «Організація екскурсійних послуг», «Ділова іноземна мова», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі», особливо для занурення здобувачів вищої освіти в англомовне середовище, зазначимо:

1) застосунки віртуальної реальності для вивчення іноземної мови з метою комунікації в професійному туристичному середовищі:

– Mondly: Learn 33 Languages (https://apps.apple.com/us/app/mondly-learn-33- languages/id987873536), який є першим застосунком, що використовує доповнену реальність з технологією чат-бота та розпізнавання мови для вивчення іноземних мов, вступаючи в розмову з користувачами та надаючи відгуки щодо їхньої вимови. Застосунок спрямований на вивчення тридцяти трьох іноземних мов. Mondly включає в себе читання, слухання, письмо й завдання на говоріння. Відмінною особливістю застосунку є можливість брати участь у розмові з віртуальними персонажами на задану тему реальних життєвих ситуацій (знайомство, замовлення вечері, поїздка на таксі тощо);

– VRSpeech (https://www.vrspeech.app), що використовується для збагачення словникового запасу й тренування навичок говоріння у двох режимах: навчальному й ситуативному. Усі ситуації, в які залучається користувач, є реальними: замовлення в ресторанах, співбесіди, презентації

тощо. Високоякісне розпізнавання мови та контекстно-специфічна взаємодія є особливими характеристиками застосунка;

– VirtualSpeech (https://virtual-speech.ru.aptoide.com), що дозволяє користувачам застосовувати різні сценарії, які мають вирішальне значення для формування ключових мовних навичок. Компонентами сценаріїв VirtualSpeech є публічні виступи, просування продукту, побудова мережі контактів (networking), комунікація керівників, презентації та медіа-тренінги. Основними особливостями застосунка є його місця проведення, наближені до реальності, такі як віртуальні кімнати з аудиторією, наявність шуму й відволікаючих факторів для повного занурення користувача в подію. Функція аналізу мови дозволяє учасникам заходу отримати відгуки про свої виступи, записати свої виступи й отримати результати розвитку власних навичок;

2) англомовні інструменти для створення віртуальних екскурсій і турів для переміщення в просторі й часі: Mapillary, Tour Builder, Historypin, Tour Creator, EyeSpy360, TeliportMe;

3) відеоігри, що пропонують можливості для віртуальних подорожей по всьому світу, даючи нагоду інтегрувати вивчення географії, туризму й іноземних мов, а також проводити вікторини й проєкти в умовах віртуальної реальності: Google Earth VR, BRINK Traveler;

4) застосунки VR з візуального досвіду відвідування музеїв, що дозволяють користувачам персоналізувати їхній інтер'єр, створюючи унікальний досвід музейного відвідування, супроводжений музикою й неповторною атмосферою: Great Paintings VR (безкоштовна VR-гра, яка містить понад 1000 відомих картин з великих музеїв світу, кожну з яких можна вивчати окремо або через арт-галерею, організовану за певним художнім напрямком чи художником), The Omni Gallery (безкоштовний віртуальний музей, колекція художніх експонатів з кількома основними експозиціями, які надають доступ до найкращих творів мистецтва з 3D-сканами, скульптурами й 3D-фігурами);

5) віртуальні світи/ спільноти: Second Life (secondlife.com) (як віртуальне місце для проведення онлайн-зустрічей, конференцій і простору співпраці),

Livemocha (livemocha.com) та Busuu (busuu.com) (як спільноти для вивчення іноземних мов і комунікативної взаємодії з носіями мови).

Окрім застосування цифрових технологій, формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму передбачає використання інтерактивних *методів навчання,* які в поєднанні з цифровізацією призводять до синергетичного ефекту в умовах змішаного навчання. До таких методів навчання відносимо: діалогічно-дискусійні (діалог (смислотворчий, аргументаційний, проблемний, оргдіалог), бесіда, диспут, дебати, дискусія (форум-театр, рольова дискусія, переговори з використанням техніки рефлексивного слухання, перехресна дискусія, дискусія з відкритим закінченням), мозковий штурм, антимозковий штурм, метод сторітелінгу, метод рецензій, метод Кіплінга, метод «Проблемне коло»); ігрові (ділові, рольові, електронні інтерактивні); метод проєктів. Вагома роль відведена використанню *технологій навчання*, зокрема кейсових технологій; технологій фасилітації («Світове кафе», «Парадигма позитивних змін»); технології співробітництва («Метод 635», «Капелюхи Де Боно», «Акваріум», «Займи позицію», «Коло ідей»), які спрямовані на моделювання ситуацій взаємодії в освітньому середовищі з застосуванням тематики й проблематики, актуальної для професійного оточення.

Реалізація різновидів професійно спрямованої діяльності, залучення майбутніх фахівців у галузі туризму до активної комунікації й взаємодії з урахуванням полікультурної перспективи дозволяє на свідомому й підсвідомому рівнях формувати в них уявлення про норми, цінності професійної діяльності, способи поведінки й емоційну залученість до неї. Саме це дозволить забезпечити комунікативний, діяльнісний, інтерактивний характер процесу професійної підготовки майбутніх фахівців у туристичній галузі.

Отже, в освітньому процесі викладач повинен залучати майбутніх фахівців туристичної галузі до активної взаємодії; організовувати різноманітні форми спілкування, що передбачають діалог, встановлення взаємодовіри, обмін різними думками й поглядами, встановлення емоційного контакту; поєднувати

теоретичні знання з практичними аспектами майбутньої професії й особистим досвідом здобувачів вищої освіти; створювати атмосферу творчої співпраці, яка сприяє розширенню кола спілкування. Крім того, передбачається гармонійне поєднання різних форм занять: *лекцій*, що передбачають активну участь слухачів (інтерактивна лекція, лекція-дискусія, проблемна лекція, бінарна лекція, лекція-круглий стіл), *семінарів* з використанням інтерактивних методів (семінар-дискусія, семінар-захист проєктів, індивідуальних творчих завдань), а також *практичних занять*.

З метою цілеспрямованої підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до ефективної комунікації в полікультурному середовищі нами розроблено авторський спеціальний курс **«Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі»** з використанням методики CLIL (Content and Language Integrated Learning), який введено у навчальний план бакалаврів експериментальної групи (ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького, Запорізького національного університету, Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника) (дод. Е).

Мета спецкурсу – сформувати в майбутніх фахівців у галузі туризму полікультурну комунікативну компетентність в умовах змішаного навчання, допомогти їм в оволодінні основними теоретичними засадами й набутті практичних умінь щодо ефективної комунікації в полікультурному середовищі, які є необхідними для взаємодії з представниками інших культур у туристичному бізнесі, навчити їх застосовувати ці знання й уміння в майбутній професійній діяльності. Завданнями спецкурсу визначено такі:

– забезпечення майбутніх фахівців у туристичній галузі знаннями теоретичних положень щодо полікультурної комунікативної компетентності;

– закріплення в свідомості бакалаврів з туризму морально-етичних засад міжособистісної взаємодії в полікультурному професійному середовищі;

– формування мотивів, ціннісних установок фахівця, які визначають загальну спрямованість професійної діяльності, потребу в ефективній

комунікації й міжособистісній взаємодії з представниками інших культур, а також мотивів самовдосконалення власного рівня полікультурної комунікативної компетентності, цінностей і цілей спілкування;

– формування у майбутніх фахівців у галузі туризму умінь, необхідних для ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі (мовленнєвих, перцептивно-прогностичних, інтерактивних, соціокультурних, організаційно-координаторських);

– розвиток особистісних якостей (здатності до рефлексії, толерантності, бар'єропревентивності);

– застосовування на практиці методів, прийомів і стратегій досягнення позитивного результату міжкультурної комунікації;

– визначення ролі англійської мови як мови міжнародного спілкування (лінгва франка) в бізнесі (English as business lingua franca (BELF)) у культурному різноманітті та її впливу на способи мислення й поведінку, що відображається в різних типах комунікації (письмовій та усній) у процесі професійної взаємодії на командному, організаційному й клієнтському рівнях.

Програма спецкурсу розрахована на три кредити (90 год.), з яких: лекційних – 20 год., семінарських – 10 год., практичних занять – 10 год., індивідуальної роботи – 6 год., самостійної роботи – 44 год.

Зміст спецкурсу включає два змістові модулі: «Основні засади ефективної комунікації в полікультурному бізнес-середовищі в галузі туризму» й «Перешкоди та шляхи їх подолання в процесі ефективної комунікації в полікультурному туристичному бізнес-середовищі». Кожний модуль містить відповідні теми й питання, які мають бути висвітлені.

Так, перша тема першого модулю «*Поняття комунікації і її роль у концепції культури*» передбачає розкриття таких питань: функції комунікації, теорія комунікації, основні види комунікації; багатоаспектність поняття «культура»; культурні рівні й виміри, основні типи культур; культурний релятивізм; полікультурність, мультикультурність і міжкультурність.

Розкриття змісту теми «*Фундаментальні моделі культури*» передбачає акцентування уваги на таких питаннях: культурологічні моделі (за Е. Холлом, Г. Хофстеде, Ф. Тромпенаарсом та Ч. Хемпден-Тернером); характеристики й критерії висококонтекстних і низькоконтекстних культур; рекомендації щодо спілкування з їх представниками; складання культурологічної мапи світу.

Під час вивчення теми «*Особливості міжкультурної комунікації*» увага майбутніх фахівців у галузі туризму має акцентуватися на таких питаннях: поняття «нація», «народ», «етнос», «менталітет», «гендер», «стиль комунікації», «комунікативна поведінка»; культурна ідентичність, культурні цінності та їхнє місце в комунікації в полікультурному середовищі; міжкультурні особливості комунікативної поведінки, комунікативні стратегії; міжкультурна комунікація засобами туризму як чинник культурного зростання й духовного збагачення особистості, збагачення культурного світу особистості в іншому соціокультурному середовищі.

Наступна тема «*Професійна англомовна комунікація в глобальному туристичному бізнес-контексті*» передбачає розгляд таких питань: багатогранність ролі мови, полікультурність і мультилінгвізм; англійська мова як мова міжнародного спілкування в бізнесі (BELF) та її особливості для носіїв мови та не носіїв мови; вплив BELF та мовних бар'єрів на встановлення довірливих стосунків у багатонаціональних командах; BELF і різноманітність.

Значна роль має відводитися останній темі першого модулю «*Елементи комунікації в полікультурному середовищі галузі туризму*», в якій висвітлюватимуться такі питання: специфіка, форми й стилі вербальної комунікації, вербальна комунікація в контексті туризму та туристичної діяльності, вербальні тактики спілкування при наданні туристичних послуг; невербальні засоби спілкування, сутність невербальної комунікації, її контексти й форми: кінесика, проксеміка, окулістика, такесика, хрономіка, сенсоріка; види паравербальної комунікації: просодика й екстралінгвістика; засоби досягнення

ефективної комунікації; метамова та її особливості; психологічні основи комунікації в умовах мультикультурності.

Другий модуль «Перешкоди та шляхи їх подолання в процесі ефективної комунікації в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» містить п’ять тем.

Перша тема другого модулю «*Процес соціальної категоризації і стереотипізації*» передбачає розкриття таких питань: поняття й функції стереотипів, поняття й типи упереджень, механізм їх формування; вплив національного стереотипу на галузь туризму; урахування типу культури під час розробки туристичного продукту, виходу на новий ринок, налагодження ділових відносин та здійснення обслуговування клієнтів.

Під час вивчення наступної теми «*Проблема розуміння в міжкультурній комунікації*» увага майбутніх фахівців у галузі туризму має акцентуватися на таких питаннях: взаємодія й взаєморозуміння, бар’єри комунікації; основні прийоми та способи досягнення взаєморозуміння; природа міжкультурних конфліктів та їх види; туризм як соціокультурний феномен у світлі конфліктологічного аналізу; класифікація крос-культурних конфліктів у туризмі (за Устименко Л.М.); стратегії й засоби подолання міжкультурних конфліктів; атракція й атрибуція в міжкультурній комунікації.

Розкриття змісту теми «*Професійна взаємодія в полікультурному туристичному середовищі в контексті ділової комунікації*» передбачає акцентування уваги на таких питаннях: толерантність і її межі, інтолерантність; етичний кодекс міжкультурної комунікації; проблеми мовних і культурних відмінностей у міжнародному туристичному бізнесі: наслідки для письмової та усної ділової комунікації; проблеми перекладу й адаптації повідомлень для різноманітних культур; управління репутацією в туристичної галузі: опрацювання негативних відгуків і формування позитивного іміджу в контексті полікультурності.

Наступна тема «*Мистецтво переконання у багатокультурному діловому світі*» передбачає розгляд таких питань: вплив вимірів культури на стилі

переконання; подолання заперечень та опору: культурні відмінності у вирішенні суперечностей та проблем; авторитет і прийняття рішень у різних культурах; тактики переконання в різних стилях переговорів; оцінювання ефективності й надання зворотного зв'язку; роль цифрових інструментів у комунікації з метою переконання.

Важлива роль має відводитися останній темі другого модулю «*Актуальні проблеми й виклики ефективної комунікації в сучасному туристичному бізнесі*», в якій висвітлюватимуться такі питання: роль цифрових технологій в подоланні міжкультурних бар'єрів; цифрова трансформація комунікації: вплив соціальних мереж, месенджерів, чат-ботів на взаємодію з клієнтами; використання даних для створення індивідуальних пропозицій; роль мобільних застосунків у забезпеченні безперервної комунікації з туристами; віртуальна та доповнена реальність як нові інструменти для презентації туристичних продуктів; розвиток глобалізаційних процесів та суперечливий характер діалогу культур.

За методикою CLIL (Content and Language Integrated Learning), вивчення окремих тем чи модулів дисципліни відбувається англійською мовою, тому вважаємо за доцільне вивчати низку тем спецкурсу «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» англійською мовою, що забезпечить занурення в англомовне професійне середовище, дозволить застосувати на практиці комунікативні навички, досягнути синергетичного ефекту через розширення розуміння культур інших країн, культурних взаємовідносин й одночасний розвиток навичок міжкультурного спілкування, комунікативних навичок в професійному середовищі, підготовку до інтернаціоналізації, а також реалізувати віртуальну мобільність через проходження відповідних дистанційних курсів англійською мовою. До таких тем включаємо ті, що пов'язані з комунікацією, комунікативними стратегіями, проблемами комунікації в полікультурному середовищі й шляхами їх подолання, зокрема «Професійна англомовна комунікація в глобальному туристичному бізнес-контексті», «Елементи комунікації в полікультурному

середовищі галузі туризму», «Професійна взаємодія в полікультурному туристичному середовищі в контексті ділової комунікації», «Мистецтво переконання у багатокультурному діловому світі», «Актуальні проблеми й виклики ефективної комунікації в сучасному туристичному бізнесі».

Програмою спецкурсу передбачено гармонійне поєднання лекційних, семінарських та практичних занять. Формами проведення лекцій є лекція з використанням мозкового штурму, лекція з продукування креативних ідей, лекція-роздум, лекція-дискусія, проблемна лекція, бінарна лекція.

Запропонованою структурно-функціональною моделлю передбачено *лекції з продукування креативних ідей* (передбачає швидку зміну фокусу уваги здобувачів вищої освіти, що стимулює активну розумову діяльність та сприяє генерації нових ідей). Як стверджує Л. Петришин, «лекції, спрямовані на продукування креативних ідей, підвищують ефективність навчального процесу та зумовлюють внесення в нього творчої складової, що спонукає до появи усвідомлених мотивів (вияву креативної ініціативи, прагнення креативної самореалізації, репрезентування креативного вирішення проблеми) у проведенні лекції з фаху» [119, с. 68].

Особлива увага приділяється *бінарній лекції*, де складні, дискусійні теми подаються у формі діалогу між двома викладачами. Ця форма роботи дозволяє моделювати реальні професійні ситуації, в яких фахівці з різних галузей (теоретик і практик) висловлюють протилежні або доповнювальні точки зору. Під час такої лекції студенти спостерігають за дискусією, бачать різні підходи до вирішення однієї проблеми та формують власну думку. Принцип бінарної лекції полягає у взаємодоповненні інформації, демонстрації різноманітності поглядів і стимулюванні критичного мислення у студентів. Цей формат сприяє розвитку навичок аналізу та синтезу інформації, критичного мислення, а також формуванню толерантності до різних поглядів і власної позиції. При цьому викладачі під час дискусії можуть або дійти єдиної думки, або залишитися на власних позиціях.

Передбачається використання таких різновидів мозкового штурму, як

«Stepladder» і «Мозковий штурм із використанням конвертів». «Stepladder» передбачає покрокове залучення кожного учасника до обговорення проблеми. Спочатку кожен учасник індивідуально аналізує проблему, потім учасники об'єднуються в пари для обміну ідеями, поступово долучаючи до обговорення нових учасників. Такий підхід дозволяє кожному висловитися та сприяє виробленню спільного рішення з усвідомленим стисненням інформації й конструктивним обговоренням проблеми.

Метод «Мозковий штурм із використанням конвертів» детально описано у Н. Волкової [28, с. 52]. Кожен здобувач вищої освіти отримує конверт із індивідуальним проблемним питанням. За відведений час він має письмово відповісти на це питання на картці, обґрунтувавши свою думку. Далі конверт передається наступному виконавцю завдання, який, у свою чергу, додає свої міркування щодо поставленої проблеми. Таким чином, конверт проходить через усіх членів групи. Після того, як усі висловили свої думки, конверт повертається до першого учасника. Він ознайомлюється з усіма відповідями й формулює загальний висновок. При цьому важливо розуміти, що проблему слід розглядати з різних ракурсів, а рішення має ґрунтуватися на чітко структурованій логіці, наприклад, за допомогою моделі «дерева рішень». Під час обговорення здобувачі вищої освіти будують своєрідне «дерево»: коріння – це сама проблема, на стовбурі основні причини її виникнення позначені на основних гілочках, а факти, що підтверджують ці причини, – на допоміжних гілочках. На стовбурі ж формулюється висновок. Записи мають бути короткими й лаконічними, відображаючи суть і ключові аргументи.

У рамках вивчення спеціального курсу «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» також передбачено проведення *семінарських* (семінар-дискусія, семінар-захист проєктів, індивідуальних творчих завдань) і *практичних* занять з використанням інтерактивних методів навчання, зокрема діалогічно-дискусійних (діалог, оргдіалог, бесіда, диспут, дебати, дискусія (форум-театр, рольова дискусія, переговори з використанням техніки рефлексивного слухання, перехресна

дискусія, дискусія з відкритим закінченням), мозковий штурм, антимозковий штурм, метод сторітелінгу, метод рецензій, метод Кіплінга, метод «Проблемне коло»), кейс-методу («Managing Diversity»), ігрових (ділові, рольові («Переговори», «Ділова бесіда»), соціально-психологічні («Заблукали на Місяці»), електронні інтерактивні). Значна увага надається технологіям навчання, зокрема технологіям фасилітації («Світове кафе», «Парадигма позитивних змін»), технологіям співробітництва («Метод 635», «Капелюхи Де Боно», «Акваріум», «Займи позицію», «Коло ідей»), а також вправам («Вплив емоційних станів на взаємостосунки», «Збір фраз для контакту», «Толерантність у спілкуванні», «Як стати своїм», «Я як ти», «Змістовні» жести», «Зрозумій співрозмовника» та ін.).

Під час формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму акцентовано увагу на необхідності активної участі здобувачів вищої освіти в різних формах **позааудиторної роботи**, мета якої: створення умов для творчого інтелектуального розвитку бакалаврів з туризму у вільний від навчання час, їх самореалізації; їхня підготовка до взаємодії в полікультурному професійному середовищі; впровадження інноваційних форм і методів організації такої підготовки. Зазначимо, що позааудиторна робота повинна бути професійно спрямованою, що дозволить майбутнім фахівцям у галузі туризму набути первинного практичного досвіду, знайти власний професійний стиль взаємодії в умовах мультикультурності.

Передбачено організацію і проведення *«Майстерні міжнародних бізнес-комунікацій»*, що має на меті залучення спікерів, які є практиками в сфері міжнародного бізнесу, до проведення гостьових лекцій та воркшопів англійською мовою для отримання інформації з першоджерел щодо особливостей міжнародного професійного середовища, нових викликів і сучасних тенденцій в умовах культурного різноманіття, а також обов’язкова участь майбутніх фахівців у галузі туризму в науково-практичних конференціях, вебінарах, онлайн-курсах тощо.

Доцільно зазначити, що для реалізації концепції інтернаціоналізації вищої освіти структурно-функціональною моделлю передбачено використання низки освітніх платформ для навчання на курсах зарубіжних закладів вищої освіти як виду *віртуальної мобільності*. Зазначені дистанційні курси можуть стати в нагоді при формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, а саме:

1) курси на освітній платформі FutureLearn [218]:

– Anthropology: Understanding Societies and Cultures;

– Exploring English: Food and Culture;

– Intercultural Communication: Dynamics of Cultural Identities in Global Interaction;

– Introduction to Intercultural Studies: Crossing Borders;

– Introduction to Intercultural Studies: Defining the Concept of Culture;

– Introduction to Intercultural Studies: Intercultural Contact;

– Introduction to Intercultural Studies: Language and Culture;

– Multilingual Learning for a Globalised World;

– Multilingual Practices: Tackling Challenges and Creating Opportunities;

– The Museum as a Site and Source for Learning;

– Unleash Your Potential: Global Citizenship;

– Working with Translation: Theory and Practice;

2) курси на освітній платформі Coursera [204]:

– Effective communication in the globalised workplace;

– Engagement in persuasive and credible communication;

– Intercultural communication and conflict resolution;

– Intercultural management;

– International leadership and organisational behaviour;

– Shaping a professional identity through effective intercultural communication;

– America Through Foreign Eyes;

– Cultural Competence – Aboriginal Sydney;

– Race and Cultural Diversity in American Life and History;

3) курси на освітній платформі MOOC [261]:

– HKPolyUx: Managing Marketing in the Hospitality and Tourism Industry;

– KULeuvenX: Creating a Digital Cultural Heritage Community;

– LSE: Intercultural Communications in the Workplace;

– NUS: Intercultural Communication at Work – Land the job and do it well;

– StellenboschX: Exploring and Developing a Multilingual Mindset;

– UQx: Foundations of Culture and Communication.

Доцільною формою позааудиторної роботи вважаємо *розмовні (дискусійні) клуби*, які спрямовані на розвиток іншомовних комунікативних навичок на основі автентичних матеріалів. Розмовний клуб визначають як інтерактивну позааудиторну діяльність, що вимагає застосування сучасних інтерактивних методів навчання, які підтримують професійне навчання й здобуття знань, сприяють соціальному обміну через розвиток базових мовних та комунікативних навичок [210, с. 5]. Участь у розмовному клубі дає студентам нагоду долучитися до колаборативного середовища для практики комунікативних навичок англійської мови через бесіди, презентації, промови, розповіді, дебати тощо. Учасники мають змогу отримати моральну й емоційну підтримку своїм поглядам і думкам, більше можливостей висловлюватися англійською мовою, підсилити впевненість і залученість до англомовної комунікації, ознайомитися з новими перспективами й поглядами на різні теми, отримати відгуки й рекомендації від інших учасників [235].

Під час підготовки, організації та проведення розмовного клубу вважаємо за доцільне дотримуватися основних дидактичних принципів, а саме: візуалізації (застосування діаграм, графіків, дорожніх карт, ментальних карт, інфографіки, сторітелінг тощо), доступності (відповідність тем загальному рівню професійної й іншомовної компетентностей), свідомої й активної участі (добровільна участь у заході й активна участь у пізнавальному освітньому процесі), систематизації й безперервності (взаємозв’язок між навчальним і тренувальним етапами або поєднання теорії з практикою) [349]. Обов’язковим правилом розмовного клубу є демонстрація взаємної поваги й толерантності,

уникнення дискримінації учасників за расовою, релігійною ознакою, віком і способом життя [210, с.8], що є критично важливим для формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

Серед корисних автентичних ресурсів, які можуть застосовуватися для проведення засідань розмовного клубу, варто зазначити відеохостинг TED Talks [323]. Найчастіше ці відеоматеріали застосовуються під час вивчення англійської мови з акцентом на розвитку різноманітних лінгвістичних навичок (аудіювання, вимови, граматики, письма, збагачення словникового запасу), а також розвитку навичок презентацій і публічних виступів англійською мовою. Проте, оскільки серед доповідачів на TED Talks часто зустрічаються менеджери компаній, практики зі сфери бізнесу, які презентують свої думки, ідеї, діляться досвідом щодо успішної діяльності, то для майбутніх фахівців у галузях, пов’язаних з бізнесом, зокрема і з туристичною галуззю, це може бути корисним матеріалом не тільки для удосконалення умінь і навичок з англійської мови, а й ефективним інструментом для отримання професійних знань [142; с. 192].

Незважаючи на формат подачі інформації та її характер, що спікери використовують, «усі виступи проєкту мають низку спільних рис – цікавість, актуальність, натхненність, гуманність, відкритість, демократизм» [73; с. 25], що сприятиме підвищенню мотивації здобувачів вищої освіти щодо опанування навчального матеріалу англійською мовою. Оскільки сфери впливу матеріалів TED Talks, які доцільно використовувати в навчальному процесі, можна умовно поділити на чотири групи: соціокультурний, компетентнісний, мовний і психологічний [73; с. 26], цей ресурс є максимально корисним і для формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у туристичній галузі.

Серед пізнавальних і водночас мотивуючих відео TED Talks у цьому контексті варто зазначити:

– виступ Наталі Фратто «3 ways to measure your adaptability – and how to improve it» (https://ed.ted.com/lessons/3-ways-to-measure-your-adaptability-and-how-to-improve-it-natalie-fratto), в якому розглядається важливість адаптивності (AQ – коефіцієнту адаптивності) у порівнянні з IQ (коефіцієнтом інтелекту) й EQ (коефіцієнтом емоційного інтелекту) в бізнес-середовищі й методи підвищення її рівня в контексті аналізу потенціалу молодих підприємців для залучення венчурного капіталу;

– виступ Мішель Вукер «Why we ignore obvious problems – and how to act on them» (https://ed.ted.com/lessons/agUde35O), в якому вона аналізує ставлення до ризиків і глобальних загроз в різних країнах, а також визначає спільні риси й відмінності в поведінці представників різних культур щодо невизначеності й дистанції влади;

– виступ Адама Гранта «Are you a giver or a taker?» (https://ed.ted.com/lessons/bJ27nOxj), в якому розглядається питання формування корпоративної культури на основі особистісного аналізу для забезпечення ефективної взаємодії в колективі;

– виступ Фрасез Фрей «How to build (and rebuild) trust» (https://ed.ted.com/lessons/how-to-build-and-rebuild-trust-frances-frei), в якому вона пропонує три компоненти довіри, розкриває їх сутність і надає приклади шляхів усунення проблем з комунікацією, пов’язаних з відсутністю довіри на прикладі компанії Uber;

– виступ Кріса Мілка «How virtual reality can create the ultimate empathy machine» (https://www.ted.com/talks/chris_milk_how_virtual_reality_can_create_the_ultimate_empathy_machine), в якому він розглядає віртуальну реальність як технологію, яка дає змогу переміщатися в просторі й часі для набуття автентичного досвіду, створювати емоційні зв’язки, проявляти емпатію й розвивати здатність до співпереживання й співчуття;

– виступ Селести Хедлі «10 ways to have a better conversation» (https://ed.ted.com/lessons/10-ways-to-have-a-better-conversation-celeste-headlee), в

якому вона дає рекомендації щодо ефективної комунікації, які включають як поведінкові (активне слухання, використання відкритих питань, уникнення багатозадачності), так і особистісні компоненти (щирість, відкритість, сміливість).

Отже, використання відеохостингу TED Talks під час проведення розмовних клубів англійською мовою з метою формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму має високий потенціал, даючи нагоду не лише удосконалювати лінгвістичні навички, а розвивати критичне мислення, креативність, толерантність, уміння висловлювати свою точку зору й взаємодіяти в професійному середовищі.

У цьому блоці передбачено залучення бакалаврів до практичної професійно спрямованої діяльності фахівця у галузі туризму, пошуково-практичної діяльності, що забезпечує формування у здобувачів вищої освіти рефлексивної позиції; опанування майбутніми фахівцями вміннями й отримання досвіду ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі, ознайомлення з новітніми підходами її здійснення під час виробничої практики (1,5 кредити) та комплексної практики з фаху (3 кредити); участь у програмах літньої міжнародної практики на туристичних об’єктах (у туристичних комплексах, готелях тощо).

Під час розробки змісту практики доцільно враховувати здобуті бакалаврами з туризму в межах спецкурсу теоретичні знання й практичні вміння. Завдання практики мають бути спрямовані на вдосконалення навичок взаємодії в умовах мультикультурності, розвитку рефлексії. Після закінчення практики майбутні фахівці в галузі туризму мають здійснити рефлексивний аналіз сформованості компонентів полікультурної комунікативної компетентності.

Результативно-оцінювальний блок. Передбачає корекцію змісту, форм і методів підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі з метою її вдосконалення. Діагностика стає засобом включення майбутніх фахівців у

туристичній галузі в корекційну роботу над собою, власними якостями й поведінкою та самодіагностику, яка дозволяє виявляти поведінкові й особистісні комплекси, більш конструктивно формулювати власні проблеми, сутність їх впливу на взаємодію в професійному оточенні й діяльності за фахом (діагностичний інструментарій описано у підрозділі 2.3).

Результатом упровадження презентованої моделі має бути сформована полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму.

Підсумовуючи, зазначимо, що у підрозділі 2.1 було теоретично обґрунтовано й розроблено структурно-функціональну модель полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. Хід реалізації даної моделі буде подано у наступному підрозділі.

2.2. Реалізація моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання

Підрозділ 2.1 дисертаційного дослідження присвячено обґрунтуванню сутності структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. Цей підрозділ присвячено презентації блоків впровадження авторської моделі, яку було реалізовано в процесі формувального етапу експерименту.

Першочергово зазначимо, що реалізація моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання потребувала використання ряду методологічних підходів (системного, партисипативного, компетентнісного, контекстного, комунікативного, культурологічного, аксіологічного), дотримання певних принципів (толерантності, комунікативної співпраці, полікультурності, культуровідповідності, безперервності, навчання через

занурення, позитивності), а також здійснення попередньої діагностики рівня сформованості у бакалаврів з туризму полікультурної комунікативної компетентності (констатувальний етап педагогічного експерименту). Акцентуємо увагу на особливостях впровадження кожного блоку досліджуваної структурно-функціональної моделі.

Так, під час реалізації *концептуально-цільового* блоку було проведено установчий навчально-методичний семінар-практикум «Структурно-функціональна модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання» для науково-педагогічних працівників, які здійснюють підготовку здобувачів бакалаврського рівня вищої освіти зі спеціальності 242 Туризм. Викладачі ознайомилися з концептуальними положеннями формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, з сутністю та складом «полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму», зі структурно-функціональною моделлю формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. Їм було презентовано навчальну дисципліну «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» за методикою CLIL (Content and Language Integrated Learning) для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 242 Туризм бакалаврського рівня, надано навчально-методичні матеріали (робоча програма, силабус, кейси, ситуаційні завдання, вправи).

Під час проведення семінару було презентовано розроблені навчально-методичні матеріали й наголошено на необхідності забезпечення умов для створення атмосфери довіри й задоволення емоційних мотивів (придбання, єднання, осмислення, захищеності) під час освітнього процесу з метою отримання позитивних емоційних реакцій, оскільки такий підхід створює підґрунтя для ефективної роботи на заняттях і в подальшому сприяє плідній роботі в полікультурному середовищі при виконанні професійних обов’язків з

формуванням відповідних ціннісних орієнтирів і установок (прагнення до створення позитивних соціальних зв'язків, розуміння почуттів інших людей, прояву доброзичливості (гуманності), справедливості, прагнення до спілкування, взаємодії й співпраці).

Наприкінці зустрічі викладачі дійшли висновку про доцільність: включення емоційно насиченого професійно спрямованого матеріалу, орієнтованого на розвиток автентичності, логіки й емпатії майбутніх фахівців у галузі туризму як підґрунтя для встановлення сприятливої емоційної атмосфери під час навчання й довірливих стосунків у команді, занурення в англомовне професійне середовище; організації та проведення майстер-класів, воркшопів від спікерів-практиків з бізнесу англійською мовою для стимулювання пізнавального інтересу й позитивної мотивації до майбутньої професійної діяльності в сфері туризму, підсилення прагнення до успіху й досягнень на прикладі рольових моделей зі сфери бізнесу; застосування технологій фасилітації як методу організації й підтримки групової взаємодії для досягнення спільних цілей, стимулювання ініціативності учасників для запуску внутрішніх механізмів мотивації, саморозвитку й самовдосконалення у здійсненні ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі, усвідомлення потреби в особистісній перебудові.

На даному етапі було проведено діагностику рівня сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму (результати констатувального етапу педагогічного експерименту наведено у підрозділі 2.3).

Впровадження *змістово-реалізаційного блоку* моделі потребувало: врахування можливостей інтеграції знань оновлених за змістом дисциплін фахової підготовки бакалаврів з туризму з метою формування полікультурної комунікативної компетентності; використання методів навчання, які б підсилювали вмотивованість майбутніх фахівців у туристичній галузі щодо віднаходження особистісного сенсу знань щодо ефективної комунікації в полікультурному середовищі, активної участі в навчальній і позааудиторній

діяльності; формування мотивів досягнення, потреби в спілкуванні, рівня комунікативного контролю, особистісних цінностей, потреби в саморозвитку. Розкриємо реалізацію даного блоку структурно-функціональної моделі.

Розпочнемо з того, що вивчення дисципліни «Менеджмент у туризмі» передбачало акцентування уваги на таких питаннях: «Командотворення й лідерство в умовах полікультурності», «Крос-культурні навички комунікації в сфері туристичних послуг», «Вплив культурної обізнаності на задоволеність клієнтів у туристичній індустрії», «Роль емоційного інтелекту в менеджменті в туризмі», «Антикризовий менеджмент в умовах полікультурності в туризмі: створення стійких лідерських команд».

Під час проведення семінару-мозкового штурму «Вирішення конфліктів у команді в полікультурному туристичному середовищі: найкращі практики та кейси» («Team Conflict Resolution in Multicultural Tourism Settings: Best Practices and Case Studies») викладач широко використовував *прийоми й техніки фасилітації* (див. дод. Ж), зокрема «Хочу все знати», метафоричну візуалізацію, поляризацію думок, підбадьорення, розпитування, лінкування, урівноваження, що дозволило бакалаврам з туризму відчути впевненість у власних силах, віру в успіх і спонукало їх до відкритості в спілкуванні.

Семінар-мозковий штурм включав ряд завдань й обговорень, спрямованих на генерацію креативних та інноваційних рішень проблем, з якими стикаються багатокультурні команди в сфері туризму. Зокрема, під час проведення сесій мозкового штурму учасники працювали в малих групах для генерації ідей для визначення типових конфліктів у полікультурних командах. Для пошуку рішень було застосовано метод фасилітації «Світове кафе», який передбачав роботу в малих групах по 3-5 студентів з одним «господарем столу» з постійною зміною складу груп для обговорення ряду питань з однієї проблемної теми. Зокрема, майбутні фахівці в галузі туризму були розподілені на 5 малих груп, які працювали над наступними темами: «Ефективні комунікаційні стратегії в багатокультурних командах», «Роль лідера у вирішенні конфліктів у багатокультурних командах», «Стратегії побудови

довіри та командного духу в багатокультурних командах», «Використання технологій для підтримки вирішення конфліктів у багатокультурних командах», «Культурна компетентність як ключ до успішного вирішення конфліктів». Після опрацювання однієї теми в одній групі бакалаври з туризму переміщалися до іншої, вислуховували стислу доповідь-пояснення «господаря столу» щодо ключових ідей, доповнювали список своїми ідеями, й таким чином мали змогу проаналізувати всі п’ять питань.

Особливу зацікавленість бакалаври з туризму виявили під час семінару-захисту проєктів «Створення культурно інклюзивних робочих місць» («Developing Culturally Inclusive Workplaces»), для проведення якого їм було запропоновано підготувати проєкти в малих групах (по 3-4 особи) на одну з запропонованих тем:

1. «Cultural Intelligence in Hospitality Management: A Case Study of Multinational Hotel Chains»;

2. «Leading the Melting Pot: Exploring Leadership Styles in Multicultural Tourist Destinations»;

3. «Building Dream Teams: Strategies for Effective Collaboration in Diverse Tourism Environments»;

4. «Negotiating Success: Cross-Cultural Strategies in International Tourism Partnerships»;

5. «Preserving Heritage, Welcoming Diversity: Managing Cultural Differences at Tourist Attractions»;

6. «Tech-Forward Tourism: Leveraging Technology for Cross-Cultural Communication»;

7. «Decoding Decisions: The Cultural Lens in Tourism Management Choices»;

8. «Leading Across Screens: Challenges and Solutions for Virtual Teams in Tourism»;

9. «Innovations in Multicultural Training for Tourism Professionals: Case Studies and Analysis»;

10. «Emotionally Intelligent Leadership in the Tourism Industry: A Crucial Asset».

Виконання проєктів мало на меті розвиток навичок ефективної комунікації в полікультурному середовищі, ознайомлення з особливостями роботи в багатокультурних командах, успішним лідерством і застосуванням технологій для управління в умовах культурного різноманіття з аналізом різних кейсів з туристичної галузі. Під час виконання проєктного завдання майбутні фахівці в галузі туризму здійснювали пошук інформації, проводили аналітичні розвідки, взаємодіяли, використовуючи як безпосереднє, так і мережеве спілкування, підтримували різноманітні зв'язки й обговорювали алгоритм виконання поставленого завдання. Після завершення вони мали підготувати презентацію й розподілити ролі під час захисту проєкту за принципом рівності.

З метою реалізації *принципів полікультурності й позитивності* при проведенні семінару-захисту проєктів було застосовано метод фасилітації «Парадигма позитивних змін», що акцентував увагу на вивченні позитивного досвіду групи, а не перешкод при розгляді питань управління й лідерства, мотивації, стратегій комунікації в полікультурній команді.

Вивчення дисципліни «Маркетинг у туризмі» було збагачене такими питаннями: «Маркетинг у соціальних мережах у різних культурах: використання платформ для глобального туризму (Social Media Marketing Across Cultures: Leveraging Platforms for Global Tourism)», «Роль мови та локалізації в маркетингу міжнародного туризму (The Role of Language and Localization in International Tourism Marketing)», «Комунікаційні виклики в маркетингу міжнародного туризму: стратегії подолання культурних бар'єрів (Communication Challenges in Global Tourism Marketing: Strategies for Overcoming Cultural Barriers)», «Міжкультурна поведінка споживачів: розуміння та адаптація маркетингових стратегій (Cross-Cultural Consumer Behaviour: Understanding and Adapting Marketing Strategies)».

З метою подолання труднощів здійснення комунікативної діяльності в умовах полікультурності в професійному середовищі в освітньому процесі застосовували метод аналізу конкретних ситуацій (кейс-метод), який дозволив бакалаврам з туризму активно взаємодіяти, співпрацювати на основі суб'єкт-суб'єктних відносин, що сприяло підсиленню пізнавальної активності студентів, активізації критичного мислення й креативності, мало позитивний вплив на якість навчання, рівень усвідомленості ролі ефективної комунікації в полікультурному середовищі для власного професійного зростання, формування позитивного емоційно-ціннісного ставлення до майбутньої діяльності за фахом й збагачення власного практичного досвіду. Для досягнення кращих результатів у спільному вирішенні проблем при опрацюванні кейсу, здобувачі вищої освіти повинні розвивати соціальні навички, гнучкість і емпатію, здатність йти на компроміс, працювати з повагою до інших для прийняття рішень, враховуючи потреби всієї групи та погляди всіх її членів, здатність виконувати різні ролі й розділяти відповідальність за створений спільний продукт [312, с. 144], що є критично важливим у майбутній професійній діяльності фахівців у галузі туризму.

Під час роботи над кейсами особливого значення набувала роль викладача як фасилітатора, який «має створювати умови для ініціації і здійснення студентом особистого ціннісного вибору; ситуації, які пропонують різні альтернативи її вирішення і сприяють усвідомленій (рефлексійній) апробації цих альтернатив; донести до студента думку про те, що основний результат навчання у виші — здатність до інтенсивного і грамотного пошуку знань» [30, с. 231]. Це позитивно вплинуло на сприйняття бакалаврами з туризму роботи над кейсом як креативного процесу із застосуванням критичного мислення й аналітичних навичок, що стимулювало зацікавленість не тільки в знаходженні правильної відповіді, а й у повноцінній залученості до командної роботи, співробітництва й комунікації з формуванням міжособистісних і лідерських навичок.

У рамках вивчення теми «Міжкультурна поведінка споживачів: розуміння та адаптація маркетингових стратегій (Cross-Cultural Consumer Behaviour: Understanding and Adapting Marketing Strategies)» особливу зацікавленість виявили майбутні фахівці в галузі туризму при роботі над ситуаційним завданням у вигляді «case-study» «One Size Does Not Fit All» (https://www.mic.usi.ch/one-size-does-not-fit-all-cs-en), взятого й адаптованого з відкритого джерела [262]. Зазначений кейс був присвячений питанню обслуговування клієнтів з різних країн, зокрема опрацювання скарг і підвищення задоволеності клієнтів послугами компанії, з урахуванням контекстності культури, культурного виміру «індивідуалізм – колективізм», цінності «справедливість» з наданням рекомендацій щодо ефективних тактик ділового спілкування в умовах культурного різноманіття. Обговорюючи надані рекомендації (див. дод. И), майбутні фахівці в галузі туризму дійшли висновку, що для ефективної комунікації з клієнтами з різних країн необхідні знання місцевих умов і високий рівень обізнаності щодо культурних цінностей, оскільки взаємодія між людьми з різними ціннісними орієнтирами характеризується схильністю до непорозумінь, культура впливає на поведінку й уподобання клієнтів як споживачів.

У межах вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг у туризмі» було організовано круглий стіл «Сила персоналізації: адаптація маркетингу туризму до різних культур» («The Power of Personalization: Customizing Tourism Marketing for Different Cultures»), учасниками якого, окрім бакалаврів з туризму, стали ментор з маркетингу в акселераторі стартапів Бельгії «Start it», експерт з цифрового маркетингу, брендингу й маркетингу зростання А. Шостак (Бельгія) та менеджер по продуктам ринку в зарубіжній компанії Paragon Western Europe, колишній працівник компанії Amazon К. Кузнєцов (Франція), які поділилися власним досвідом щодо організації маркетингових процесів на міжнародному ринку з адаптацією до різних культур, щодо побудови цінностей світових брендів й особливостей їх прояву в умовах культурного різноманіття, впливу культури на комунікаційні процеси між компанією й клієнтом (з

конкретними прикладами маркетингових прийомів, які застосовуються компаніями в сфері туризму), наголосили на необхідності професійного зростання й постійного самовдосконалення.

Вивчення дисципліни «Організація екскурсійних послуг» передбачало акцентування уваги на таких питаннях: «Занурення в культуру на екскурсії: створення автентичних вражень для різнопланової аудиторії (Cultural Immersion in Excursions: Designing Authentic Experiences for Diverse Audiences)», «Адаптація екскурсійних розповідей з урахуванням культурної чутливості й уподобань (Adapting Excursion Narratives: Tailoring Storytelling to Cultural Sensitivities and Preferences), «Методи мультилінгвального екскурсійного обслуговування (Multilingual Tour Guiding Techniques)».

Під час вивчення теми «Занурення в культуру на екскурсії: створення автентичних вражень для різнопланової аудиторії (Cultural Immersion in Excursions: Designing Authentic Experiences for Diverse Audiences)» майбутні фахівці в галузі туризму ознайомилися з можливостями *цифрових технологій* для отримання доступу до автентичних матеріалів щодо різних країн і культур, які могли стати в нагоді при створенні оригінальних (віртуальних) екскурсій, максимально наближених до реальності. Бакалаври з туризму розглянули потенціал мобільних застосунків (аудіогідів, путівників) і ютуб каналів (зокрема влогу «Geography Now» як прикладу тревел-блогінгу) для аналізу наявних матеріалів, визначення сильних і слабких сторін існуючих аудіогідів і путівників, створення авторських екскурсій з використанням інформації з мобільних застосунків і влогів; технологій віртуальної й доповненої реальності, зокрема англомовних інструментів для створення віртуальних екскурсій і турів для переміщення в просторі й часі (Mapillary, Tour Builder, Historypin, Tour Creator, EyeSpy360, TeliportMe), застосунків VR з візуального досвіду відвідування музеїв (Great Paintings VR, Omni Gallery).

Під час роботи над індивідуальним проєктом «Themed Excursions for Every Taste» майбутні фахівці з туризму мали змогу скористатися отриманою інформацією щодо цифрових технологій і ресурсів, що додало їхнім виступам

автентичності й ефекту занурення у відповідності до *принципів культуровідповідності й навчання через занурення*. Вважаємо за необхідне зазначити, що під час розробки тематичних екскурсій майбутні фахівці в галузі туризму вдало поєднали теоретичні знання щодо принципів проведення екскурсій з їх практичним застосуванням, врахували результати аналітичних розвідок за допомогою цифрових технологій і презентували свої проєкти на досить високому професійному рівні. Наведемо приклад застосування цифрових технологій під час презентації результатів проєкту (рис. 2.2).

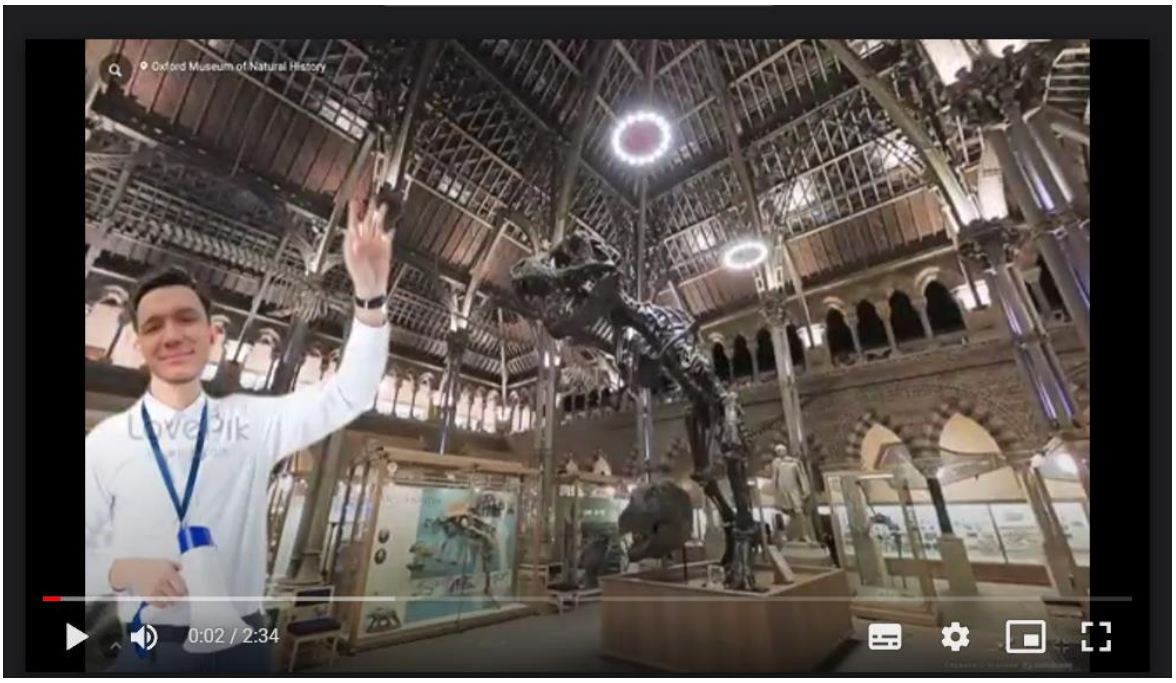


Рис. 2.2. Приклад застосування цифрових технологій під час презентації результатів проєкту «Themed Excursions for Every Taste»

При вивченні дисципліни «Організація екскурсійних послуг» доречною виявилася ділова гра «Cultural Leisure Challenge» (див. дод. К), яка викликала у майбутніх фахівців у галузі туризму особливу зацікавленість. Гра була спрямована на дослідження того, як культурні уявлення про маскулінність і фемінність впливають на дозвілля й екскурсійні уподобання, включаючи 6 рольових карток представників двох культур (Італії та Японії), які мали визначитися щодо своїх уподобань для участі в екскурсіях під час туру в Південній Кореї. Цей сценарій мав на меті стимулювати дискусії щодо культурних ставлень до гендерних ролей і уподобань у виборі дозвілля й

екскурсій, заохочуючи учасників до активного слухання, розуміння різних поглядів у групі й досягнення консенсусу на основі співпраці.

Що стосується дисциплін, пов'язаних з вивченням іноземної мови (англійської), то в закладах вищої освіти, на базі яких проводилося дослідження, в навчальні плани було включено або навчальну дисципліну «Ділова іноземна мова», або «Іноземна мова за професійним спрямуванням», тобто вони не вивчалися одночасно в жодному з зазначених ЗВО. Проте ці дисципліни мають певні спільні теми й спрямовані на формування умінь і навичок, необхідних для ефективної іншомовної комунікації в професійному середовищі або в різних сферах бізнесу, включаючи галузь туризму, або в більш вузькому професійному туристичному середовищі, тому запропоновані технології й методи навчання могли бути органічно інтегровані при вивченні обох дисциплін.

Вивчення дисципліни «Ділова іноземна мова» було збагачене такими питаннями: «Вирішення конфліктів при обслуговуванні клієнтів в умовах полікультурності (Conflict Resolution in Multicultural Customer Service)», «Ділова комунікація й ставлення: вплив культури під час роботи (Business Communication and Attitudes: Culture at Work)», «Проведення ефективних презентацій у полікультурному середовищі (Giving Effective Presentations in Multicultural Settings)», «Активне слухання та емпатія в культурному розмаїтті (Active Listening and Empathy in Cultural Diversity)». Під час вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» було акцентовано увагу на питаннях «Навички ведення переговорів у міжнародному туризмі (Negotiation Skills in International Tourism)», «Культурний туризм і культурна спадщина (Cultural Tourism and Cultural Heritage)».

Вагомого значення набув кейс-метод при опануванні дисциплін «Ділова іноземна мова» й «Іноземна мова за професійним спрямуванням». Слід зауважити, що існує суттєва різниця між кейсами, що застосовуються при вивченні іноземної мови, й кейсами, які використовуються в інших дисциплінах. Кейси в першому випадку короткі, зміст ситуації менш детальний,

оскільки він є інструментом, а мова стає метою діяльності. Кейси, що застосовуються при вивченні інших дисциплін, можуть мати від 10 до 40 сторінок, а зміст є ключовим елементом ситуації, правильність і деталі якого акцентуються [318, с. 12].

Під час вивчення іноземної мови кейс-метод розглядається як прийом, заснований на аналізі, обговоренні та прийнятті рішень. Майбутні фахівці в галузі туризму отримували інформацію про проблемну бізнес-ситуацію, з якою компанія зіштовхнулася в реальній діяльності. Аналізуючи кейс, учасники повинні були розмірковувати, взаємодіяти, брати відповідальність, вирішувати проблеми, а також визначати можливі варіанти дій та їхні наслідки, розвиваючи навички, необхідні для успішної практики іншомовної комунікації в полікультурному середовищі, при цьому використовуючи мову осмислено й спонтанно. Тобто кейси чітко надавали змогу студентам побачити, як теоретична робота, що відбувалася в аудиторії, може бути застосована в реальному професійному середовищі. Додаткові аудіо- та відеоматеріали, а також статті, звітність тощо створили більш реалістичні умови для розв’язання кейсу, навчаючи стратегій пошуку інформації в майбутній фаховій діяльності.

Особливістю кейсів, які пропонуються в британських навчально-методичних комплексах для вивчення дисциплін «Ділова іноземна мова» й «Іноземна мова за професійним спрямуванням», є наявність думки експертів щодо кейсу або у вигляді їхніх рекомендацій і бачення ситуації, або реальної стратегії компанії та результатів її впровадження. Такий аспект під час вивчення кейсів дав змогу студентам порівняти свої аргументи й рішення проблем з думкою професіоналів як певного бенчмаркінгу у сфері бізнесу міжнародного рівня, що виступило додатковим мотивуючим фактором для майбутніх фахівців у галузі туризму.

При роботі над кейсом під час вивчення іноземної мови вважаємо за доцільне додати етап інтерактивної розминки (interactive warmup) для поступового занурення студентів у тему кейсу через вступні запитання та мозковий штурм щодо можливих проблем, пов’язаних з кейсом. На цьому етапі

бакалаври з туризму прогнозували ключові проблемні аспекти в загальній ситуації, яка потім розглядалася в кейсі на прикладі конкретної компанії з більш детальними вхідними даними, що сприяло розвитку критичного й прогностичного мислення. Водночас, працюючи над кейсами, які відбуваються в площині міжнародної діяльності й аналізують ситуацію в багатонаціональних компаніях, акцент на культурних особливостях і полікультурному середовищі було інтегровано саме на етапі інтерактивної розминки для більш детального врахування полікультурного аспекту під час комунікації на етапах аналізу альтернатив і прийняття рішень.

При вивченні дисципліни «Ділова іноземна мова» доцільною виявилася робота з майбутніми фахівцями в туристичній галузі над кейсами, орієнтованими саме на сферу туризму, які були консолідовані автором в банк кейсів на основі різних зарубіжних видань й склали підґрунтя для розділу в навчальному в посібнику «Professional Communication and Vocabulary Bank for Tourism and HoReCa in Multicultural Settings» [264]. Кейси були відібрані, адаптовані й доповнені завданнями на етапі інтерактивної розминки, спрямовані на різні рівні іншомовної компетентності й структуровані за певною тематикою, зокрема «Careers and Recruitment in Tourism and Hotel Business», «Organizing Events and Creating Attractions», «Marketing in Hospitality and Tourism», «Customer Service and Staff Motivation in Hotel Business», «Airlines and Customer Satisfaction», «Competition, Partnership and International Expansion in Hospitality and Tourism».

Наведемо приклади запитань і завдань для етапу інтерактивної розминки, які було додано при роботі над кейсами під час вивчення тем, пов’язаних з управлінням персоналу, роботою в полікультурній команді, обслуговуванням клієнтів тощо, і сприяли формуванню полікультурних комунікативних умінь:

– Do staff members from different cultures have the same motivational drives? Why do you think so? Give examples.

– Why should managers of international teams be careful while leading and motivating team members from different cultures?

– Which problems can be caused if managers do not pay proper attention to multiculturalism of their teams? Discuss it taking into consideration G. Hofstede's cultural model and such cultural dimensions as individualism vs collectivism, power distance and masculinity vs femininity in particular on the basis of information available at https://www.hofstedeinsights.com/models/national-culture/.

– Compare Ukraine and any other three countries with the help of an online tool at https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/. Anticipate the possible problems in managing a team consisting of the staff members from these particular cultures.

– What communication problems could occur when your working day is nine hours ahead or behind that of your clients?

– What do cultural barriers to communication stem from?

– What are the differences between communication in low context cultures and high context cultures according to E. Hall's theory whose key takeaways are available at http://changingminds.org/explanations/culture/hall_culture.htm?

– How can these differences impede communication between employees and customers or among colleagues in international companies?

– Do the customer care policies differ in different countries? Why/ why not? How is it reflected on the ways how customers from different cultures complain and show their dissatisfaction? Think about it from the perspective of cultural differences according to E. Hall's and G. Hofstede's theories using information available at http://changingminds.org/explanations/culture/hall_culture.htm and www.hofstede-insights.com).

Корисним елементом конкретизації під час роботи над кейсами на заняттях з іноземної мови стало застосування прикладів певних країн як додаткового завдання від викладача при аналізі діяльності міжнародних компаній і роботи в мультикультурних командах для уникнення занадто узагальненого підходу до роботи над такими кейсами. Приклад застосування такого прийому під час роботи над кейсом наведено на рис. 2.3, 2.4.

При проведенні зустрічей, переговорів, дискусій тощо в рамках роботи над кейсами під час вивчення іноземної мови особливу зацікавленість викликав

у бакалаврів з туризму елемент «перевтілення» студентів у представників інших культур для кращого розуміння культурних розбіжностей і можливих бар'єрів у комунікації.

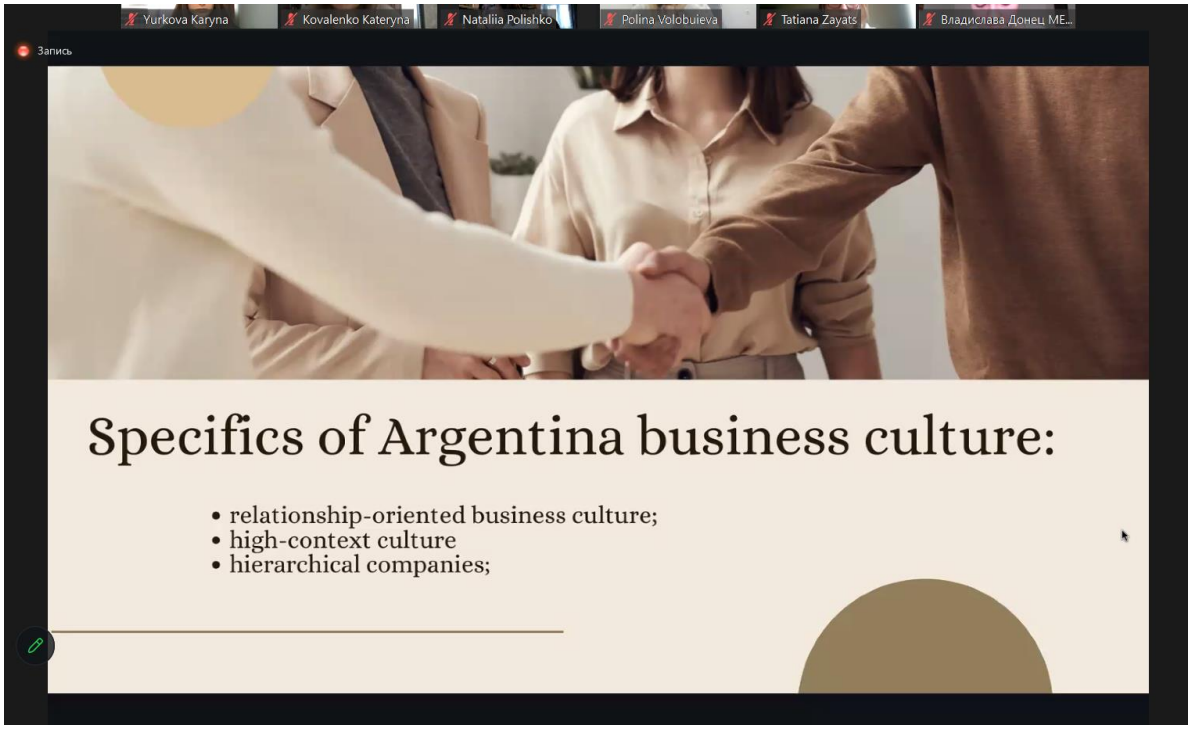


Рис. 2.3. Приклад застосування прийому конкретизації й урахування культурного контексту під час роботи над кейсом

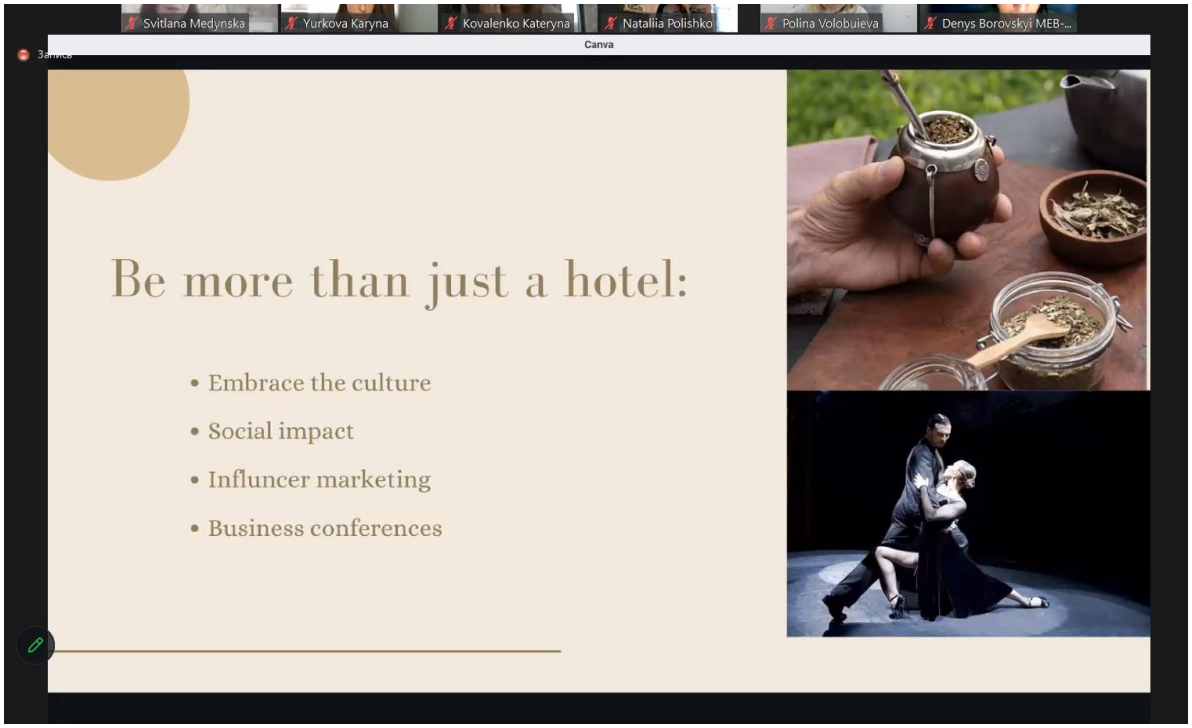


Рис. 2.4. Приклад застосування прийому конкретизації й урахування культурного контексту під час роботи над кейсом

Під час вивчення теми «Культурний туризм і культурна спадщина (Cultural Tourism and Cultural Heritage)» увага бакалаврів з туризму була акцентована на корисності цифрових технологій, зокрема мобільних застосунків (аудіогідів, путівників, застосунків про туристичні атракції й заходи), ютуб каналів (влог «Geography Now», влог «Delish»), відеоігр для віртуальних подорожей (Google Earth VR, BRINK Traveler), англомовних інструментів для створення віртуальних екскурсій і турів для переміщення в просторі й часі (Mapillary, Tour Builder, Historypin, Tour Creator, EyeSpy360, TeliportMe) як навчальних ресурсів для удосконалення навичок аудіювання й читання, розширення лексичного запасу з тем, пов'язаних з культурною спадщиною різних країн, артефактами, описом історичних подій, визначними місцями, засобами проживання й харчування тощо. Особливий інтерес у майбутніх фахівців у галузі туризму викликав вебзастосунок The ENACT web app (https://enacteuropa.com/), який дає змогу зануритися в іншу культуру через ознайомлення зі звичаями й традиціями інших культур (більше 150 відео), створення культурних артефактів й одночасне вивчення іноземних мов, тобто інтегруючи вивчення мови й культури, що сприяє міжкультурному спілкуванню й діалогу культур (рис. 2.5).

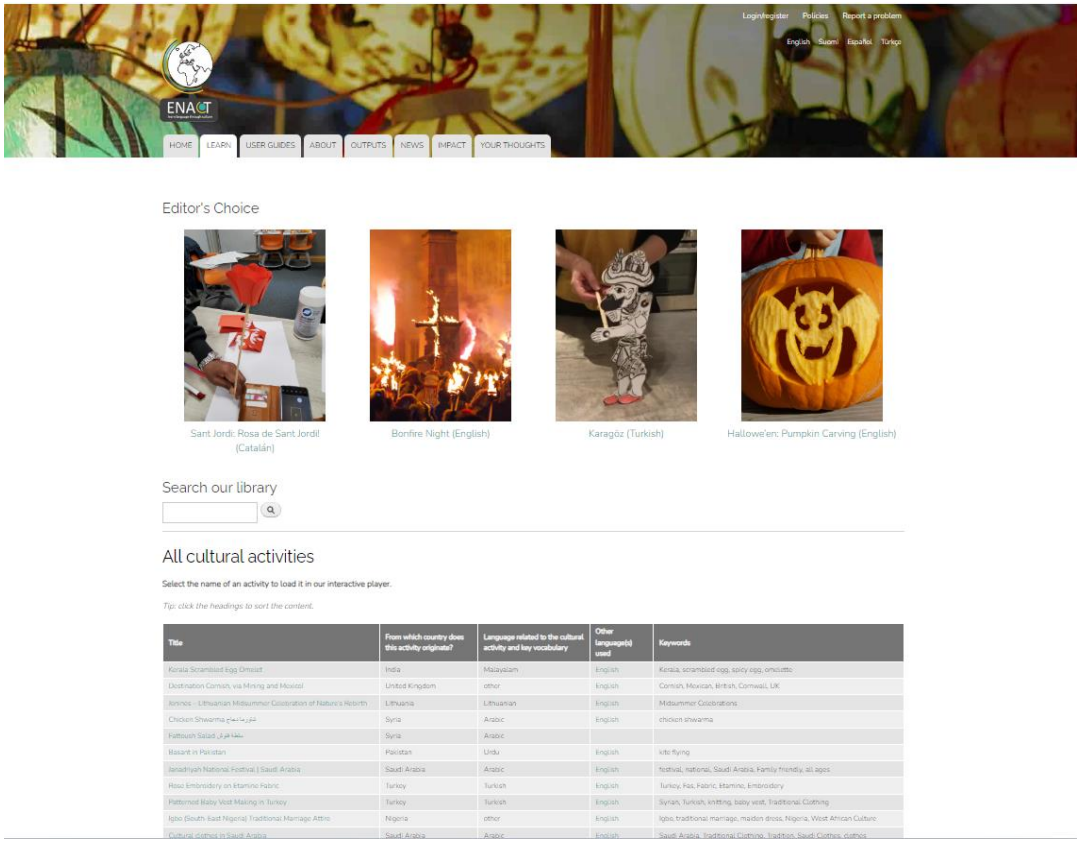


Рис. 2.5. Домашня сторінка вебзастосунку The ENACT web app

Майбутні фахівці з галузі туризму підготували й реалізували груповий проєкт щодо розробки віртуальних екскурсій рідним містом на обрану тему («Mysterious Dnipro», «Resilient Dnipro», «Romantic Dnipro», «Dnipro which inspires», «Dnipro which innovates» тощо), під час якого вони мали скласти маршрут, пройти ним і розповісти про різні визначні місця міста як ділового, історичного й культурного центру, зробивши відеозапис. Найкращі роботи було подано для участі в конкурсі англомовних віртуальних екскурсій «Dnipro: Virtual Journey through Time and Space», який проводився в Університеті імені Альфреда Нобеля в травні 2024 р., й розміщено на закритому ютуб каналі (https://www.youtube.com/playlist?list=PLcxLRkEEzWWbJqSc5-_Nu9a54SDENvJwN). Виконання цього завдання сприяло підвищенню пізнавальної активності, вмотивованості здобувачів вищої освіти до вивчення англійської мови й української культури, формуванню національно-культурної ідентичності особистості й усвідомленню культурної самобутності.

Практика довела, що використання цифрових технологій під час реалізації моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання у процесі проведення аудиторних занять і виконання завдань для самостійної роботи дозволило здобувачам вищої освіти: набути знання щодо полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, морально-етичних засад комунікативної міжособистісної взаємодії в професійному середовищі; сформувати полікультурні комунікативні уміння (мовленнєві, перцептивно-прогностичні, інтерактивні, соціокультурні, організаційно-координаторські), особистісні якості (толерантність, рефлексія, бар'єропревентивність); оволодіти технікою реалізації ефективної комунікації в умовах полікультурності.

Під час навчання в другому семестрі майбутніми фахівцями в галузі туризму було обрано авторський спеціальний курс ***«Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі»***, який спрямовано на формування в бакалаврів з туризму полікультурної комунікативної

компетентності, а також допомогу їм в оволодінні основними теоретичними знаннями й практичними вміннями щодо ефективної комунікації в полікультурному середовищі, які є необхідними для взаємодії з представниками інших культур у туристичному бізнесі.

Для підвищення зацікавленості в цьому спецкурсі й заохочення в його виборі майбутніми фахівцями в галузі туризму в першому семестрі було проведено воркшоп «Professional Communication across Borders: How to Find a Common Language» (див. дод. Л) як демо-версію, під час якого учасники були ознайомлені з безпечними темами для small talk у різних культурах, «айсбергом культури», короткими порадами щодо ведення бізнесу з представниками інших культур, особливостями проведення зустрічей в різних країнах, мали нагоду пройти вікторину щодо культурних аспектів й дійшли висновку щодо важливості дослідження цих питань детально з метою здійснення ефективної комунікації в професійному середовищі.

Зазначимо, що під час викладання спецкурсу використовували лекції-дискусії, лекції з продукування креативних ідей, проблемні лекції, лекції з використанням мозкового штурму, лекції-роздум, лекції-круглий стіл. Такий підхід виявився доцільним через те, що ці типи лекцій є інтерактивними, залучають бакалаврів з туризму до активного слухання, обговорення, стимулюють розвиток критичного мислення, креативності, співпраці, підвищують пізнавальний інтерес до вивчення тем дисципліни й водночас надають змогу майбутнім фахівцям у галузі туризму отримати досвід активної участі в обговоренні питань, які розглядаються на лекції, через використання оберненого навчання (перевернутий клас) як форми ротаційної моделі змішаного навчання. При такій моделі здобувачі вищої освіти за визначеним графіком вивчають онлайн-частину самостійно до заняття, тобто вдома вони засвоюють теоретичний матеріал, переглядаючи лекції або вивчаючи теоретичний матеріал з теми в інших формах, а в аудиторії (на занятті) працюють з викладачем над практичними завданнями, обговорюють проблемні питання з теми.

Так, вивчаючи тему «Поняття комунікації та її роль у концепції культури», майбутні фахівці в галузі туризму були залучені до дискусії «Культура як система знаків і символів: формування культурної ідентичності й вплив на комунікацію». Кожен здобувач вищої освіти мав змогу відстоювати власну позицію, використовуючи риторичні запитання й вислови, такі як: «Я вважаю, що…», «Що нового я зможу…», «Які причини того, що…?», «Яку роль відіграють…?», «Від чого залежить…?», «Завдяки чому…» тощо та англомовні еквіваленти для висловлення своєї думки (I think/ I suppose/ I believe/ I imagine/ I guess/ In my (humble) opinion/ To my mind/ As far as I'm concerned тощо). Такий підхід до організації заняття дозволяв використовувати суб'єктний досвід бакалаврів з туризму, надавати обговорюваним питанням особистісного сенсу.

Вивчення теми «Фундаментальні моделі культури» розпочалося з інтерактивної лекції, яка забезпечила різновиди співнавчання (групове, навчання у співпраці), завдяки чому майбутні фахівці в галузі туризму мали можливість самостійно набувати знань. Зацікавленість бакалаврів з туризму викликав семінар-дебати «Ідеальна модель культури – це реальність», в якій три команди «Прихильники Е. Холла», «Прихильники Г. Хофстеде», «Прихильники Ф. Тромпенаарса й Ч. Хемпден-Тернера» мали висловити свої аргументи й контраргументи з приводу запропонованої тези, з метою переконання суддів в тому, що їхня модель культури є найбільш точною й деталізованою.

Доцільно акцентувати увагу на корисності використання методу «Культурна капсула країни» під час вивчення зазначеної теми. Він передбачав роботу над інноваційним проєктом, який заохочував бакалаврів з туризму створювати інформаційно насичені продукти про культури різних народів. Працюючи в командах, майбутні фахівці в галузі туризму досліджували, аналізували й візуалізували цінності різних культур, використовуючи інтерактивні інструменти, такі як ментальні карти, створені за допомогою відповідних сервісів (наприклад, Mindmeister), що могли включати текст, графіку, відео.

Під час вивчення теми «Особливості міжкультурної комунікації» бакалаври з туризму для обговорення презентували конкретні приклади культурних цінностей, їхнього місця в комунікації в полікультурному середовищі й міжкультурних особливостей комунікативної поведінки, використовуючи інформацію, опубліковану в засобах масової інформації останніми роками й за матеріалами дистанційного курсу «Intercultural Communication: Dynamics of Cultural Identities in Global Interaction» на освітній платформі FutureLearn.

Вивчення наступної теми «Професійна англомовна комунікація в глобальному туристичному бізнес-контексті» акцентувало увагу на розгляді таких питань: багатогранність ролі мови, полікультурність і мультилінгвізм; англійська мова як мова міжнародного спілкування в бізнесі (BELF) та її особливості для носіїв мови та не носіїв мови; вплив BELF та мовних бар'єрів на встановлення довірливих стосунків у багатонаціональних командах; BELF і різноманітність.

Майбутні фахівці в галузі туризму дізналися, що питання вивчення культури тієї національності, мовою якої відбувається спілкування, в сучасних умовах ускладнене тим, що англійська мова стає інструментом міжнародної комунікації, проте при її вживанні жоден з комунікаторів може не бути носієм цієї мови та відповідно культури. Таким чином, у процесі оволодіння англійською мовою з'являється потреба вивчати особливості культури не лише англомовних країн, але й інших, аби під час спілкування англійською мовою адаптуватися до умов полікультурного середовища, в якому застосовуються універсальні стратегії комунікації з урахуванням культурних особливостей комунікаторів, та застосовувати мовні й мовленнєві засоби англійської мови для уникнення потенційних культурних розбіжностей і розв'язання можливих культурних конфліктів. Якщо ж один із комунікаторів є носієм мови, то це не означає, що під час комунікативного акту його культурні особливості є домінуючими, оскільки в такому разі це призводить до нерівності умов спілкування та певною мірою дискримінації. Тобто мають враховуватись

культурні особливості усіх комунікаторів на рівних умовах, що можливо при застосуванні BELF (English as a business lingua franca) як універсального інструмента комунікації, що використовується в полікультурному бізнес-середовищі.

Для дослідження впливу мови на командну роботу, побудову довірливих стосунків і шляхів подолання мовних бар'єрів під час заняття використали оргдіалог, який є оригінальною та ефективною формою інтелектуальної взаємодії, розвитку здібностей та оволодіння навчальною та науковою інформацією за допомогою формування тимчасових організаційно-діалогічних пар (діад) для організації спершу самостійної роботи над літературним джерелом, а потім обговорення в парах ключових ідей з дослідженого матеріалу з подальшою зміною учасників і створенням нових пар, і застосовується для опрацювання великих масивів інформації з певної тематики. До початку семінару бакалаври з туризму були розподілені на п'ять групи, кожна з яких мала опрацювати відповідне наукове джерело (Henderson J., Louhiala-Salminen L. (2011). Does Language Affect Trust in Global Professional Contexts? Perceptions of International Business Professionals, Journal of Rhetoric, Professional Communication, and Globalization. Vol. 2, 1, p. 15–33 [233]; Louhiala-Salminen L., Charles M. (2006). English as the Lingua Franca of international business communication: Whose English? What English. Intercultural and International Business Communication (pp. 27–54). Bern: Peter Lang. [258]; Brannen M., Piekkari R., Tietze S. (2014). The multifaceted role of language in international business: Unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance. Journal of International Business Studies. No. 45 (5), p. 495–507 [188]; Tenzer H., Pudelko M., Harzing A. The impact of language barriers on trust formation in multinational teams. Journal of International Business Studies, 2014. No. 45 (5), pp. 508–535 [324]; Thomas G.F., Zolin R., Hartman J.L. (2009). The central role of communication in developing trust and its effect on employee involvement. Journal of Business Communication. No. 46, p. 287–310 [329]). На семінарі кожна мікрогрупа презентувала погляд науковця щодо ролі BELF (English as a business

lingua franca). Майбутні фахівці в галузі туризму ознайомлювалися з різними позиціями дослідників і мали шляхом обговорення виробити власний альтернативний погляд на це питання.

Вивчаючи тему «Елементи комунікації в полікультурному середовищі галузі туризму», майбутні фахівці в галузі туризму були залучені до участі в соціально-психологічній тест-грі «Заблукали на Місяці» (див. дод. $К_2$), метою якої було поглибити теоретичні знання бакалаврів з туризму щодо особливостей партисипативного підходу й процесу прийняття колегіальних управлінських рішень, навчитися здійснювати оцінку індивідуальної й групової поведінки її учасників при прийнятті рішень, аргументувати свою думку й відстоювати її, нібито перевтілившись в представника певної культури. Ідея гри полягала в тому, що команді екіпажу космічного корабля, який здійснив аварійну посадку на Місяці, потрібно було ранжувати 15 предметів, які вони могли взяти з собою, за принципом важливості, приймаючи спершу індивідуальне, а потім колективне рішення. Умови гри були доповнені рольовими картками з зазначенням країни, представником якої виступав кожний здобувач, з короткою інформацією щодо вимірів цієї культури за параметрами контекстності й за моделлю Г. Хофстеде. Відстоюючи власну позицію, учасники мали відобразити особливості комунікативної поведінки представника цієї культури, враховуючи вербальні, невербальні й паравербальні засоби спілкування. Ця гра дала змогу майбутнім фахівцям у галузі туризму застосувати свої теоретичні знання на практиці в оточенні, максимально наближеному до реалій полікультурного професійного середовища, відчути вплив культурного різноманіття на процес прийняття колективних рішень.

Під час вивчення теми «Проблема розуміння в міжкультурній комунікації» особливу зацікавленість у бакалаврів з туризму викликав кейс («case-study») «Managing Diversity» (див. дод. $И_2$), адаптований автором за матеріалами з відкритого джерела [262]. Проблемна ситуація була пов’язана з виникненням конфліктних ситуацій у полікультурній команді на рівні

керівник – колектив через відмінності в стилі управління й культурними особливостями підлеглих. Майбутні фахівці в галузі туризму проаналізували кейс, розглянули варіанти рішень, обговорили переваги й недоліки кожного варіанта й прийшли до спільного рішення щодо розв'язання конфлікту в команді. Разом дійшли висновку, що найефективнішим рішенням для формування міжкультурної компетентності є створення багатокультурних проєктних команд на всіх рівнях організації, водночас ефективне управління різноманітністю передбачає виникнення третьої культури, яка зрештою визначає ідентичність команди й допомагає керувати процесом, проте інвестування в управління багатокультурними командами надасть багатонаціональним компаніям стратегічну й конкурентну перевагу, високу віддачу від інвестицій. Для підбиття підсумків і прийняття загального рішення в нагоді став метод «Динамічна фасилітація», при застосуванні якого майбутні фахівці у галузі туризму вільно висловлювали свої думки, а фасилітатор категоризував ідеї як пропозиції, сумніви, факти та склад проблеми.

Під час вивчення спецкурсу вагоме місце було відведене виконанню спеціальних вправ («Вплив емоційних станів на взаємостосунки», «Збір фраз для контакту», «Толерантність у спілкуванні», «Як стати своїм», «Я як ти», ««Змістовні» жести», «Зрозумій співрозмовника» та ін.), якими послугувалися під час вивчення кожної теми спецкурсу залежно від поставлених цілей (дод. М). Зазначимо, що особлива роль була відведена вправам, пов'язаним із прийняттям рішень, коли сигнали, що сприймаються, порівнюються зі зразком, що зберігається в пам'яті, а також спрямованим на досягнення емоційної стабільності й розуміння свого внутрішнього стану, що важливо для створення сприятливого комунікативного середовища й задоволення емоційних мотивів. Значну увагу під час викладання спецкурсу також приділили технологіям співробітництва («Метод 635», «Капелюхи Де Боно», «Акваріум», «Займи позицію», «Коло ідей»), які спрямовані на моделювання ситуацій взаємодії в освітньому середовищі з застосуванням тематики й проблематики, актуальної для професійного оточення.

Важливою для дослідження стала участь майбутніх фахівців у галузі туризму в різних формах ***позааудиторної*** роботи з метою формування полікультурної комунікативної компетентності в умовах змішаного навчання.

Перш за все зазначимо, що в Університеті імені Альфреда Нобеля постійно працює «*Майстерня міжнародних бізнес-комунікацій*», яка передбачає залучення спікерів, які є практиками в сфері міжнародного бізнесу, до проведення гостьових лекцій та воркшопів англійською мовою для надання майбутнім фахівцям у галузі туризму інформації з першоджерел щодо особливостей міжнародного професійного середовища, нових викликів і сучасних тенденцій в умовах культурного різноманіття.

Зокрема, було проведено ряд зустрічей зі спікерами з різних галузей міжнародного бізнесу, які наголосили на значущості культурного різноманіття для ефективного функціонування в сучасному світі в умовах глобалізації, особливостях комунікації в полікультурному середовищі, врахуванні цих аспектів у маркетингу, менеджменті, при побудові мережі зв’язків, розв’язанні конфліктів, ролі особистісних якостей і так званих м’яких навичок для успішної кар’єри й розвитку в міжнародному бізнесі, а саме:

– гостьову лекцію з О. Куценком, Senior Business Developer (London, UK), Hilti Group, на тему «Global Collaboration and Customer Focus in International Business», 10.03.2023 р.;

– інтерактивну лекцію з М. Прокопчук, юристом, кризис-психологом, сімейним медіатором, волонтером Ліги медіаторів України, членом Асоціації сімейних медіаторів України, на тему «Mediation as a Modern Method of Conflict Resolution», 13.03.2023 р.;

– воркшоп з Т. Полішко, business intelligence engineer (in a business consulting firm), Phoenix, AZ, USA, на тему «Career Development Hacks», 12.04.2023 р.;

– воркшоп з Д. Грабовцем, Head of Innovation at InsideMaps, на тему «Coaching Style of Management. Authentic Innovation», 14.03.2024 р.;

– воркшоп з К. Кузнєцовим, marketplace product manager, Paragon Western Europe, ex-Amazonian, на тему «Behind the Click: Dark Design or Pandora's Box of 21st Century», 04.04.2024 р.;

– гостьову лекцію з Ч. Шутером, представником Європейської комісії, експертом з європейських справ на тему: «European Commission: Facts and Figures», 09.04.2024 р.;

– воркшоп з А. Шостаком, ментором з маркетингу в найбільшому акселераторі стартапів Бельгії «Start it», експертом з цифрового маркетингу, брендингу й маркетингу зростання, на тему «Basics of Branding for Startups», 11.04.2024 р. (див. дод. Н)

Для реалізації концепції інтернаціоналізації вищої освіти структурно-функціональною моделлю було передбачено використання низки освітніх платформ для навчання на курсах зарубіжних закладів вищої освіти як виду *віртуальної мобільності*. Зазначені дистанційні курси стали в нагоді при формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. Зокрема, під час проходження курсу «Intercultural Communication: Dynamics of Cultural Identities in Global Interaction» на освітній платформі FutureLearn (https://www.futurelearn.com/courses/intercultural-communication) майбутні фахівці в галузі туризму мали нагоду навчитися усвідомлювати власну культурну ідентичність і культурну ідентичність інших, розуміти соціальні уявлення про стереотипи, упередження й дискримінацію, дізнатися про нюанси міжкультурної взаємодії та їхній потенціал для (не)розуміння й розвитку, про різні стилі спілкування, мінливість цінностей у різних країнах, ефективне оцінювання й адаптацію до різноманітних контекстів.

Особливу увагу на курсі було приділено темам, пов'язаним з аналізом конкретних випадків для визначення джерел міжкультурних непорозумінь, переваг культурного різноманіття в особистому житті, бізнесі й освіті; дослідженням варіацій особистої, соціальної й культурної ідентичності з метою розвитку більшої усвідомленості й чутливості до власної та чужої культурної

ідентичності; аналізом варіацій і сприйняття типових комунікативних поведінок або практик для розуміння контексту, простору, часу й інших контекстуальних факторів; ознайомленням і застосуванням провідних ціннісних орієнтирів і рівнів аналізу, які лежать в основі культурних припущень, очікувань і поведінки (за культурологічними моделями Холла, Хофстеде, Шварца); рефлексією щодо складних випадків з метою розвитку міжкультурної компетентності.

Майбутні фахівці в галузі туризму, які є здобувачами вищої освіти в Університеті імені Альфреда Нобеля, мали змогу долучитися до програми віртуальної мобільності (*віртуального обміну*) «International Tourism», що проводилася на базі WSU School of Hospitality Business Management під керівництвом професора Діпра Джа (*Dipra Jha*) з 8 лютого по 4 квітня 2022 р. В одному глобальному віртуальному класі одночасно знаходилися здобувачі вищої освіти й викладачі трьох університетів: Університету штату Вашингтон, США, Університету імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна, й Університету Короля Данила, Івано-Франківськ, Україна. Спікери з різних країн, зокрема з США, Індії, Греції, Болгарії, Перу, ОАЕ, Туреччини, Китаю, охопили широкий спектр актуальних питань у галузі туризму в своїх виступах, наголошуючи на особливостях туризму в різних країнах і приділивши достатньо уваги дослідженню впливу культури на туризм й індустрію гостинності (див. дод. П). Участь у цій програмі дала змогу кожному учаснику долучитися до міжнародної туристичної спільноти, почути думку експертів у галузі туризму з різних країн і таким чином отримати значущий транснаціональний і міжкультурний досвід.

У дослідженні значна увага приділялася розмовним (дискусійним) клубам, зокрема було організовано роботу трьох розмовних клубів, які відрізнялися своєю метою й змістовим наповненням (див. дод. Р). Робота розмовного клубу «Share&Care» була спрямована на психологічну підтримку, формування відповідальної громадської позиції, створення соціальних зв’язків між учасниками зустрічей клубу й охоплювала відповідну тематику, а саме:

«Mental Health: Is It OK Not to Be OK?», «Striking a Work-Life Balance: Tips and Tricks», «How to Make the Most of Volunteering», «Voluntourism. Who If Not You?".

Засідання розмовного клубу «TED Talks Club» мали на меті ознайомити майбутніх фахівців у галузі туризму з сучасними світовими тенденціями, зокрема й у міжнародному бізнесі, сприяти розвитку критичного мислення, аналітичних, прогностичних і комунікативних навичок здобувачів, розширити їх бачення щодо ролі психології та її впливу на комунікативну поведінку в умовах культурного різноманіття завдяки перегляду автентичних виступів спікерів з відеохостингу TED Talks з подальшим обговоренням ключових ідей. Усі теми засідань були актуальними й викликали неабиякий інтерес майбутніх фахівців у галузі туризму, оскільки передбачали обговорення цих питань в контексті власного бачення ситуації, рефлексії й аналізу особистісних сильних і слабких сторін. За період проведення дослідження відбулося 6 зустрічей (1 раз на семестр), які охопили наступні теми в зазначеній послідовності: «How to build (and rebuild) trust», «Are you a giver or a taker?», «3 ways to measure your adaptability – and how to improve it», «Why we ignore obvious problems – and how to act on them», «How virtual reality can create the ultimate empathy machine», «10 ways to have a better conversation», сприяли підсиленню впевненості й залученості до англомовної комунікації, дали нагоду ознайомитися з новими перспективами й поглядами на актуальні теми, отримати відгуки й рекомендації від інших учасників.

Участь у розмовному клубі «Business English Case Club» надала майбутнім фахівцям у галузі туризму нагоду долучитися до колаборативного середовища для практики комунікативних навичок з ділової англійської мови через бесіди, презентації, промови, розповіді, дискусії зі здобувачами інших бізнес-орієнтованих спеціальностей, що сприяло розвитку умінь учасників поглянути на проблему з іншої перспективи й відчути синергетичний ефект роботи в різноплановій команді. Учасники мали змогу отримати моральну й емоційну підтримку своїм поглядам і думкам, креативним ідеям у сфері

бізнесу, більше можливостей висловлюватися англійською мовою, що мало позитивний вплив на їхню вмотивованість щодо вивчення іноземних мов, комунікації в умовах різноманітності.

Майбутні фахівці в галузі туризму були залучені до практичної професійно спрямованої діяльності, пошуково-практичної діяльності, що забезпечило формування в здобувачів вищої освіти рефлексивної позиції, опанування майбутніми фахівцями вміннями й отримання досвіду ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі, ознайомлення з новітніми підходами її здійснення під час виробничої та комплексної практики з фаху, а також вони брали участь у програмах літньої міжнародної практики на туристичних об'єктах (у туристичних комплексах, готелях тощо).

Зокрема, майбутні фахівці в галузі туризму, які є здобувачами вищої освіти в Університеті імені Альфреда Нобеля, мали змогу отримати практичний досвід в рамках програми міжнародної співпраці з мережею готелів і курортів Sani / Ikos Hotel Group (Греція), яка включає 11 розкішних та ультрарозкішних готелей мережі з півстолітньою спадщиною, що розташовані у Греції на Халкідікі, островах Корфу та Кос, а також на Коста-дель-Соль в Іспанії, Португалії, Криті. Ще однією можливістю проходження практики за кордоном для бакалаврів з туризму Університету імені Альфреда Нобеля стала участь у програмі літньої міжнародної практики в Італії (проєкту EuroEst) від Асоціації UCM Italy. Такий міжнародний досвід надав майбутнім фахівцям у галузі туризму змогу зрозуміти особливості функціонування сфери гостинності різних країн, застосувати свої полікультурні комунікативні уміння на практиці, перевірити якість отриманих знань і вмінь, необхідних для ефективної комунікації в полікультурному середовищі, здійснити рефлексію по завершенню стажування, проаналізувавши отриманий досвід. Практика показала, що бакалаври з туризму готові до співпраці на міжнародному рівні, мають необхідні знання й полікультурні комунікативні уміння, а також володіють набором особистісних якостей для ефективної професійної взаємодії в полікультурному середовищі.

Результативно-оцінювальний блок структурно-функціональної моделі було реалізовано наприкінці формувального етапу експерименту. З цією метою здійснено діагностику рівня сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму (діагностичний інструментарій описано у підрозділі 2.3) й виявлено недоліки в рівні сформованості досліджуваної компетентності з метою включення бакалаврів з туризму в самодіагностику, корекційну роботу над собою, особистісними якостями й поведінкою. Отримані результати наведено у підрозділі 2.3.

2.3. Аналіз ефективності моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання

Експериментальне дослідження потребувало застосування певної сукупності наукових методів, а саме: вивчення й аналіз філософської, соціологічної, культурологічної, психолого-педагогічної літератури, результатів діяльності бакалаврів з галузі туризму, викладачів; педагогічний експеримент, анкетування, опитування, спостереження, самоаналіз, експертна оцінка, кількісний та якісний аналіз оцінок та самооцінок; методи математичної статистики. Під час вибору й обґрунтування сукупності методів експериментального дослідження було враховано здобутки вітчизняних науковців з методології та методики проведення педагогічних досліджень (І. Аносов, О. Дубасенюк, В. Медвідь, С. Каламбет, Є. Хриков), що передбачало вивчення відповідних наукових праць [118; 48; 62; 88; 158].

Есперимантальне дослідження передбачало реалізацію трьох етапів: констатувального (визначення вихідного рівня сформованості аналізованого феномена); формувального (формування запланованих параметрів досліджуваного явища); контрольного (вимірювання стану аналізованого феномена після формувального етапу експерименту, статистична обробка отриманих результатів).

Базою для проведення дослідження стали заклади вищої освіти: ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Запорізький національний університет, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького.

Завданням *констатувального етапу експерименту* в межах нашої дисертаційної праці стало: визначення мети, завдань, формулювання гіпотези дослідження; збір та аналіз даних щодо змісту, особливостей підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі; установлення ЗВО-партнерів, які візьмуть участь у дослідженні; встановлення кількісного та якісного складу учасників експерименту; розробка діагностичного інструментарію щодо виявлення рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму та проведення первинної діагностики в експериментальній і контрольній групах з метою отримання вихідних даних щодо рівня сформованості досліджуваної компетентності.

Формувальний етап експерименту передбачав здійснення експериментальної перевірки гіпотези, практичне впровадження розробленої й теоретично обґрунтованої структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання в процесі фахової підготовки. Цей етап експерименту тривав три роки (2021/2024 н. р.).

В основу дослідження було покладено системний, партисипативний, компетентнісний, контекстний, комунікативний, культурологічний, аксіологічний підходи, що й визначили організацію, логіку й відбір методів, умов і критеріїв дослідження. Зазначені підходи зумовили як змістові, так і технологічні напрями підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до формування полікультурної комунікативної компетентності в умовах змішаного навчання.

До експерименту було залучено 164 бакалаври, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Туризм» зі спеціальності 242 Туризм. Вони

були поділені на дві групи: експериментальна – 81 особа; контрольна – 83 особи (працювала за традиційною навчальною програмою), а також 16 викладачів вказаних закладів вищої освіти, які були учасниками навчально-методичного семінару й отримали розроблені автором навчально-методичні матеріали. Ця вибірка є репрезентативною. Зазвичай у практиці педагогічних досліджень зазначені групи навчаються паралельно, а наприкінці експерименту дослідник здійснює порівняльний аналіз отриманих результатів. Другий спосіб організації експериментальної роботи передбачає процес навчання експериментальної групи за контрольною, що не порушує природного ходу експерименту, оскільки організація освітнього процесу відбувається таким чином у групах здобувачів вищої освіти, яких поділяти на контрольну й експериментальну групи не виявилося можливим через незначний кількісний склад обох груп. Під час проведення експерименту встановлено, що загальна кількість бакалаврів у деяких потоках становить до 25 осіб (одна група). Тому було вирішено вважати контрольною групою весь курс, на якому навчання бакалаврів здійснювалося традиційно, а експериментальною групою – курс, наступний за роком навчання, проте з упровадженням запропонованих нами інновацій.

Контрольний етап експерименту передбачав: проведення підсумкового контрольного зрізу для моніторингу рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності; математичну й статистичну обробку даних; формулювання загальних висновків; визначення перспектив подальших досліджень.

Вірогідність результатів дослідження забезпечується: методологічною й теоретичною обґрунтованістю основних положень дисертаційного дослідження; відповідністю методів дослідження його меті й завданням; упровадженням у педагогічну практику основних результатів дослідження; кількісним і якісним аналізом теоретичних та емпіричних здобутків; обговоренням отриманих результатів на засіданнях кафедри інноваційних технологій з педагогіки, психології та соціальної роботи ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», на міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференціях.

Розглянемо розроблений діагностичний інструментарій основного поняття дослідження.

Діагностика компонентів полікультурної комунікативно компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму відбувалася за допомогою обраної сукупності методик.

Так, рівень сформованості **мотиваційно-ціннісного компонента** за ***мотиваційно-спрямувальним критерієм*** визначався за такими показниками: рівень мотивації досягнення (прагнення до успіху, саморозвитку, самовдосконалення), рівень потреби в спілкуванні, рівень комунікативного контролю, рівень особистісних цінностей (цінність *«гуманність»* (соціальний інтелект, доброзичливість), цінність *«справедливість»* (об'єктивність та справедливість, лідерство, громадянськість та кооперація).

Виявлення рівня мотивації досягнення здійснювалася за методикою «Оцінка потреби в досягненні» (М. Корольчук і В. Крайнюк) [75, с. 444] (дод. $С_1$). Студенти отримували один бал у разі відповіді на запитання, що збігалася з ключем. У результаті виокремлено три рівні сформованості у студентів мотивації досягнення: високий – межі значення $16< К_{МД} \leq 19$ (16–19 балів), достатній – межі значення $12< К_{МД} \leq 15$ (12–15 балів), низький – межі значення $2 \leq К_{МД} \leq 11$ (2–11 балів).

Для з'ясування рівня потреби особистості в комунікації використано методику «Потреба у спілкуванні» (за Ю.М. Орловим, В.І. Шкуркіним, Л.П. Орловою) [110, с. 398–399] (дод. $С_2$). Майбутні фахівці в галузі туризму мали відповісти на запитання «так» або «ні» й отримували 1 бал за кожну відповідь, яка збігалася з ключем. Результати діагностування диференціювалися за рівнями: висока потреба (29–33 бали), достатня потреба (23–28 балів), низька потреба (1–22 бали).

З метою виявлення рівня комунікативного контролю послуговувалися «Методикою діагностики комунікативного контролю» (за М. Шнайдером) [165, с. 128–130] (дод. $С_3$). Головна мета – виявлення рівня імпульсивності, відкритості, щирості, управління проявом емоцій під час спілкування, бажання

співвідносити свої реакції з поведінкою оточуючих людей. Майбутні фахівці в галузі туризму мали позначити висловлення, які відображають реакції на деякі ситуації спілкування як правильні чи неправильні й отримували 1 бал за кожну відповідь, яка збігалася з ключем. Отримані дані диференціювалися за рівнями: високий – 7–10 балів, достатній – 4–6 балів, низький – 0–3 бали.

Для оцінювання рівня особистісних цінностей (цінність *«гуманність»* (доброзичливість), цінність *«справедливість»* (об'єктивність та справедливість, громадянськість та кооперація) використано опитувальник VIA «Цінності у дії» [340] (дод. $С_4$).

Цінність «*гуманність*» виявляється в здатності людини встановлювати й підтримувати теплі соціальні зв'язки. Вона поєднує в собі такі якості: розуміння почуттів і мотивів інших людей, вміння адекватно реагувати в різних соціальних ситуаціях, готовність допомагати іншим, навіть незнайомим людям, цінування близьких стосунків та щирість у прояві почуттів. Цінність «*справедливість*» виявляється у громадянській активності й піклуванні про благополуччя суспільства. Ця цінність пов'язана з такими особистісними якостями: об'єктивністю, відсутністю упередженості, вмінням ефективно керувати групою, створювати сприятливу атмосферу для співпраці та враховувати думку кожного члена колективу.

Отримані дані диференціювалися за рівнями: високий – 25–30 балів; достатній – 20–24 бали; низький – 10–19 балів.

За результатами середнього арифметичного всіх чотирьох показників вираховувалося значення мотиваційно-спрямувального критерію.

Рівень сформованості **соціально-когнітивного компонента** за ***когнітивним критерієм*** визначався такими *показниками*: рівень прагнення до набуття знань та їх застосування у професійній діяльності, відкритості новому досвіду; повнота, міцність і характер засвоєння полікультурних комунікативних знань.

Прагнення до набуття знань та їх застосування у професійній діяльності вимірювалося за допомогою опитувальника VIA (див. дод. $С_5$). Особливу увагу

приділили цінності «*мудрість*», яка відображає інтелектуальні можливості людини, її здатність генерувати нові ідеї й використовувати нестандартні підходи. Мудрість проявляється в постійному самовдосконаленні, допитливості, здатності аналізувати інформацію та приймати зважені рішення, а також у готовності ділитися своїми знаннями та досвідом з оточуючими на основі власного бачення світу. Отримані дані диференціювалися за рівнями: високий – 8–10 балів; достатній – 5–7 балів; низький – 1–4 бали.

Індикатори когнітивного виміру вимірювалися за допомогою «Шкали культурного інтелекту (CQS)» (за С. Анг (*S. Ang*) та ін.) [176]) на основі самооцінювання власних знань щодо особливостей правових та економічних систем інших культур, основ інших мов, відомих культурних цінностей та релігійних переконань інших культур, особливостей родинних та шлюбних відносин інших культур, мистецтв та ремесел інших культур, правил невербального спілкування в інших культурах. Отримані дані диференціювалися за рівнями: високий – 36–42 бали; достатній – 19–35 балів; низький – 6–18 балів.

Щодо повноти, міцності знань, то вона характеризується її обсягом, якістю окремих одиниць, а глибина – кількістю усвідомлених респондентами причинно-наслідкових зв'язків між знаннями. Повнота полікультурних комунікативних знань майбутніх фахівців у галузі туризму вираховувалася за формулою 2.1 [118]:

$$K_n = \frac{N + N_1 0{,}8}{N_0}, \quad K_n < 1 \qquad 2.1$$

де $К_п$ − коефіцієнт засвоєння знань;

N_0 − можлива кількість повних і правильних відповідей;

N − кількість правильних і повних відповідей;

N_1 − кількість правильних і неповних відповідей.

Якщо елементи знань засвоєні у повному обсязі, то K_n=1. За умови відсутності результату K_n = 0.

Глибина засвоєння змісту полікультурних комунікативних знань

визначалася на підставі встановлення причинно-наслідкових зв'язків (установлені повністю, частково, не встановлені) за формулою 2.2:

$$R_n = \frac{R + R_1 0{,}8}{R_0}, \quad R_n < 1 \qquad 2.2$$

де R_n – глибина засвоєння змісту;

R_0 – можлива кількість правильно виділених причинно-наслідкових зв'язків;

R – кількість правильних і повно виділених причинно-наслідкових зв'язків;

R_1 – кількість правильних і неповно виділених причинно-наслідкових зв'язків.

Під час проведення дослідження діагностовано рівень осмислення відповідних знань і встановлення зв'язку між знаннями та вміннями здійснення певної діяльності за такою формулою:

$$K_{порівняння} = \frac{N_1}{N_2}, \qquad 2.3$$

де $К_{порівняння}$ – коефіцієнт ступеня порівняння (знаходження ознак подібності або відмінності);

N_1 – кількість виділених подібних ознак відмінності;

N_2 – загальна кількість ознак.

Загальний рівень когнітивного критерію визначався як середнє арифметичне кількісних значень кожного показника. Було виокремлено три рівні: низький ($К_1 < 0{,}7$); достатній ($0{,}7 < К_2 \leq 0{,}9$); високий ($0{,}9 < К_3 \leq 1$).

Рівень полікультурних комунікативних знань студентів виявлено за результатами контрольних робіт.

Комунікативно-діяльнісний компонент за ***діяльнісним критерієм*** визначався за рівнем сформованості у майбутніх фахівців туристичної галузі полікультурних комунікативних умінь (мовленнєвих, перцептивно-прогностичних, інтерактивних, соціокультурних, організаційно-

координаторських). Показниками сформованості кожного вміння обрано: рівень володіння уміннями; рівень їх застосування в різновидах професійної діяльності, зокрема під час здійснення комунікації в професійному середовищі в умовах полікультурності.

Діагностика рівня сформованості у майбутніх фахівців у галузі туризму полікультурних комунікативних умінь здійснювалася експертами, в ролі яких виступили майбутні фахівці в галузі туризму (самооцінювання) та викладачі закладів вищої освіти з навчальних дисциплін «Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі», «Організація екскурсійних послуг», «Ділова іноземна мова», «Іноземна мова за професійним спрямуванням» та спецкурсу «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» (всього було залучено 5 викладачів-експертів), які протягом навчального року спостерігали за бакалаврами з туризму, здійснювали опитування.

Експертами з метою оцінювання рівня сформованості у майбутніх фахівців у галузі туризму полікультурних комунікативних умінь використовували самоаналіз (експерт-студент) й експертне спостереження (експерти-викладачі). Експертам і майбутнім фахівцям у галузі туризму було запропоновано «Карту рівня сформованості полікультурних комунікативних умінь майбутнього фахівця в галузі туризму» (дод. $С_6$), за якою вони визначали рівень сформованості кожної групи умінь (всього 20) за 5-бальною шкалою від 1 (найнижчий рівень) до 5 (найвищий рівень), де «5» – виявляються постійно; «4» – виявляються часто; «3» – виявляються нечасто; «2» – виявляються дуже рідко; «1» – невиразні, поодинокі. Щоб визначити загальний рівень сформованості кожної групи полікультурних комунікативних умінь майбутніх фахівців у галузі туризму, експерти підсумовували бали за експертне спостереження й самоаналіз.

Рівень сформованості в майбутніх фахівців у галузі туризму полікультурних комунікативних умінь виражається відповідним коефіцієнтом ($К_{сформ}$), який вираховувався за формулою:

$$K_{сформ} = \frac{N_1}{N_2}, \qquad 2.4$$

де $К_{сформ}$ – коефіцієнт сформованості полікультурних комунікативних умінь майбутніх фахівців у галузі туризму;

N_1 – кількість набраних за оцінкою експертів балів з усіх можливих;

N_2 – максимальна кількість можливих балів.

Межі коефіцієнта сформованості полікультурних комунікативних умінь майбутніх фахівців у галузі туризму наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Коефіцієнт сформованості умінь	Рівень
$0{,}8 \leq К_{сформ} \leq 1$	Високий
$0{,}5 \leq К_{сформ} \leq 0{,}79$	Достатній
$0{,}2 \leq К_{сформ} \leq 0{,}49$	Низький

Діагностика **особистісного компонента** за ***особистісним критерієм*** здійснювалася за такими показниками: рефлексія, толерантність, бар'єропревентивність.

Для діагностики рівня сформованості в студентів *рефлексії* послуговувалися «Методикою діагностики рівня рефлексивності» О. Карпова й В. Пономарьової [70], яка спрямована на визначення ступеня розвитку рефлексивності як особистісної властивості. Опитувальник складається з 27 пунктів, відповіді на які формуються за 7-бальною шкалою Ліккерта. За опитувальником формується одне значення, що характеризує загальний ступінь розвитку рефлексивності особистості: високий, середній чи низький (дод. $С_7$). Загальний рівень сформованості рефлексії вираховувався таким чином: низький рівень – менше 113 балів; достатній – від 114 до 139 балів; високий – 140 балів і вище.

Для діагностики *толерантності* використано експрес-опитувальник «Індекс підтримки національної гомогенності» (за О. Шестаковським [167]) – дод. $С_8$, призначений для виявлення індексу національної інтолерантності, ставлення людини до представників інших етнічних груп й установок у сфері міжкультурної взаємодії. Рівень толерантності визначався за такими

показниками: 0–4 бали – високий (незгода зі шкідливістю національної гетерогенності), 5–15 балів – достатній (невизначене ставлення до національної гомогенності або помірна підтримка національної гомогенності), 16–20 балів - низький (виражена підтримка національної гомогенності).

Зазначимо, що здатність до бар'єропревентивності оцінювалася за допомогою методики тестування К. Томаса (*K. Thomas*) «Діагностика схильності особистості до конфліктної поведінки» (дод. $С_9$). Ця методика виявляє переважний спосіб поведінки людини в конфліктних ситуаціях [328]. Для опису типів поведінки людей в конфліктних ситуаціях К. Томас запропонував двовимірну модель регулювання конфліктів, основними вимірами в якій є кооперація (пов'язана з увагою людини до інтересів інших людей, залучених до конфлікту) і напористість (для якої характерний акцент на захисті власних інтересів). Відповідно до цих двох вимірів, автор виділяє наступні способи регулювання конфліктів: змагання (конкуренція), пристосування, компроміс, уникнення, співпраця, проте вважає співпрацю найкращим способом розв'язання конфліктів з вигодою для обох сторін. К. Томас описує кожний з п'яти наведених можливих варіантів 12 судженнями про поведінку особистості в конфліктній ситуації, які згруповані в 30 пар у різних поєднаннях, з кожної з яких потрібно обрати те судження, яке є найбільш типовим для власної поведінки. Під час обробки підраховується кількість відповідей, що припадають на кожний зі стовпчиків (одна відповідь дає 1 бал), максимум 12 балів у стовпчику, створюючи загальну картину щодо типової поведінки в конфліктній ситуації. Аналіз відповідей дозволяє оцінити рівень адаптації кожного члена колективу до спільної діяльності. У контексті нашого дослідження розглядаємо два способи регулювання конфліктів, а саме компроміс і співпрацю, як найбільш ефективні, і відповідно здатність до бар'єропревентивності визначаємо в такий спосіб: низький – від 0 до 12 балів; достатній – 13–19 балів; високий – 20–24 балів.

Критерії, показники та рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, методи діагностики наведено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Критерії, показники й рівні сформованості складових полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму за методикою діагностики

Методика діагностики	Показники	Рівень, бали		
		Високий	Достатній	Низький
Мотиваційно-спрямувальний критерій				
Оцінка потреби в досягненні (М. Корольчук, В. Крайнюк)	Потреба в досягненнях	16–19	12–15	2–11
Оцінка потреби в спілкуванні (за Ю.М. Орловим, В.І. Шкуркіним, Л.П. Орловою)	Потреба в спілкуванні	29–33	23–28	1–22
Методика діагностики комунікативного контролю (за М. Шнайдером)	Рівень комунікативного контролю	7–10	4–6	0–3
Опитувальник VIA «Цінності у дії»	Цінності *«гуманність», «справедливість»*	25–30	20–24	10–19
Когнітивний критерій				
Опитувальник VIA «Цінності у дії»	Цінність *«мудрість»*	8–10	5–7	1–4
Шкала культурного інтелекту (CQS) (за С. Анг та ін.)	Індикатори когнітивного виміру	36–42	19–35	6–18
Метод експертних оцінок	Обсяг, повнота й глибина засвоєння знань	від 0,9 до 1	від 0,7 до 0,9	менше 0,7
Діяльнісний критерій				
«Карта рівня сформованості полікультурних комунікативних умінь майбутнього фахівця в галузі туризму»	Полікультурні комунікативні уміння майбутніх фахівців у галузі туризму	від 0,8 до 1	від 0,5 до 0,79	від 0,2 до 0,49
Особистісний критерій				
Методика визначення рівня рефлексивності (О. Карпов, В. Пономарьова)	Рефлексивність	140 і вище	114 до 139	менше 113
Індекс підтримки національної гомогенності (О. Шестаковський)	Толерантність	0–4	5–15	16–20
Діагностика схильності особистості до конфліктної поведінки (К. Томас)	Бар'єропревенти-вність	20–24	13–19	0–12

Презентуємо результати діагностування рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, які отримано під час констатувального й контрольного етапів експерименту.

Щодо констатувального етапу, то діагностика мотиваційно-ціннісного компонента полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму потребувала дослідження ряду показників: рівень мотивації досягнення; рівень потреби у спілкуванні; рівень комунікативного контролю; рівень особистісних цінностей (цінність «гуманність», цінність «справедливість»). Результати діагностики рівнів сформованості складових мотиваційно-ціннісного компонента наведено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Рівень сформованості складових мотиваційно-ціннісного компонента полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особи)	
	Кількість	%	Кількість	%
Потреба в досягненнях				
Високий	17	20,48	19	23,46
Достатній	34	40,96	32	39,51
Низький	32	38,55	30	37,04
Потреба в спілкуванні				
Високий	16	19,28	17	20,99
Достатній	39	46,99	37	45,68
Низький	28	33,73	27	33,33
Рівень комунікативного контролю				
Високий	18	21,69	16	19,75
Достатній	36	43,37	37	45,68
Низький	29	34,94	28	34,57

Закінчення табл. 2.4

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особи)	
	Кількість	%	Кількість	%
Цінність «гуманність»				
Високий	19	22,89	18	22,22
Достатній	29	34,94	28	34,57
Низький	35	42,17	35	43,21
Цінність «справедливість»				
Високий	21	25,30	20	24,69
Достатній	27	32,53	26	32,10
Низький	35	42,17	35	43,21

Аналізуючи отримані дані, зазначимо, що на констатувальному етапі експерименту за результатами методики «Оцінка потреби в досягненні» виявлено, що лише 17 бакалаврів з туризму (20,48%) контрольної групи та 19 (23,46%) експериментальної групи мають високий рівень потреби в досягненні. Їм притаманне глибоке розуміння того, що особистісне зростання, яке передбачає розвиток сили волі, відповідальності, самопізнання та самовдосконалення, є ключовим фактором їхнього професійного успіху. Достатній рівень зазначеної потреби виявлено у 34 (40,96%) майбутніх фахівців з туризму КГ та 32 (39,51%) ЕГ відповідно. Такі здобувачі вищої освіти демонструють досить високий рівень активності, ініціативності й прагнення до знань, вміють працювати організовано й докладають максимум зусиль для досягнення результатів. Низький рівень переважає у 32 (38,55%) бакалаврів КГ та 30 (37,04%) у ЕГ. Для таких здобувачів основним стимулом є усвідомлення необхідності досягти певних результатів у зв’язку з зовнішніми факторами, вони байдуже ставлення до особистісного розвитку.

Для з’ясування рівня потреби особистості в комунікації використано методику «Потреба у спілкуванні». За результатами проведеного аналізу

виявлено тільки 19,28% студентів контрольної групи та 20,99% студентів експериментальної групи, які продемонстрували високий рівень потреби у спілкуванні. Достатній рівень зазначеної потреби виявлено у 39 (46,99%) майбутніх фахівців у галузі туризму КГ та 37 (45,68%) – ЕГ відповідно. Низький рівень переважає у 28 (33,73%) бакалаврів з туризму КГ та 27 (33,33%) – ЕГ.

Щодо діагностування в групах КГ й ЕГ рівня комунікативного контролю (рівня імпульсивності, відкритості, щирості, управління проявом емоцій під час спілкування, бажання співвідносити свої реакції з поведінкою оточуючих людей), то отримані результати виявилися також достатньо низькими: високий рівень показали 21,69% та 19,75% студентів відповідно, досить високі показники достатнього рівня: 43,37% та 45,68% відповідно, низький – 34,94% та 34,57% відповідно.

Для того, щоб визначити, наскільки студенти здатні формувати й підтримувати позитивні соціальні зв’язки, розуміти почуття інших людей та проявляти доброзичливість, було проведено дослідження з використанням опитувальника VIA, спрямованого на оцінку рівня розвитку цінності «гуманність». Аналізуючи дані табл. 2.4, зазначимо, що на констатувальному етапі експерименту за результатами діагностики високий рівень досліджуваної цінності продемонстрували 19 (22,89%) студентів КГ й 18 (22,22%) – ЕГ, достатній – 29 (34,94%) студентів КГ та 28 (34,57%) – ЕГ. Низький рівень показала більшість респондентів: 35 (42,17%) – КГ та 35 (43,21%) – ЕГ.

Для визначення, наскільки студенти здатні до об’єктивного сприйняття оточуючих, ефективного управління групами та сприяння загальному благополуччю, було проведено дослідження з використанням опитувальника VIA, спрямованого на оцінку рівня розвитку цінності «справедливість». За результатами проведеного аналізу виявлено лише 25,3% студентів КГ та 24,69% студентів групи, які продемонстрували високий рівень. Достатній рівень зазначеної цінності виявлено у 32,53% бакалаврів з туризму КГ та 32,1% – ЕГ. Низький рівень переважає у 42,17% майбутніх фахівців у галузі туризму КГ та 43,21% – ЕГ.

Узагальнені результати рівня сформованості мотиваційно-ціннісного компонента полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму наведено у табл. 2.5.

Аналіз результатів дослідження мотиваційно-ціннісного компонента (табл. 2.5) свідчить про те, що, майбутні фахівці в галузі туризму, хоча й прагнуть здобути вищу освіту, не повністю усвідомлюють зв'язок між навчанням і майбутньою професійною діяльністю, демонструючи недостатню мотивацію до саморозвитку, подолання труднощів у навчанні, до спілкування й взаємодії. Лише трохи більше, ніж п'ята частина респондентів КГ й ЕГ продемонструвала високий рівень мотиваційно-ціннісного компонента за мотиваційно-спрямувальним критерієм досліджуваної компетентності (високий рівень показали (21,93% і 22,22% відповідно). Результати діагностики достатнього й низького рівнів виявилися приблизно однаковими, а саме в КГ – 39,76% і 38,31%, водночас в ЕГ – 39,51% і 38,27%. Це досить високі показники, бо такі здобувачі вищої освіти мають спорадичні прояви потреби в саморозвитку, досягненні своїх цілей, вони постійно потребують спонукання до успіху в професійній діяльності, взаємодії, співпраці, спілкуванні.

Таблиця 2.5

Рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особи)	
	Кількість	%	Кількість	%
Високий	18	21,93	18	22,22
Достатній	33	39,76	32	39,51
Низький	32	38,31	31	38,27

Наступним завданням констатувального етапу експерименту стало виявлення рівня соціально-когнітивного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі

туризму за когнітивним критерієм (визначається як середнє арифметичне значення прагнення до набуття знань і їх застосування в професійній діяльності, допитливості, відкритості новому досвіду, індикаторів когнітивного виміру культурного інтелекту та коефіцієнтів повноти, міцності й характеру засвоєння знань щодо ефективної комунікації в полікультурному середовищі). Вихідні дані щодо показників когнітивного критерію сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму наведено у табл. 2.6.

Прагнення до здобування знань та їх застосування у професійній діяльності вимірювали за допомогою опитувальника VIA (цінність «мудрість»). Результати вимірювання показали, що у 22,89% студентів КГ та 18,52% – ЕГ виявлено активне прагнення до здобування знань із ефективної комунікації в полікультурному середовищі та їх застосування у професійній діяльності, зацікавленість у набутті нового досвіду співпраці з представниками різних культур. На достатньому рівні цей показник виявився у 34,94% студентів КГ та 33,33% – ЕГ. Решта студентів продемонструвала низький (42,17% – КГ; 48,15% – ЕГ) рівень сформованості прагнення до здобування знань і їх застосування у професійній діяльності.

Вимірювання індикаторів когнітивного виміру культурного інтелекту показало наступні результати: високий рівень продемонстрували 18,07% КГ і 14,81% ЕГ; достатній рівень – 32,53% і 29,63% відповідно; низький рівень продемонструвала більшість бакалаврів з туризму – 49,4% КГ і 55,56% ЕГ.

На підставі аналізу контрольних робіт, бесід було виявлено повноту знань щодо полікультурної комунікативної компетентності, її сутності, структури, функцій; особливостей спілкування майбутніх фахівців у галузі туризму в процесі виконання різних соціальних і професійних ролей в умовах мультикультурності; тактик і стратегій запобігання конфліктам та їх регулювання в полікультурному бізнес середовищі; методів, засобів і технології формування полікультурної комунікативної компетентності. Отримані дані показали, що лише 15,66% студентів КГ та 14,81% – ЕГ виявили високий рівень

досліджуваного показника. Достатній рівень виявлено у 31,33% бакалаврів з туризму КГ і 30,86% – ЕГ. Найбільшим виявився показник низького рівня, а саме: 53,01% – КГ та 54,32% – ЕГ.

Таблиця 2.6

Вихідні дані щодо показників соціально-когнітивного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особа)	
	Кількість	%	Кількість	%
Прагнення до набуття знань і їх застосування в професійній діяльності				
Високий	19	22,89	15	18,52
Достатній	29	34,94	27	33,33
Низький	35	42,17	39	48,15
Індикатори когнітивного виміру культурного інтелекту				
Високий	15	18,07	12	14,81
Достатній	27	32,53	24	29,63
Низький	41	49,40	45	55,56
Повнота засвоєння знань				
Високий	13	15,66	12	14,81
Достатній	26	31,33	25	30,86
Низький	44	53,01	44	54,32
Міцність засвоєння знань				
Високий	21	25,30	19	23,46
Достатній	28	33,73	26	32,10
Низький	34	40,96	36	44,44
Коефіцієнт ступеня порівняння				
Високий	20	24,10	17	20,99
Достатній	25	30,12	29	35,80
Низький	38	45,78	35	43,21

Щодо міцності засвоєння знань студентів, то отримано такі результати: високий рівень – 25,3% КГ та 23,46% ЕГ; достатній рівень – 33,73% КГ та 32,10% ЕГ; низький рівень – 40,96% КГ та 44,44% ЕГ.

Діагностика рівня осмислення знань бакалаврів з туризму і встановлення зв'язку між знаннями та вміннями здійснення ефективної комунікації в полікультурному середовищі дозволила виявити такі значення коефіцієнта ступеня порівняння: високий рівень – 24,1% КГ та 20,99% – ЕГ; достатній рівень – 30,12% КГ та 35,8% ЕГ; низький рівень – 45,78% КГ та 43,21% ЕГ. Отримані результати ще раз продемонстрували необхідність цілеспрямованої роботи з підготовки майбутніх фахівців у туристичній галузі до професійної взаємодії в умовах мультикультурності. Узагальнені результати наведено у табл. 2.7.

Аналіз даних табл. 2.7 показав, що на початку експерименту бакалаври з туризму показали досить низькі результати за когнітивним критерієм. Майже половина респондентів виявили низький рівень знань змісту, особливостей комунікації в умовах мультикультурності, технологій формування полікультурної комунікативної компетентності.

Таблиця 2.7

Рівні сформованості соціально-когнітивного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особа)	
	Кількість	%	Кількість	%
Високий	18	21,20	15	18,52
Достатній	27	32,53	26	32,35
Низький	38	46,27	40	49,14

Основу комунікативно-діяльнісного компонента становила сукупність полікультурних комунікативних умінь (мовленнєвих, перцептивно-прогностичних, інтерактивних, соціокультурних, організаційно-координаторських). Діагностика рівня сформованості у бакалаврів з туризму

полікультурних комунікативних умінь, який визначався за «Картою рівня сформованості полікультурних комунікативних умінь майбутнього фахівця в галузі туризму» (див. дод.), здійснювалася викладачами ЗВО (група експертів – 5 викладачів), які протягом навчального року спостерігали за майбутніми фахівцями в галузі туризму, здійснювали опитування, заповнювали аналітичні карти рівня сформованості полікультурних комунікативних умінь; підсумовували самооцінки здобувачів вищої освіти щодо розвитку зазначених умінь. Отримані результати наведено у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Вихідні дані щодо сформованості у майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп полікультурних комунікативних умінь

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особа)	
	Кількість	%	Кількість	%
Мовленнєві уміння				
Високий	14	16,87	12	14,81
Достатній	32	38,55	30	37,04
Низький	37	44,58	39	48,15
Перцептивно-прогностичні уміння				
Високий	17	20,48	14	17,28
Достатній	35	42,17	36	44,44
Низький	31	37,35	31	38,27
Інтерактивні уміння				
Високий	17	20,48	15	18,52
Достатній	28	33,73	27	33,33
Низький	38	45,78	39	48,15
Соціокультурні уміння				
Високий	14	16,87	13	16,05
Достатній	30	36,14	32	39,51
Низький	39	46,99	36	44,44
Організаційно-координаторські уміння				
Високий	15	18,07	16	19,75
Достатній	35	42,17	33	40,74
Низький	33	39,76	32	39,51

Аналізуючи дані табл. 2.8, можемо відзначити, що рівень сформованості досліджуваних груп полікультурних комунікативних умінь – різний. Найбільш сформованими у бакалаврів з туризму виявилися перцептивно-прогностичні й організаційно-координаторські уміння.

Низький рівень встановлено у 31 здобувача вищої освіти КГ й ЕГ (37,35% і 38,27% відповідно) (перцептивно-прогностичні уміння); 33 (39,76%) бакалаврів з туризму КГ та 32 (39,51%) – ЕГ (організаційно-координаторські уміння). Натомість більшість майбутніх фахівців у галузі туризму продемонстрували достатній і високий рівень сформованості зазначених умінь: 62,65% бакалаврів з туризму КГ та 61,72% – ЕГ (перцептивно-прогностичні уміння); 60,24% здобувачів вищої освіти КГ та 60,49% – ЕГ (організаційно-координаторські уміння).

Щодо мовленнєвих умінь, то виявлено, що лише 14 (16,87%) бакалаврів з туризму КГ та 12 (14,81%) – ЕГ володіють на високому рівні даними уміннями, демонструючи високий рівень їх сформованості під час здійснення комунікативної діяльності в умовах полікультурності, тобто вміють використовувати багатство мови у професійній комунікативній діяльності відповідно до мети й ситуації спілкування; реалізовують основні різновиди мовлення у професійній комунікації, обирають найбільш ефективну стратегію мовної поведінки з використанням відповідних вербальних, невербальних і паравербальних засобів спілкування; володіють технікою мовлення й добирання в усному й писемному професійному мовленні найдоцільніших формул мовленнєвого етикету для взаємодії в полікультурному середовищі; володіють культурою мовлення, яка передбачає змістовність, доречність, точність, логічність і послідовність, правильність і чистоту відповідно до норм української та іноземної (англійської) мов.

Відзначено той факт, що 45,78% майбутніх фахівців у галузі туризму КГ та 48,15% ЕГ показали низький рівень сформованості інтерактивних умінь (підтримання зворотного зв’язку під час взаємодії, володіння увагою – внутрішньою, зовнішньою – відповідно до особливостей культур

співрозмовників; здійснення самоконтролю, саморегуляції за будь-якої комунікативної ситуації; коригування чи гнучка зміна стратегії і планів комунікативної поведінки з урахуванням контекстів: вузького (професійно-комунікативного середовища) й широкого (культурних норми й умов), тому майже не виявляють їх під час здійснення комунікації в професійному полікультурному середовищі. Високий рівень інтерактивних умінь виявлено лише у 20,48% досліджуваних здобувачів вищої освіти КГ та 18,52% – ЕГ.

Аналогічну ситуацію спостерігали під час діагностики соціокультурних умінь (створення зв'язків та побудова відносин з людьми в професійному оточенні на основі загальнокультурної та культурно-специфічної інформації з урахуванням багаторівневості системи культури; інтеграція власної професійної діяльності в полікультурне оточення з визначенням місця окремих соціокультурних елементів у культурному контексті; використання набутих культурологічних знань під час безпосереднього виконання професійних обов'язків). Майже половина досліджуваних бакалаврів з туризму мають низький рівень сформованості даних умінь (46,99% – КГ; 44,44% – ЕГ). 30 (36,14%) майбутніх фахівців у туристичній галузі КГ та 32 (39,51%) ЕГ володіють окремими соціокультурними уміннями, проте не завжди можуть виявити їх під час здійснення професійної комунікативної діяльності в полікультурному середовищі.

Отже, наведені вище дані дають підстави стверджувати, що у майбутніх фахівців у галузі туризму переважають достатній та низький рівні сформованості всіх груп умінь.

Узагальнені результати діагностики комунікативно-діяльнісного компонента наведено у табл. 2.9.

Узагальнюючи отримані результати, можемо констатувати, що високий рівень сформованості полікультурних комунікативних умінь виявлено у 18,55% бакалаврів з туризму КГ та 17,28% – ЕГ.

Таблиця 2.9

Рівні сформованості комунікативно-діяльнісного компонента полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальної груп

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особа)	
	Кількість	%	Кількість	%
Високий	15	18,55	14	17,28
Достатній	32	38,55	32	39,01
Низький	36	42,89	35	43,70

Досить значні показники низького рівня сформованості досліджуваних умінь виявлено у здобувачів вищої освіти як контрольної (42,89%), так і експериментальної (43,7%) груп, водночас достатній рівень продемонстрували 38,55% майбутніх фахівців у галузі туризму КГ і 39,01% – ЕГ. Отримані результати підтвердили необхідність упровадження моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Вагомим для нашого дослідження було виявлення рівня розвитку **особистісного компонента** сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму за особистісним критерієм, який діагностували за показниками рівнів розвиненості рефлексивності, толерантності й бар'єропревентивності. Вихідні дані щодо складників особистісного компонента сформованості зазначеної компетентності майбутніх фахівців у туристичній галузі контрольної та експериментальних груп наведено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Вихідні дані щодо складників особистісного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особа)	
	Кількість	%	Кількість	%
Рефлексивність				
Високий	20	24,10	18	22,22
Достатній	35	42,17	36	44,44
Низький	28	33,73	27	33,33
Толерантність				
Високий	18	21,69	17	20,99
Достатній	39	46,99	35	43,21
Низький	26	31,33	29	35,80
Бар'єропревентивність				
Високий	16	19,28	15	18,52
Достатній	33	39,76	34	41,98
Низький	34	40,96	32	39,51

Результати діагностики рефлексивності дозволили встановити, що високий рівень розвитку досліджуваного феномена показали 20 (24,1%) бакалаврів з туризму КГ та 18 (22,22%) – ЕГ. Майбутні фахівці в галузі туризму з таким рівнем переважно схильні звертатися до аналізу своєї діяльності й вчинків інших людей, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки щодо своїх дій у минулому, теперішньому й майбутньому. Більшість здобувачів вищої освіти продемонструвала достатній рівень розвиненості рефлексивності: 42,17% КГ і 44,44% ЕГ. Низький рівень показали 33,73% респондентів КГ та 33,33% – ЕГ, що виявляється в тому, що вони стикаються з труднощами в регулюванні власної поведінки.

Щодо результатів діагностування толерантності, яка репрезентується в терпимості до національної гетерогенності, повазі до представників інших

культур, то високий рівень, а отже, виражені риси толерантної особистості, виявили 21,69% бакалаврів з туризму КГ та 20,99% – ЕГ. Низький рівень толерантності виявлено у 31,33% студентів КГ, 35,8 – ЕГ. Достатній рівень показала більшість здобувачів (46,99% – КГ; 43,21% – ЕГ).

Діагностика бар'єропревентивності, здатності до співпраці й компромісу в конфліктних ситуаціях, показала, що її високий рівень виявили 19,28% бакалаврів з туризму КГ та 18,52% – ЕГ; достатній – 39,76% здобувачів вищої освіти КГ та 41,98% – ЕГ; низький – 40,96% КГ і 39,51% ЕГ.

Узагальнені результати діагностики особистісного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму наведено у табл. 2.11.

Аналізуючи результати, наведені у табл. 2.11, можна констатувати, що на початку експерименту майбутні фахівці в туристичній галузі виявили недостатній рівень сформованості особистісного компонента досліджуваної компетентності.

Таблиця 2.11

Рівні сформованості особистісного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особа)	
	Кількість	%	Кількість	%
Високий	18	21,69	17	20,58
Достатній	36	42,97	35	43,21
Низький	29	35,34	29	36,21

Так, високий рівень встановлено тільки у 21,69% бакалаврів з туризму КГ та 20,58% – ЕГ. Достатній рівень продемонстрували 42,97% та 43,21% майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп відповідно. Низький рівень сформованості особистісного критерію полікультурної комунікативної компетентності виявлено у 35,34% здобувачів вищої освіти КГ та 36,21% – ЕГ.

Узагальнені результати щодо ступеня сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп (констатувальний етап експерименту) наведено в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Вихідні дані щодо сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особа)	
	Кількість	%	Кількість	%
Високий	17	20,75	16	19,55
Достатній	32	37,95	31	38,00
Низький	34	41,30	34	42,46

Вважаємо за доцільне зазначити, що результати констатувального етапу експерименту мали важливе мотиваційне значення для дослідження. Отримані дані свідчать про те, що лише п’ята частина бакалаврів з туризму продемонструвала високий рівень сформованості полікультурної комунікативної компетентності **(**20,75% – КГ та 19,55% – ЕГ).

Результатом проведення констатувального етапу експерименту щодо визначення сучасного стану сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму стало виявлення переважно достатнього **(**37,95% – КГ та 38% – ЕГ) й низького **(**41,3% – КГ та 42,46% – ЕГ) рівнів зазначеної компетентності за всіма критеріями та показниками. Це стало підтвердженням правильності обрання теми дослідження та необхідності розробки й упровадження на практиці структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Формувальний етап експерименту тривав три роки (2021/2024 н. р.). На даному етапі в експериментальній групі (ЕГ – 81 особа) реалізовувалася теоретично обґрунтована підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до

ефективної комунікації в полікультурному середовищі. У контрольній групі (83 особи) навчальна діяльність здійснювалася за допомогою традиційних для закладів вищої освіти методів і форм навчання, і окреме завдання щодо забезпечення формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму не ставилося.

Результати діагностики рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму по кожному критерію на контрольному етапі наведено в дод. Т. Результати щодо динаміки зміни показників рівнів сформованості складників полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп наведено у табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Динаміка показників рівнів сформованості складників полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особа)	
	Етап експерименту			
	Констатувальний	Контрольний	Констатувальний	Контрольний
Критерій сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму				
Мотиваційно-спрямувальний				
Високий	21,93	24,10	22,22	40,74
Достатній	39,76	43,37	39,51	48,15
Низький	38,31	32,53	38,27	11,11
Когнітивний				
Високий	21,20	25,30	18,52	39,51
Достатній	32,53	37,35	32,35	50,62
Низький	46,27	37,35	49,14	9,88
Діяльнісний				
Високий	18,55	22,89	17,28	41,98
Достатній	38,55	40,96	39,01	49,38
Низький	42,89	36,14	43,70	8,64
Особистісний				
Високий	21,69	24,10	20,58	34,57
Достатній	42,97	46,99	43,21	53,09
Низький	35,34	28,92	36,21	12,35

Зіставлення даних щодо рівня сформованості складників полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп дозволяє стверджувати про значні позитивні зміни на всіх рівнях, що відбулися під час формувального етапу експерименту.

Аналізуючи дані рівнів сформованості *мотиваційно-ціннісного компонента* полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму за *мотиваційно-спрямувальним критерієм* (див. табл. 2.13), слід відзначити, що за три роки в контрольній групі відбулися певні позитивні зміни. Проте динаміка була незначною, оскільки приріст за рівнями склав: високий (+2,17%); достатній (+3,61%); низький (–5,78%). Щодо експериментальної групи, то після проведення формувального етапу експерименту спостерігаємо значні позитивні зрушення у бік прагнення студентів до досягнень, успішного розвитку, самовдосконалення, бажання співпрацювати, спілкуватися й враховувати особливості комунікативної поведінки співрозмовників. Показники мотиваційно-ціннісного компонента в експериментальній групі становили: для високого рівня – (+18,52%), достатнього рівня – (+8,64%), низького рівня – (–27,16%). Вважаємо, що доведено ефективність обраних нами методів і прийомів мотивування й стимулювання навчальної діяльності майбутніх фахівців у галузі туризму, які передбачали включення емоційно насиченого професійно спрямованого матеріалу, майстер-класи, воркшопи від спікерів-практиків з бізнесу. Доцільними стали розроблені й апробовані вправи, технології фасилітації, реалізація яких забезпечила зростання у здобувачів вищої освіти пізнавального інтересу й позитивної мотивації до майбутньої професійної діяльності в сфері туризму. На наш погляд, зміна мотивів, цінностей спричинила у бакалаврів з туризму запуск внутрішніх механізмів мотивації, саморозвитку й самовдосконалення в здійсненні ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі, усвідомлення потреби в особистісній перебудові.

Щодо динаміки рівня сформованості *соціально-когнітивного компонента* полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму *за когнітивним критерієм*, то отримані результати свідчать про суттєві позитивні зрушення. Так, після проведення формувального етапу експерименту в експериментальній групі значно зросла кількість бакалаврів з туризму, показники яких віднесено до високого рівня (з 18,52% до 39,51%), тобто приріст становив +20,99%. Якісний аналіз результатів показав, що ці майбутні фахівці в галузі туризму мають стійкі погляди на полікультурну комунікативну діяльність у процесі виконання професійних обов'язків, яка потребує постійного самовдосконалення. Вони мають міцні, глибокі й дієві знання щодо: сутності полікультурної комунікативної компетентності майбутнього фахівця в галузі туризму, її структури; теорії комунікації й фундаментальних моделей культури; стратегій ефективної комунікації в полікультурному середовищі з урахуванням вербальних, невербальних і паравербальних засобів; методів запобігання конфліктам та їх регулювання в професійному середовищі в умовах мультикультурності; ролі англійської мови як офіційної мови міжнародного спілкування, її різноманітності й впливу на різних рівнях соціальних відносин. Зазначимо, що суттєво зменшилася кількість бакалаврів з туризму з низьким рівнем (з 49,14% до 9,88%). Щодо даних контрольної групи, можна констатувати, що відбулися певні зміни, проте незначні: високий рівень – з 21,20% до 25,30%, достатній – з 32,53% до 37,35%, низький – з 46,27% до 37,35%. Виявлений приріст у контрольній групі становив: +4,10%; + 4,82%; –8,92%, водночас в експериментальній групі ці показники виявилися значно суттєвішими: +20,99%; + 18,27%; –39,26%.

Значні зміни спостерігалися у рівні сформованості *комунікативно-діяльнісного компонента*, який визначався за *діяльнісним критерієм*. Діагностика показала, що якщо в контрольній групі кількість бакалаврів з туризму з високим рівнем становила 22,89% (порівняно з 18,55%), то в

експериментальній – 41,98% (порівняно з 17,28%). Приріст становив відповідно +4,34% та +24,69%. Суттєво змінилися показники низького рівня сформованості комунікативно-діяльнісного компонента. В експериментальній групі приріст становив –35,06%, а в контрольній – (–6,75%). Позитивні зміни відбулися й у достатньому рівні: в експериментальній групі (+10,37%), у контрольній – (+2,41%). Вважаємо, що доцільним виявилося впровадження в освітній процес авторського спецкурсу «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» з використанням методики CLIL (Content and Language Integrated Learning), інтерактивних семінарів, семінарів-дискусій, семінарів-захистів проєктів, практичних занять з використанням вправ, інтерактивних методів навчання: діалогічно-дискусійних, ігрових; кейсових технологій, цифрових технологій і технологій співробітництва; різновидів групової, парної, індивідуальної роботи; різних форм позааудиторної роботи.

Окремо зазначимо, що показники *особистісного компонента* за *особистісним критерієм* також набули суттєвих змін. В експериментальній групі помітні позитивні зміни відбулися на всіх рівнях: високий рівень – з 20,58% до 34,57% (приріст +13,99%); достатній рівень – з 43,21% до 53,09% (приріст +9,88%); низький рівень – з 36,21% до 12,35% (приріст –23,87%). У контрольній групі зміни виявилися незначними: високий рівень – з 21,69% до 24,10% (приріст +2,41%); достатній рівень – з 42,97 до 46,99% (приріст +4,02%); низький рівень – з 35,34% до 28,92% (приріст –6,43%).

Отже, отримані результати свідчать про те, що було обрано ефективну модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

На завершення було проведено дослідження, спрямоване на визначення динаміки рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму (табл. 2.14, рис. 2.6).

Таблиця 2.14

Динаміка показників рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму

Рівень	Група			
	КГ (83 особи)		ЕГ (81 особа)	
	Етап експерименту			
	Констатувальний	Контрольний	Констатувальний	Контрольний
Високий	20,75	24,10	19,55	39,71
Достатній	37,95	41,63	38,00	50,00
Низький	41,30	34,27	42,46	10,29

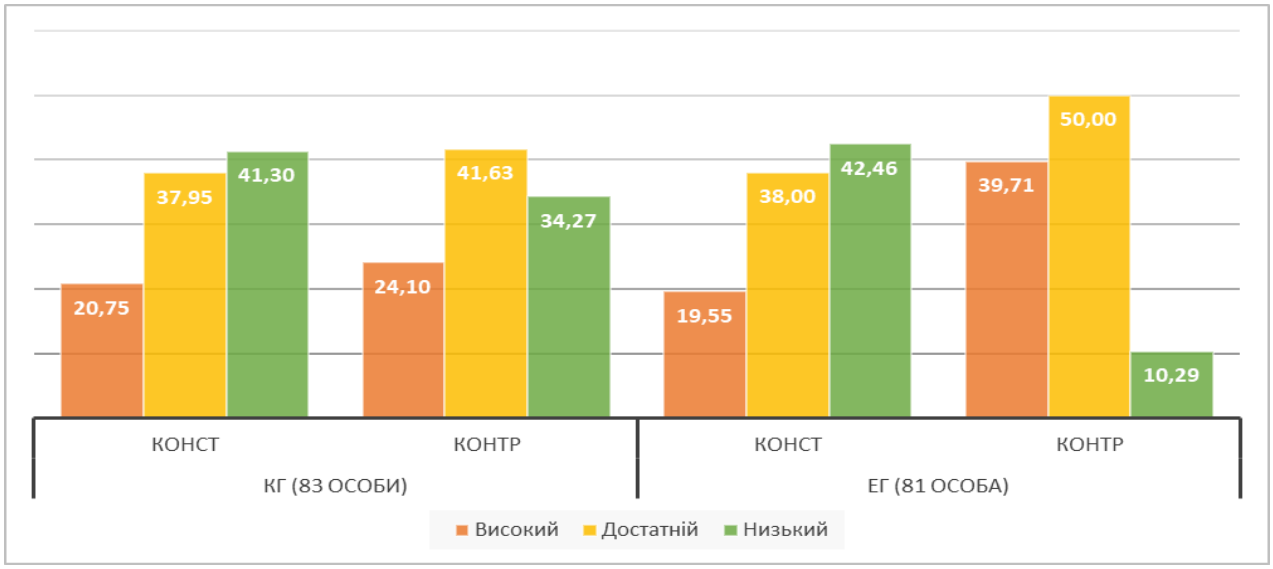


Рис. 2.6. Динаміка показників рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму

Дослідивши динаміку рівнів, констатуємо стрибкоподібність отриманих даних рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму експериментальної групи. Так, суттєво збільшилася кількість бакалаврів з туризму, які мають високий рівень досліджуваної компетентності (приріст становить +20,16% в ЕГ), при цьому приріст в контрольній групі склав +3,35%. Значно зменшилася кількість здобувачів вищої освіти, які мають низький рівень сформованості полікультурної комунікативної компетентності: в ЕГ приріст становить (–32,17%), у КГ – (–7,03%). Це відбулося за рахунок переходу

бакалаврів з туризму до достатнього рівня, значення якого відповідно змінилося (приріст становить: +12,0% в ЕГ та +3,68% в КГ).

З метою з'ясування вірогідності результатів педагогічного експерименту було сформульовано таке:

– група нульових гіпотез (H_{01}, H_{02}, H_{03}, H_{04}) про те, що різниця в даних експериментальної й контрольної вибірок за мотиваційно-спрямувальним, когнітивним, діяльнісним та особистісним критеріями спричинена помилками репрезентативності. H_{01}, H_{02}, H_{03}, H_{04} – рівні сформованості складових полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму ЕГ та КГ не мають істотних відмінностей;

– група альтернативних гіпотез (H_{11}, H_{12}, H_{13}, H_{14}) про те, що різниця отриманих даних ЕГ та КГ зумовлена впровадженням експериментального фактора (реалізацією моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму). H_{11}, H_{12}, H_{13}, H_{14} – рівні сформованості компонентів полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму ЕГ та КГ істотно відрізняються.

Для перевірки вищезазначених гіпотез застосовували критерій Пірсона $\chi 2$, оскільки вибірки груп бакалаврів з туризму випадкові й незалежні, члени кожної вибірки також незалежні між собою, властивості (рівень сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму) виміряні за шкалою порядку, що має категорії: високий, достатній, низький рівні (c = 3).

Значення статистики $\chi^2_{\text{експ.}}$ обчислювалося за формулою:

$$\chi^2_{\text{експ.}} = \frac{1}{N_1 N_2} \sum_{i=1}^{4} \frac{(N_1 Q_{2i} - N_2 Q_{1i})^2}{Q_{1i} + Q_{2i}}, \quad 2.5$$

де N_1 – кількість студентів експериментальної групи;

N_2 – кількість студентів контрольної групи;

Q_{1i} і Q_{2i} – кількість майбутніх фахівців у галузі туризму, які були на певному рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності (низькому i=1, достатньому i=2, високому i=3) в ЕГ і КГ.

Для рівня значущості α=0,05 і кількості ступенів свободи $v=c-1=2$ критичне значення $\chi^2_{кр.}$=5,991. Згідно з правилом прийняття рішення, якщо розраховане значення $\chi^2_{експ.}>\chi^2_{кр.}$, то нульова гіпотеза H_0 відхиляється та приймається альтернативна H_1: відмінності в розподілах студентів ЕГ та КГ за рівнями сформованості полікультурної комунікативної компетентності є статистично значущими з імовірністю P=0,95%.

Результати обчислення $\chi^2_{експ}$ для усіх рівнів досліджуваної готовності наведено в додатку Т.

З метою з'ясування вірогідності кінцевих результатів педагогічного експерименту було сформульовано такі групи гіпотез:

1. Для перевірки відсутності відмінностей між *експериментальною* та *контрольною* групами на констатувальному етапі експерименту:

– H_{01} – рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму експериментальної та контрольної груп на констатувальному етапі не мають істотних відмінностей;

– H_{11} – рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму експериментальної та контрольної груп на констатувальному етапі істотно відрізняються.

2. Для перевірки відсутності відмінностей між *експериментальною* та *контрольною* групами на контрольному етапі експерименту:

– H_{02} – рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму експериментальної та контрольної груп на контрольному етапі не мають істотних відмінностей;

– H_{12} – рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму експериментальної та контрольної груп на контрольному етапі істотно відрізняються.

3. Для перевірки відсутності відмінностей між результатами *контрольної* групи на констатувальному та контрольному етапах експерименту:

– H_{03} – рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної групи на

констатувальному та контрольному етапах не мають істотних відмінностей;

– H_{13} – рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної групи на констатувальному та контрольному етапах істотно відрізняються.

4. Для перевірки відсутності відмінностей між результатами *експериментальної* групи на констатувальному та контрольному етапах експерименту:

– H_{04} – рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму експериментальної групи на констатувальному та контрольному етапах не мають істотних відмінностей;

– H_{14} – рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму експериментальної групи на констатувальному та контрольному етапах істотно відрізняються.

Для перевірки запропонованих гіпотез також було доцільним застосування критерію Пірсона $\chi 2$.

Таблиця 2.15

Результати аналізу характеристик ЕГ та КГ на констатувальному та контрольному етапах експерименту (за критерієм Пірсона χ^2) для перевірки гіпотез H_{01} і H_{11}, H_{02} й H_{12} з метою з'ясування вірогідності кінцевих результатів педагогічного експерименту

Констатувальний етап		Контрольний етап	
$\chi^2_{емп}$ (H_{01} vs H_{11})	**0,04253**	$\chi^2_{емп}$ (H_{02} vs H_{12})	**14,2834**
$\chi^2*_{критич}$		5,991	

За результатами, наведеними у табл. 2.15, порівняння гіпотез H_{01} и H_{11} показало $\chi^2_{емп} = 0{,}04253 < \chi^2_{критич}$, що свідчить про підтвердження нульової гіпотези про відсутність відмінностей між *ЕГ* та *КГ* на *констатувальному* етапі експерименту. Співставлення гіпотез H_{02} и H_{12} продемонструвало $\chi^2_{емп} = 14{,}2834 > \chi^2_{критич}$. Тобто нульова гіпотеза про відсутність відмінностей між *ЕГ* та *КГ* на контрольному етапі експерименту не підтвердилась.

Порівняння гіпотез H_{03} и H_{13} показало $\chi^2_{емп} = 0{,}89115 < \chi^2_{критич}$, що свідчить про підтвердження нульової гіпотези про відсутність відмінностей контрольної групи на *констатувальному* та *контрольному* етапах експерименту. Співставлення гіпотез H_{04} и H_{14} продемонструвало $\chi^2_{емп} = 22{,}7748 > \chi^2_{критич}$. Тобто нульова гіпотеза про відсутність відмінностей експериментальної групи на *констатувальному* та *контрольному* етапах не підтвердилась.

Результати, наведені у табл. 2.16 свідчать про **суттєву статично значущу різницю** між показниками ЕГ та КГ після експерименту. Відмінності у ЕГ до та після експерименту виявилися статистично значущими ($\chi^2_{емп} = 22{,}7748 > \chi^2_{критич} = 5{,}991$), на відміну від контрольної групи, де різниця виявилась незначущою ($\chi^2_{емп} = 0{,}89115 < \chi^2_{критич} = 5{,}991$).

Таблиця 2.16

Результати аналізу характеристик ЕГ та КГ на констатувальному та контрольному етапах експерименту (за критерієм Пірсона χ^2) для перевірки гіпотез H_{03} й H_{13}, H_{04} й H_{14} з метою з'ясування вірогідності кінцевих результатів педагогічного експерименту

Контрольна група		Експериментальна група	
$\chi^2_{емп}$ (H_{03} vs H_{13})	**0,89115**	$\chi^2_{емп}$ (H_{04} vs H_{14})	**22,7748**
$\chi^2*_{критич}$		5,991	

Підсумовуючи, можемо стверджувати, що якісний аналіз отриманих результатів демонструє, що реалізація в освітньому процесі ЗВО структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання призвела до істотних позитивних зрушень досліджуваного феномена. Це дозволяє констатувати, що процес формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання відбувся, а задекларована мета дослідження досягнута.

Висновки до розділу 2

Теоретичне обґрунтування структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, презентація процесу її впровадження в освітній процес ЗВО й аналіз результатів проведеного педагогічного дослідження дозволяє зробити такі висновки.

У розділі 2 модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання презентовано як цілісну сукупність методів, прийомів і засобів навчання, форм контролю й корекції, блоків (концептуально-цільового, змістово-реалізаційного, результативно-оцінювального), які гармонійно взаємодіють між собою, утворюючи стійку єдність, послідовно впроваджуються в освітній процес ЗВО, гарантуючи досягнення запланованого результату.

Визначено сутність концептуально-цільового блоку моделі. Конкретизовано мету моделі, а саме: формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання; завдання: стимулювання ціннісно-мотиваційного ставлення бакалаврів з туризму до ефективної комунікації в полікультурному середовищі, їх прагнення до успіху, саморозвитку, самовдосконалення, спрямованості на спілкування, бажання управляти проявом емоцій під час спілкування й співвідносити свої реакції з поведінкою оточуючих людей, особистісних гуманних цінностей; збагачення знаннями щодо ефективної комунікації в професійному середовищі в умовах полікультурності, стратегій і технологій її здійснення; формування мовленнєвих, перцептивно-прогностичних, інтерактивних, соціокультурних, організаційно-координаторських умінь, необхідних для здійснення ефективної комунікації в полікультурному середовищі; розвиток особистісних якостей, зокрема толерантності, рефлексії, бар’єропревентивності.

Обґрунтовано методологічні засади: системний, партисипативний, компетентнісний, контекстний, комунікативний, культурологічний, аксіологічний підходи; загально-педагогічні й спеціальні принципи навчання (толерантності, комунікативної співпраці, полікультурності, культуровідповідності, безперервності, навчання через занурення, позитивності). Охарактеризовано доцільність установчого навчально-методичного семінару-практикуму для науково-педагогічних працівників, що здійснюють підготовку майбутніх фахівців у галузі туризму за спеціальністю 242 Туризм, спрямованого на забезпечення позитивної мотивації викладачів до здійснення процесу професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до професійної взаємодії в умовах мультикультурності; поглиблення професійної компетентності викладачів щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Проаналізовано сутність змістово-реалізаційного блоку моделі, який спрямовано на реалізацію оновленого змісту й технологічного забезпечення освітнього процесу в напрямі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Окреслено основні моделі змішаного навчання, які є найбільш оптимальними для використання в рамках реалізації моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання в сучасних реаліях вищої освіти в Україні, зокрема обґрунтовано доцільність використання віртуально збагаченої моделі, ротаційної моделі (ротації за станціями, індивідуальної ротації, перевернутого класу) й моделі самостійного змішування.

Розкрито шляхи оновлення змісту навчальних дисциплін «Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі», «Організація екскурсійних послуг», «Ділова іноземна мова», «Іноземна мова за професійним спрямуванням» й методи навчання, які доцільні під час вивчення зазначених дисциплін: діалогічно-

дискусійні (діалог, бесіда, диспут, дебати, дискусія, мозковий штурм, антимозковий штурм, метод сторітелінгу, метод рецензій, метод Кіплінга, метод «Проблемне коло»); ігрові (ділові, рольові); кейсові технології; технології фасилітації («Світове кафе», «Парадигма позитивних змін»); метод проєктів; технології співробітництва; цифрові технології (використання мобільних й вебзастосунків, ютуб каналів, доповненої реальності (augmented reality (AR)), віртуальної реальності (virtual reality (VR)).

Обґрунтовано зміст авторського спеціального курсу «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» за методикою CLIL (Content and Language Integrated Learning), його цільові орієнтири, гармонійне поєднання *лекційних* (інтерактивна лекція, лекція-дискусія, лекціями з продукування креативних ідей, бінарна лекція, проблемна лекція, лекція-круглий стіл), *семінарських* (семінар-дискусія, семінар-захист проєктів, семінар-захист індивідуальних творчих завдань) і *практичних* занять з використанням інтерактивних методів навчання, зокрема діалогічно-дискусійних (бесіда, диспут, дискусія, оргдіалог), ігрових (ділові, рольові, соціально-психологічні ігри, «Культурна капсула країни»), проєктних (індивідуальні, групові проєкти), кейсових технологій, вправляння (комунікативні, інтерактивні вправи).

У розділі 2 констатується, що формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання у процесі фахової підготовки має здійснюватися через гармонійне поєднання аудиторної та позааудиторної роботи, яка представлена «Майстернею міжнародних бізнес-комунікацій» (майстер-класи, воркшопи від спікерів-практиків з бізнесу); програмами віртуальної мобільності й віртуального обміну; науково-практичними конференціями, вебінарами; розмовними клубами «Share & Care», «TED Talks Club», «Business English Case Club». Охарактеризовано можливості опанування майбутніми фахівцями вміннями й отримання досвіду ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі, ознайомлення з новітніми підходами її здійснення

під час виробничої практики й комплексної практики з фаху, у закордонних програмах літньої практики на туристичних об’єктах (у туристичних комплексах, готелях тощо).

У розділі 2 зазначено, що результативно-оцінювальний блок передбачає: корекцію змісту, форм і методів підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі з метою її вдосконалення; самопізнання, самоаналіз, оцінювання власних дій і станів, пошук ефективних шляхів самокорекції; діагностику рівня сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

Кінцевим результатом упровадження презентованої моделі має бути сформована полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму.

Розкрито сутність констатувального, формувального й контрольного етапів педагогічного експерименту.

Презентовано сутність констатувального етапу експерименту, який спрямовано: на визначення мети, завдань, формулювання гіпотези дослідження; збір та аналіз даних щодо змісту, особливостей підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до ефективної комунікації в полікультурному середовищі у ЗВО; встановлення ЗВО-партнерів, які братимуть участь у дослідженні; встановлення кількісного та якісного складу учасників експерименту; розробка діагностичного інструментарію щодо виявлення рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності й проведення первинної діагностики в експериментальній і контрольній групах з метою отримання вихідних даних щодо рівня сформованості окресленої компетентності.

Подано опис формувального етапу експерименту, який передбачав дослідно-експериментальну перевірку ефективності моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

На основі педагогічної інтерпретації результатів, їх кількісного і якісного аналізу виявлено, що практична реалізація моделі формування полікультурної

комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання призвела до суттєвих статистично значущих змін у рівні сформованості окресленої компетентності здобувачів вищої освіти експериментальних груп. Відмінності в експериментальній групі до та після експерименту виявилися статистично значущими ($\chi^2_{емп}$ = 22,7748 > $\chi^2_{критич}$ = 5,991) на відміну від контрольної групи, де різниця виявилась незначущою ($\chi^2_{емп}$ = 0,89115 < $\chi^2_{критич}$ = 5,991). Узагальнення результатів педагогічного експерименту дозволило стверджувати, що мета дисертаційного дослідження досягнута, а виконані завдання й підтверджена гіпотеза дозволяють сформулювати загальні висновки.

Матеріали, які ввійшли до розділу 2, опубліковано автором у наукових статтях і матеріалах конференцій [90; 91; 92; 95; 102; 103; 185; 262].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі досліджено проблему формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання й запропоновано новий підхід до її розв'язання, що полягає в запровадженні структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності зазначених фахівців у процесі фахової підготовки на бакалаврському рівні. Результати наукового дослідження уможливили ґрунтовно викласти такі висновки:

1. На підставі аналізу нормативно-правової, філософської, соціологічної, культурологічної та психолого-педагогічної літератури розкрито теоретичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, основу яких становлять: міжнародні й вітчизняні нормативні документи, стандарти вищої освіти стосовно професійної підготовки в галузі туризму, в яких окреслено вимоги до зазначених фахівців; напрями наукових пошуків щодо ефективної комунікації в полікультурному середовищі, що ґрунтуються на різних методологічних підходах (системному, партисипативному, компетентнісному, контекстному, комунікативному, культурологічному, аксіологічному); наукові праці, в яких конкретизовано основні дефініції дослідження: «компетентність», «полікультурна компетентність», «комунікативна компетентність», «полікультурна комунікативна компетентність», «полікультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців у галузі туризму», «змішане навчання», «педагогічна модель»; здобутки вчених, що презентують сучасний досвід і напрями наукових пошуків щодо професійної підготовки фахівців туристичної галузі; наукові розробки щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання; здобутки сучасних науковців і результати дисертаційних досліджень, в яких обґрунтовано методи навчання, що оптимізують процес формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

2. У дисертації сутність полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму розуміємо як інтегративне соціально значуще

утворення особистості, яке забезпечує якісне виконання багатовекторних професійних обов'язків через взаємодію, взаємовплив та спілкування з представниками різних культур з самоідентифікацією особистості в суспільстві в умовах мультикультурності та її інтеграцією в полікультурний світовий простір зі збереженням взаємозв'язку з рідною культурою на засадах рівноправності, толерантності, визнання багатства культурної спадщини, культурного розмаїття та певних моральних ціннісних орієнтацій і ставлень. Обґрунтовано структурні компоненти досліджуваної компетентності: мотиваційно-ціннісний, соціально-когнітивний, комунікативно-діяльнісний, особистісний, а також сукупність критеріїв та їх показників: *мотиваційно-спрямувальний* (наявність мотивації досягнення, особистісних цінностей (гуманність, справедливість), потреби у спілкуванні, прагнення до управління проявом емоцій під час спілкування, бажання співвідносити свої реакції з поведінкою оточуючих людей); *когнітивний* (прагнення до набуття знань, повнота та міцність полікультурних комунікативних знань); *діяльнісний* (рівень володіння уміннями: мовленнєвими, перцептивно-прогностичними, інтерактивними, соціокультурними, організаційно-координаторськими); *особистісний* (здатність до рефлексії, толерантність, бар'єропревентивність), які корелюють з виокремленими компонентами полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. Визначено рівні сформованості зазначеної компетентності (*низький, достатній, високий*) і розкрито їх зміст.

3. Теоретично обґрунтовано модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, яка містить такі блоки: концептуально-цільовий, змістово-реалізаційний, результативно-оцінювальний, на основі оптимальних моделей змішаного навчання в сучасних реаліях українського суспільства (віртуально-збагаченої моделі, ротаційної моделі (ротації за станціями, індивідуальної ротації, перевернутого класу) й моделі самостійного змішування).

Концептуально-цільовий блок передбачає визначення мети структурно-функціональної моделі, а саме формування полікультурної комунікативної

компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, а також окреслення таких завдань: стимулювання ціннісно-мотиваційного ставлення бакалаврів з туризму до ефективної комунікації в полікультурному середовищі, їх прагнення до успіху, саморозвитку, самовдосконалення, спрямованості на спілкування, бажання управляти проявом емоцій під час спілкування й співвідносити свої реакції з поведінкою оточуючих людей, особистісних гуманних цінностей; збагачення знаннями щодо ефективної комунікації в професійному середовищі в умовах полікультурності, стратегій і технологій її здійснення; формування мовленнєвих, перцептивно-прогностичних, інтерактивних, соціокультурних, організаційно-координаторських умінь, необхідних для здійснення ефективної комунікації в полікультурному середовищі; розвиток особистісних якостей, зокрема толерантності, рефлексії, бар'єропревентивності; обґрунтування методологічних підходів (системного, партисипативного, компетентнісного, контекстного, комунікативного, культурологічного, аксіологічного); визначення принципів навчання (толерантності, комунікативної співпраці, полікультурності, культуровідповідності, безперервності, навчання через занурення, позитивності); проведення первинної діагностики рівня сформованості у бакалаврів з туризму полікультурної комунікативної компетентності й установчого навчально-методичного семінару-практикуму для науково-педагогічних працівників, що здійснюють підготовку майбутніх фахівців у галузі туризму за спеціальністю 242 Туризм.

Змістово-реалізаційний блок передбачає засвоєння майбутніми фахівцями в галузі туризму комплексу знань з оновлених за змістом дисциплін «Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі», «Організація екскурсійних послуг», «Ділова іноземна мова», «Іноземна мова за професійним спрямуванням»), впровадження авторського спецкурсу «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» за методикою CLIL (Content and Language Integrated Learning), а також формування компонентів полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі

туризму завдяки реалізації діалогічно-дискусійних, ігрових технологій (ділові, рольові, соціально-психологічні ігри, «Культурна капсула країни»), технологій фасилітації, методу проєктів, кейс-методу, цифрових технологій, вправляння. Значна увага приділяється позааудиторній роботі, зокрема організації «Майстерні міжнародних бізнес-комунікацій» (майстер-класи, воркшопи від спікерів-практиків з бізнесу), реалізації програм віртуальної мобільності й віртуального обміну, діяльності розмовних (дискусійних) клубів. Акцентовано на можливостях опанування майбутніми фахівцями вміннями й отримання досвіду ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі, ознайомлення з новітніми підходами її здійснення під час виробничої практики й комплексної практики з фаху, у закордонних програмах літньої практики на туристичних об'єктах.

Результативно-оцінювальний блок передбачає: корекцію змісту, форм і методів підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму до ефективної комунікації в полікультурному професійному середовищі з метою її вдосконалення; самопізнання, самоаналіз, оцінювання власних дій і станів, пошук ефективних шляхів самокорекції; діагностику рівня сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму.

4. Здійснено експериментальну перевірку ефективності структурно-функціональної моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання.

Порівняльний аналіз загальних результатів оцінки сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму за всіма критеріями засвідчив суттєве підвищення рівнів її сформованості в здобувачів, які навчалися за розробленою моделлю. Виявлено таку позитивну динаміку в рівні досліджуваної компетентності: значно збільшилася кількість бакалаврів з туризму, які мають високий рівень досліджуваної компетентності (приріст становить +20,16% в ЕГ). Суттєво зменшилася кількість здобувачів вищої освіти, які мають низький рівень

сформованості полікультурної комунікативної компетентності, зокрема в ЕГ цей показник скоротився на 32,17%, що відбулося за рахунок переходу бакалаврів з туризму до достатнього рівня, значення якого відповідно змінилося (приріст становить +12,0% в ЕГ). У бакалаврів з туризму контрольної групи позитивні зміни відбулися, проте незначні: високий рівень – з 20,75% до 24,10%, достатній – з 37,95% до 41,63%, низький рівень – з 41,30% до 34,27%.

Достовірність і значущість результатів дослідно-експериментальної роботи з перевірки ефективності моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання було підтверджено за допомогою непараметричного статистичного критерію Пірсона χ^2.

5. Розроблено комплекс навчально-методичних матеріалів для науково-педагогічних працівників ЗВО щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, який містить банк навчальних кейсів, проєктів, вправ, рольових і ділових ігор, дистанційних курсів на освітніх платформах, цифрових технологій (застосунків доповненої та віртуальної реальності, влогів, мобільних і вебзастосунків, ресурсів відеохостингу TED Talks); дібрано й адаптовано пакет діагностичних матеріалів для визначення рівня сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму; розроблено програму спецкурсу «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» за методикою CLIL (Content and Language Integrated Learning).

Виконане дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. До перспективних напрямів подальших дослідницьких пошуків відносимо аналіз шляхів розвитку полікультурної комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні за спеціальністю 242 Туризм в умовах змішаного навчання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авдєєва І.М. Принципи педагогічної фасилітації. *Наукові записки Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України*/ За ред. академіка С.Д. Максименка. К.: Главник, 2005. Вип. 26. В 4-х т., т. 1. С. 24–28.

2. Авхутська С.О. Полікультурна компетентність як необхідна складова професійної компетентності майбутнього учителя. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманов*а. Серія 16: Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики. 2011. Вип. 14. С. 4–7. URL:http://enpuir.npu.edu.ua/bit 9/10085/1/ Avhutskaya.pdf.

3. Александрова С.А. Комунікативна компетентність як професійно значуща якість фахівців туристської індустрії. *Педагогіка та психологія формування творчої особистості: проблеми і пошук*. Зб. наук. праць. Запоріжжя: ЗІДМУ, 2007. Вип. 42. С. 16–21.

4. Александрова С.А. Формування міжкультурної компетентності студентів туристських спеціальностей. *Вісник Луганського національного Університету ім. Тараса Шевченка*. Серія: Педагогічні науки. Ч. І. 2011. № 14 (225). С. 6–10.

5. Аніщенко А.П., Зайцева М.М. Підготовка кадрів туристичної індустрії. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. 2015. № 11. С. 39–43.

6. Аніщенко В., Падалка О. Культурологічний підхід у професійній підготовці вчителя. *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*. 2013. № 6. С. 103–107.

7. Антонова Н.О. Ціннісні орієнтації у системі особистісних якостей студентів вищого педагогічного навчального закладу: автореф. дис. … канд. психол. наук: 19.00.07. К., 2003. 20 с.

8. Артюшенко О.Ф., Нечипоренко Д.Л. Мотив досягнення та теоретичне обґрунтування його структурних компонентів. *Слобожанський науково-спортивний вісник*. 2013. №5 (38). С. 25–28.

9. Байсара Л.І., Носенко Е.Л. Методичний посібник до вивчення курсу «Позитивна психологія». Дніпропетровськ: ДНУ. 2014. 100 с.

10. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Київ: Довіра, 2007. 205 с. URL: http://terminy-mizhkult-komunikacii. wikidot.com.

11. Бачинська Є.М. Механізм формування інноваційного освітнього простору в регіоні. *Педагогіка і психологія*. 2007. № 1(54). С. 79–88.

12. Безбородих С.М. Аксіологічні основи професійної підготовки майбутніх фахівців початкової школи. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія «Педагогіка, соціальна робота». 2011. № 21. С. 21–23.

13. Безкоровайна Л.В. Професійна підготовка майбутніх фахівців з туризмознавства в європейських країнах. *Педагогічні науки*. Випуск LXXV. Том 2. 2017. С. 84–88.

14. Безкоровайна Л.В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах: дис. …докт. пед. наук: 13.00.04 Теорія та методика професійної освіти. Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с.

15. Бекирова А.Р. Педагогическое моделирование процесса формирования профессиональной субъектности будущих учителей начальных классов. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*: науковий журнал. Педагогічні науки. Житомир: Вид-во Євенок О.О., 2017. № 2 (88). С. 28–38.

16. Березка С.В. Педагогічна фасилітація у ЗВО: теоретичні аспекти підготовки особистості викладача. *Педагогічна та вікова психологія*. 2019. № 4. Том 2. URL: http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/4_2019/part_2/3.pdf.

17. Березюк О.С. Системний підхід до формування полікультурної компетентності майбутніх фахівців в сучасному освітньому просторі. *Професійна педагогічна освіта: системні дослідження*: монографія/за ред. О.А. Дубасенюк. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 193–209.

18. Бех І.Д. Особистісно-зорієнтоване виховання: навч.-метод. посібник. К.: ІЗМН, 1998.

19. Бех І.Д. Духовні цінності в розвитку особистості. *Педагогіка і психологія*. 1997. № 1. С. 124–129.

20. Бібік Н.М. Компетентнісний підхід: рефлексивний аналіз застосування. *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи*: Бібліотека з освітньої політики/ Під заг. ред. О.В. Овчарук. К.: «К.І.С.», 2004. С. 45–50.

21. Богданова І.М. Професійно-педагогічна підготовка майбутніх учителів на основі застосування інноваційних технологій: дис. ... доктора пед. наук: 13.00.04. Ін-тут педагогіки АПН України. Київ, 2003. 440 с.

22. Буко С., Горбачик А., Іващенко К., Костенко Н., Любива Т., Нікітіна Т., Скокова Л. Адаптація та застосування у загальноукраїнських опитуваннях шкали культурного інтелекту. Комплексні вимірювальні інструменти в соціологічних дослідженнях: розроблення, адаптація, обґрунтування достовірності [Є. Головаха, С. Дембіцький, Н. Паніна та ін.]; за наук. ред. Є. Головахи та С. Дембіцького. Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. 405 с. С. 268–291.

23. Веклич Ю.І. Особливості формування полікультурної комунікативної компетенції майбутніх вчителів іноземної мови в початковій школі. *Вісник психології і педагогіки*: зб. наук. пр. Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка, Інституту психології і соціальної педагогіки Київського університету імені Бориса Грінченка. Випуск 8. К., 2011. URL: http://www.psyh.kiev.ua.

24. Верченко Л. С. Розвиток соціально-комунікативної компетентності майбутніх викладачів закладів вищої освіти у процесі магістерської підготовки. дис. … докт. філос.; спец.: 015. Дніпро, 2020. 362 с.

25. Вища освіта в Україні. Рейтинги ЗВО. URL: https://osvita.ua/vnz/rating/86578/.

26. Вітвицька С.С. Компетентнісний та професіографічний підходи до побудови професіограми магістра освіти. *Вісник Житомирського державного університету*. Випуск 57. Педагогічні науки, 2011. С. 52–58.

27. Вітвицька С.С. Формування готовності магістрів освіти до науково-дослідницької діяльності у процесі вивчення педагогіки вищої школи. *Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2014. Вип. 46. С. 262–268. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpviknu_2014_46_41.

28. Волкова Н.П. Інтерактивні технології навчання у вищій школі: навч.-метод. посіб. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. 359 с.

29. Волкова Н.П. Педагогіка: навч. посіб. Вид. 2-ге, перероб., доп. К.: Академвидав, 2007. 616 с.

30. Волкова Н.П., Степанова А.А. Фасилітатор як важлива рольова позиція сучасного викладача вишу. Вісник університету імені Альфреда Нобеля «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки, 2018. № 1 (15). С. 228–234.

31. Волкова Н.П. Професійно-педагогічна комунікація: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2006. 256 с.

32. Волкова Н.П. Теоретичні та методологічні засади підготовки майбутніх учителів до професійно-педагогічної комунікації: автореф. дис. … д-ра пед. наук; спец.: 13.00.04. Луганськ, 2006. 44 с.

33. Волошко Г. Фасилітативний підхід як умова організації реверсивного навчання майбутніх педагогів. *Теорії та технології інноваційного розвитку професійної підготовки майбутнього вчителя в контексті концепції «Нова українська школа»*: монографія/ за заг. ред. А.А. Сбруєвої. Суми: Вид-во СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2021. 492 с. С. 61–82.

34. Воротняк Л.І. Особливості формування полікультурної компетенції магістрів у вищих педагогічних навчальних закладах. *Вісник Житомирського державного університету (Педагогічні науки)*. 2008. №39. С. 105–109.

35. Вступ.ОСВІТА.UA. URL: https://vstup.osvita.ua/spec/1-40-1/0-112-1563-0-0-0/.

36. Галицька М.М. Формування у студентів вищих навчальних закладів сфери туризму готовності до іншомовного спілкування: дис… канд. пед. наук: 13.00.04. К., 2006. 369 с.

37. Галіцан О.А. Формування педагогічної фасилітації майбутніх учителів у процесі навчання у вищому навчальному закладі. *Наукові праці. Серія: Педагогіка, психологія і соціологія*. Випуск 5 (155). Частина І. Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2009. С. 223-227.

38. Галіцан О. А., Курлянд З. Н. Детермінанти підготовки майбутніх вчителів до педагогічної фасилітації у професійній діяльності. *Теорія і методика професійної освіти*. № 21(1). 2020. URL: http://www. innovpedagogy.od.ua/archives/2020/21/part_1/38.pdf.

39. Гірняк О.М., Лазановський П.П. Менеджмент: теоретичні основи і практикум: Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти. К.: «Магнолія плюс», Львів: «Новий світ – 2000», 2003. С. 282–293.

40. Глазкова І.Я. Теоретико-методичні засади формування у майбутніх учителів компетентності запобігання і подолання педагогічних бар'єрів у процесі професійної підготовки: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 – теорія і методика професійного навчання. Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2013. 552 с.

41. Головань М.С. Компетенція і компетентність: досвід теорії, теорія досвіду. *Вища освіта України*. 2008. № 3. С. 23–31.

42. Гондюл В.П. та ін. Інформатика та обчислювальна техніка. Короткий тлумачний словник. К.: Либідь, 2000.

43. Гончарова І.С. Формування полікультурної компетентності у майбутніх менеджерів туризму у вищих навчальних закладах. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. Державний заклад „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка". Старобільськ, 2019. 280 с.

44. Гордієнко В.І. Моделі комунікативного процесу в сучасній психології та їхній потенціал у поясненні діалогічності спілкування. *Наукові*

записки. Том 97. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота, 2009. С. 55–60.

45. Грибова Л.В. Організаційно-методичні засади підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 Теорія і методика професійної освіти. Вінниця, 2010. 20 с.

46. Гункевич М.Б. Сучасні тенденції процесів підготовки фахівців галузі туризму в Україні. *Вісн. Луган. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка: Педагогічні науки*. Ч. ІІІ. 2013. № 18(277). С. 34–39.

47. Дербак О.А. Підготовка майбутніх бакалаврів з туризму до професійної взаємодії засобами проєктних технологій: дис. …канд. пед. наук: 13.00.04 Теорія та методика професійної освіти. Університет імені Альфреда Нобеля. Дніпро, 2021. 298 с.

48. Дубасенюк О.А. Методологія та методи науково-педагогічного дослідження: навч.-методичний посібник. Житомир: Полісся, 2016. 256 с.

49. Енциклопедія освіти. Акад. пед. наук України; гол. ред. В.Г. Кремень. К.: Юрінком Інтер, 2008. 1040 с.

50. Єжова О.В. Класифікація моделей в педагогічних дослідженнях. *Наукові записки КДПУ*. Серія: Проблеми методики фізико-математичної і технологічної освіти. Кіровоград : КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. Вип. 5, ч. 2. С. 202–207.

51. Жуков В.П., Попова О.В. Парсипативний підхід до формування моральної позиції майбутнього вчителя. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*: зб. наук. пр. Харків. нац. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди. Харків, 2022. Вип. 58. С. 28–40.

52. Забіяка І., Лобанова С. Міжкультурна комунікативна компетентність майбутніх фахівців технічного та гуманітарного профілю у контексті глобалізації освітнього простору**.** *Інноватика у вихованні*. Випуск 11. Том 2. 2020. С. 120–127.

53. Загоруйко О.Я. Великий універсальний словник української мови. Харків: ТОРСІНГ ПЛЮС, 2010. 768 с.

54. Занюк С.С. Психологія мотивації. К.: Либідь, 2002. 304 с.

55. Зеленська О.М. Аналіз результатів пілотного дослідження щодо визначення рівня сформованості полікультурної компетентності курсантів ВВНЗ. *Педагогічний дискурс*: зб. наук. праць/ гол. ред. Сиротенко А.Й. Хмельницький: ХГПА, 2008. С. 48–53.

56. Знанецький В.Ю. Використання кейс-методу в процесі професійно-орієнтованого навчання іноземної мови в немовних вищих навчальних закладах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2018. Вип. 37. Т. 3. С. 133–135.

57. Золенко А. Фасилітація: що це таке та як правильно її проводити, NIX Software Development Services, 2023. URL: https://www.nixsolutions.com/ua/blog/for-developer/ba/fasylitacziya-shho-cze-take-ta-yak-pravylno/.

58. Зязюн І.А. Естетичні засади розвитку особистості. *Мистецтво у розвитку особистості*: монографія/ За ред., передмова та післямова Н.Г. Ничкало. Чернівці: Зелена Буковина, 2006. 224 с.

59. Зязюн І. Молодь на шляхах свободи й демократії. *Шлях освіти*. 1997. №3. С. 6–9.

60. Ісаєва О.С., Грицько М.І. Культурологічний підхід як важлива складова у підготовці студентів-медиків. *Інноваційна педагогіка. Теорія і методика професійної освіти*. Випуск 55. Том 2. 2023. С. 97–99. DOI: https://doi.org/10.32782/2663- 6085/2023/55.2.20.

61. Казьмерчук А.В. Формування професійної культури майбутніх менеджерів туризму в позааудиторній діяльності вищого навчального закладу. Дис. … канд. пед. наук; спец.: 13.00.04. Житомирський державний університет імені Івана Франка. Житомир, 2017. 296 с.

62. Каламбет С.В., Іванов С.І., Півняк Ю.В. Методолія наукових досліджень: навч. посіб. Дн-вськ: Вид-во Маковецький, 2015. 191 с.

63. Кібанов А.Я., Івановська Л.В. Стратегічне управління персоналом. Київ, 2009. 450 с.

64. Клименко О.Б. Гендерная диференціація індивідуальних цінностей сучасної молоді. *Проблеми сучасної психології: збірник наукових праць Кам'янець-Подільского національного університету імені Івана Огієнка*, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України/ за ред. С.Д. Максименка, Л.А. Онуфрієвої. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2013. Вип. 21. С. 214–224.

65. Кнодель Л.В. Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в країнах-членах всесвітньої туристської організації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня док. пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія та методика професійної освіти» Тернопіль, 2007. 41 с.

66. Ковалинська І.В. Поняття «полікультурність» та «мультикультурність» у науковому дискурсі. *Освітологічний дискурс*. 2016. № 1 (13). С. 65-78.

67. Кодлюк І.В. Формування англомовної компетентності в діалогічному мовленні майбутніх фахівців з туризму в коледжах. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.02 «Теорія та методика навчання (германські мови)» (011 – Освітні, педагогічні науки). Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Міністерство освіти і науки України, Тернопіль, 2018. 275 с.

68. Кожушко С.П. Теоретичні та методичні засади підготовки майбутніх фахівців з комерційної діяльності до професійної взаємодії: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 – теорія і методика професійного навчання. Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2014. 552 с.

69. Кожушко С.П., Бойко Л.Г. Проєктні технології навчання як засіб формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. *Alfred Nobel University Journal of*

Pedagogy and Psychology. 2024. № 1 (27). С. 104–113. DOI: 10.32342/2522-4115-2024-1-27-12.

70. Кондратенко Л.О. Професійна рефлексія як засіб підвищення фахової компетентності педагога та саморозвитку: метод. рек. Суми: НВВ КЗ СОІППО. 2022. 40 с.

71. Кондратьєва О.М. Формування полікультурної компетентності майбутніх учителів початкової школи (на засадах лінгвокраїнознавчого підходу): дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04.; Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. Київ, 2017. 265 с.

72. Конох А.П. Теоретичні та методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців із спортивно-оздоровчого туризму у вищих навчальних закладах: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00. К., 2007. 622 с.

73. Корнюш Г.В. Можливості використання відеоматеріалів TED Talks у процесі викладання англійської мови у вищій школі. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2019. № 66. Т. 2. С. 24–29.

74. Коробова І. Віртуальна реальність у вивченні іноземних мов: теоретичний аспект. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 62, том 2, 2023. С. 236–241. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/62-2-38.

75. Корольчук М. С, Крайнюк В. М. Теорія і практика професійного психологічного відбору: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Ніка-Центр, 2010. 536 с.

76. Короткова Ю. Формування міжкультурної компетентності майбутніх юристів під час базової підготовки в закладі вищої освіти. *Освітологічний дискурс*. 2019. № 3–4 (26–27). С. 48–60.

77. Кравець Р.А. Аналіз результатів педагогічного експерименту з впровадження педагогічної технології формування полікультурної компетентності майбутніх фахівців аграрної галузі. *Journal «ScienceRise: Pedagogical Education»*. 2017. № 9 (17). С. 14–21.

78. Кравець Р. Структурні компоненти полікультурної компетентності майбутніх фахівців аграрної галузі. *Теорія та практика компетентнісної освіти*. Ч. 4. 2013. С. 80–87.

79. Кривега Л.Д., Головашенко О.В. Туризм як одна із форм соціалізації людини. *Пост Методика*. 2002. № 7–8. С. 45–46.

80. Крушельницька О.В., Мельничук Д.Л. Управління персоналом: навч. посібник. К.: Кондор, 2003. 296 с.

81. Кухта І.В. Формування іншомовної комунікативної культури майбутніх фахівців туристичної сфери: автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.04. Тернопіль, 2011. 22 с.

82. Кушнір І.М. Компоненти полікультурної компетентності іноземних студентів. Преподавание языков в высших учебных заведениях образования на современном этапе. 2008. № 13. С. 73–78. URL: http: //www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vmuvnz/2008_13/st13/08kuskom.pd.

83. Левовицький Т. та ін. Компетентнісно зорієнтована освіта: якісні виміри : монографія. Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. 367 с.

84. Максимець М. Формування соціокультурної компетенції у процесі вивчення іноземної мови. *Вісник Львівського університету*. Серія педагогічна. 2006. Випуск 21. С. 211–218.

85. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2012. 288 с.

86. Марущак О.М. Поняття компетентності у педагогічній діяльності. *Креативна педагогіка*: наук.-метод. журнал. Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки «Полісся». Житомир, 2016. Вип. 11. С. 97–108.

87. Медведєва І.В. Концепції культури в міжнародному бізнесі. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. 2017. Вип. 16. С. 58–63.

88. Медвідь В.Ю., Данько Ю.І., Коблянська І.І. Методологія та організація наукових досліджень (у структурно-логічних схемах і таблицях): навч. посіб. Суми: СНАУ, 2020. 220 с.

89. Мединська С.І. Аналіз зарубіжного досвіду щодо вимог до майбутніх фахівців у галузі туризму. Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку:* матер. І Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя: Запорізький національний університет 2021. С. 182–185.

90. Мединська С.І. Використання відеохостингу TED Talks як ресурсу для формування полікультурної комунікативної компетентності при застосуванні методики CLIL. *Філологічні й педагогічні студії*: матер. VI Міжнар. наук.-практ. конф. «Філологічні й педагогічні студії у вітчизняній та зарубіжній науці XXI сторіччя». К.: ПП АВІАЗ, 2023. 204 с. С. 168–174.

91. Мединська С.І. Діалогічно-дискусійні технології навчання як засіб формування полікультурної комунікативної компетентності. *Сучасна вища освіта: перспективні та пріоритетні напрями наукових досліджень:* матер. ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та науковців. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля. 2022. С. 123–126.

92. Мединська С.І. Кейс-метод як інструмент підсилення ефективності комунікації в полікультурному середовищі (на прикладі вивчення ділової іноземної мови). *Освітологічний дискурс*. 2023. № 1(40). DOI: https://doi.org/10.28925/2312-5829.2023.17.

93. Мединська С.І. Компетентнісний підхід до підготовки фахівців галузі туризму та індустрії гостинності для підвищення їх конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*, серія «Педагогіка і психологія». Дніпро, Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. № 2 (18). С. 208–214.

94. Мединська С.І. Компонентно-структурний аналіз полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у туристичній галузі. *Інноваційна педагогіка*, Випуск 71. Том 2. 2024. С. 71–77. DOI https://doi.org/10.32782/2663- 6085/2024/71.2.13.

95. Мединська С.І. Культурологічні моделі та їх роль у формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. *Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність:* матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля. 2022. 370 с. С. 339–342.

96. Мединська С.І. Особливості змішаного навчання при підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму. *Теорія і практика професійного становлення фахівця в інноваційному соціокультурному просторі*: матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. науково-педагогічних, педагогічних працівників і молодих учених. Дніпро: Університет ім. Альфреда Нобеля. 2024. С. 287–293.

97. Мединська С.І. Особливості міжкультурної комунікації в полікультурному середовищі. *Педагогіка та психологія: сучасний стан розвитку наукових досліджень та перспективи*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2021. С. 161–163.

98. Мединська С.І. Особливості професійної діяльності майбутніх фахівців у галузі туризму в контексті компетентнісного підходу. *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2022. Вип. 49. Т. 2. С. 83–88.

99. Мединська С.І. Особливості формування полікультурної комунікативної компетентності на засадах теорії комунікації. *Актуальні проблеми та перспективи технологічної і професійної освіти*: матер. VI Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., ТНПУ ім. Володимира Гнатюка, м. Тернопіль, 20-21 квітня 2023 р. С. 248–250.

100. Мединська С.І. Полікультурна, мультикультурна та міжкультурна компетентності: порівняльний аналіз на основі світового досвіду. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля*. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки, 2021. № 2 (22). С. 25–33.

101. Мединська С.І. Професійна підготовка майбутніх фахівців у галузі туризму: аналіз провідного світового досвіду. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 52, том 2, 2022. С. 239–246.

102. Мединська С.І. Роль технологій фасилітації у формуванні полікультурної комунікативної компетентності в умовах воєнного часу та змішаного навчання. *Реалізація освітніх ініціатив в умовах воєнного часу: вітчизняний та зарубіжний досвід:* матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Національний університет «Львівська політехніка»), м. Львів, 18–19 жовтня 2022 року / за заг. ред. О.М. Івєлєва. Львів, 2022. 147 с. С. 43–46.

103. Мединська С.І. Створення передумов для ефективної комунікації в полікультурному бізнес-середовищі. *Теорія і практика професійного становлення фахівця в інноваційному соціокультурному просторі*: матер. І Міжнар. наук.-практ. конф. науково-педагогічних, педагогічних працівників і молодих учених. Дніпро: Університет ім. Альфреда Нобеля. 2023. 285 с. С. 132–135.

104. Мелько Л.Ф. Полікультурна компетентність студентів як фактор інтеграції. *Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*, спеціальний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору. Київ, 5. 2014. Т. 4 (55). С. 282–290.

105. Мельник А. Особливості технології змішаного навчання у системі вищої освіти. *Наукові записки*. Серія: Педагогіка. 2022. № 2. С. 23–31.

106. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Схвалено сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України (протокол від 23.03.11.2017 р. № 19). URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf.

107. Микитенко Н.О. Ефективні методики формування іншомовної професійної компетентності майбутніх фахівців природничих спеціальностей. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: Педагогіка. 2011. № 2. С. 157–166.

108. Мирончук Н.М. Контекстний підхід у підготовці студентів до професійної діяльності у зарубіжній педагогічній теорії. *Креативна педагогіка*:

[наук.-метод. журнал]. Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки «Полісся». Житомир, 2018. Вип. 13. С. 95–101.

109. Мичковська В. Поняття полікультурності як якості особистості. *Збірник наукових праць Національної академії державної прикордонної служби України. Серія: Педагогічні науки*. №1 (24), 2021. С. 236–253.

110. Москаленко В.В. Соціальна психологія: Підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 624 с.

111. Мушкін І. Нематеріальна мотивація продуктивності праці. Персонал. 2009. № 4. С. 44–49.

112. Науменко Н.В. Дискусійні методи навчання у підготовці фахівців фармації. *Педагогічні науки*. Випуск LXXVI. Том 1. 2017. С. 110–113.

113. Новий тлумачний словник української мови. К.: Аконит, 2001.

114. Овчарук О.В. Компетентнісний підхід до формування змісту середньої освіти: досвід зарубіжних країн. *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи* (бібліотека з освітньої політики. За заг. ред. О.В. Овчарук. К. 2004. С. 5–15.

115. Онищенко М.Ю. Полікультурна компетентність майбутніх перекладачів як важлива складова професійної компетентності. *Вісник*. Серія: Педагогічні науки. 2017. № 148. С. 108–113.

116. Осадча К., Осадчий В., Круглик В., Наумук І. Змішане навчання при викладанні дисциплін для магістрів професійної освіти. *Серія: Педагогічні науки*. Вип.3. Бердянськ: БДПУ, 2020. С. 343–353. DOI: 10.31494/2412-9208-2020-1-3.

117. Осадчий І. Г. Педагогічне моделювання: що важливо знати педагогу? Народна освіта. 2016. Вип. 1. С. 60–68. URL: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=3969

118. Основи науково-педагогічних досліджень: навч. посіб./ І.П. Аносов та ін.; Мелітоп. держ. пед. ун-т імені Богдана Хмельницького. Мелітополь: Вид. будинок ММД, 2015. 216 с.

119. Петришин Л.Й. Технологічний аспект формування креативності фахівців соціальної сфери у процесі фахової підготовки. *Педагогічні технології в сучасних наукових дослідженнях: досвід та інновації*: монографія/ за ред. С.Я. Харченка; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». Старобільськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2017. С. 53–98.

120. Писаревський І.М., Александрова С.А. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі): підручник. Харків: ХНАКМГ, 2010. 230 с.

121. Пометун О.І. Теорія та практика послідовної реалізації компетентнісного підходу в досвіді зарубіжних країн. *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи*: Бібліотека з освітньої політики / Під заг. ред. О.В. Овчарук. К.: «К.І.С.», 2004. С. 15–24.

122. Прищак М. Д. Методологічний концепт комунікативного підходу в освіті та педагогіці. *Знання. Освіта. Освіченість*: збірник матеріалів І Міжнародної науково-практична конференції, м. Вінниця, 25-27 вересня 2012 р. Вінниця: ВНТУ, 2012. С. 92–95.

123. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій: Постанова Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text.

124. Прядко Н. О. Мотивація досягнення як детермінанта успіху в професійній діяльності особистості. *Вісник*. 2015. № 127. С. 177–180. URL: http://visnyk.chnpu.edu.ua/?wpfb_ dl=1574.

125. Психологія управління: метод. реком. до лаборат. практ./ укл. Малімон Л.Я. Вид. 2., доп. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2020. 107 с. С. 63–65.

126. Рембач О.О. Формування міжкультурної компетентності майбутніх правознавців у процесі іншомовної підготовки. *Університетські наукові записки.* Хмельницький, 2017. № 63. С. 387–400.

127. Романов І.І. Умови застосування методу кейсів при навчанні іноземних мов. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2018. № 60. С. 98–102.

128. Ромат Є. В. Трансформація моделі державного управління рекламною діяльністю у перехідних умовах: монографія. К.: Вид-во НАДУ, 2003.

129. Руднік Ю.В. Впровадження методики предметно-мовного інтегрованого навчання: за і проти (світовий досвід). *Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди».* 2013. Вип. 31. Том (IV). С. 332–340. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/2896/7/Y_Rudnik_VMPMIN_13_FLMD_PI.pdf.

130. Сакун Л.В. Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в розвинених країнах світу: Монографія. Київ: МАУП, 2004. 398 с.

131. Сєрих Т.М. Визначення ефективності педагогічних умов формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх учителів початкової школи. *Traektoriâ Nauki = Path of Science*. 2020. Т. 6. № 9. С. 3017–3033.

132. Сєрих Т.М. Формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх учителів початкової школи: дис. … доктора філософії: 01. Глухів, 2020. 359 с.

133. Сидорчук Н.Г. Порівняльний аналіз понять «компетенція» та «компетентність» як складних психолого-педагогічних феноменів. *Проблеми освіти*: збірник наукових праць. Спецвипуск. Вінниця-Київ, 2015. С. 78–81.

134. Сімоненко М.В. Полікультурна компетентність майбутнього вчителя як стандарт освіти європейського виміру. *Вісник Київського національного університету ім. Т.Шевченка. Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору*. Серія: Соціологія. Психологія. Педагогіка. 2009. Дод. 4. Т. II (14). 556 с.

135. Смирнова О.О. Соціально-психологічні аспекти полікультурної компетентності студентів в освітньому середовищі. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*. 2016. № 2. С. 140–150. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tippp_2016_2_18.

136. Смирнова О.О. Соціально-психологічні умови розвитку комунікативної компетентності студентів у полікультурному освітньому просторі вищого навчального закладу: дис. …канд. психол. наук: 19.00.05 Соціальна психологія; психологія соціальної роботи. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. Сєвєродонецьк, 2018. 243 с.

137. Сніца Т.Є. Методичні рекомендації викладачам щодо формування полікультурної компетентності у майбутніх офіцерів-прикордонників. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія»*. Педагогічні науки. 2016. № 2 (12). С. 295–300.

138. Соколова І.В. Професійна підготовка майбутнього вчителя-філолога за двома спеціальностями/ за ред. С.О. Сисоєвої. Маріуполь; Дніпропетровськ: АРТ-ПРЕС, 2008. 400 с.

139. Соколова І.В., Івашко О.А. Формування полікультурної компетентності у майбутніх вчителів-філологів. *Збірник наукових праць Бердянського державного педагогічного університету* (Педагогічні науки). № 2. Бердянськ: БДПУ, 2015. 276 с. URL: http://www.nbuv. gov.ua/Portal/soc_gum/ 11.

140. Соціологія: короткий енциклопедичний словник/ уклад.: В.І. Волович, В.І. Тарасенко, М.В. Захарченко та ін.; під заг. ред. В.І. Воловича. К.: Укр. центр духовної культури, 1998. 736 с.

141. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм». Наказ Міністерства освіти і науки України від 04.10.2018 р. № 1068. Київ, 2018. 18 с.

142. Стеценко Н.М., Байша К.М. Використання відео-ресурсу TED Talks у навчанні іноземної мови майбутніх менеджерів. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2020. № 68. Т. 2. С. 191–196.

143. Стрельніков В.Ю. Розвиток особистісних смислів та ціннісних орієнтацій педагога. *Шлях освіти*. 2001. № 2. С.11–13.

144. Суткевич Г.О. Принципи формування полікультурної компетентності майбутніх політологів у процесі вивчення іноземної мови. *Наукові праці*. 2009. № 6. 168 с.

145. Сухомлинська О.В. Педагогічний ідеал крізь призму теорій моралі. *Шлях освіти*. 2008. № 1. С. 12–18.

146. Сухомлинська О.В. Історико-педагогічний процес: нові підходи до загальних проблем. К.: АПН. 2003. 68 с.

147. Теоретичні і методичні основи полікультурної освіти майбутніх фахівців аграрної галузі: монографія/ Р.А. Кравець. Вінниця: „Планер“, 2017. 434 с.

148. Теорія та практика змішаного навчання: монографія/ за заг. ред. В.М. Кухаренка. Харків: «Міськдрук», НТУ «ХПІ», 2016. 284 с.

149. Тимейчук А.М. Підготовка майбутніх магістрів з туризмознавства до проектної професійної діяльності (Дис. канд. пед. наук). Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця. 2018.

150. Тимошко Г.М. Організаційна культура керівника загальноосвітнього навчального закладу: теорія і практика: монографія. Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М. 2014. 592 с.

151. Титова Н.М. Використання партисипативного підходу у психолого-педагогічній підготовці педагогів професійного навчання. *World Science*, 2018. 1(7 (35)). URL: https://doi.org/10.31435/rsglobal_ws/12072018/6044.

152. Ткачова Н.О. Аксіологічний підхід до організації педагогічного процесу в загальноосвітньому навчальному закладі: Монографія. Луганськ: ЛНПУ імені Т.Г. Шевченка; Х.: Видавництво “Каравела” 2006. 300 с.

153. Ткачук Г.В. Змішане навчання та особливості використання ротаційної моделі у навчальному процесі. *Інформаційні технології в освіті*. 2017. № 4 (33). С. 143–156.

154. Триус Ю.В., Герасименко Ю.В. Комбіноване навчання як інноваційна освітня технологія у вищій школі. *Теорія та методика*

електронного навчання: збірник наукових праць. Вип. ІІІ. Кривий Ріг, 2012. С. 299–308.

155. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04. К., 2005. 872 с.

156. Філософський енциклопедичний словник НАН України/ За заг. ред. Шинкарука В.І. К.: Абрис, 2002. 751 с.

157. Хребтова В.В. Важливість формування полікультурної компетентності сучасної молоді. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2016. Вип. 49 (102). С. 214–220.

158. Хриков Є.М. Методологія педагогічного дослідження: монографія: Монографія. Х.: 2018. 294 с.

159. Чередниченко Л.А. Формування полікультурної компетентності майбутнього вчителя у процесі професійної підготовки: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди. Харків, 2012. 265 с. С. 32–36.

160. Черній Г.В. Формування комунікативних умінь майбутніх бакалаврів туристичної сфери в процесі фахової підготовки: дис… канд. пед. наук: 13.00.04. Хмельницький, 2015. 280 с.

161. Чикалова М.М. Іншомовна підготовка фахівців для сфери туризму: активізація впровадження інтерактивних технологій. URL: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=6010.

162. Чуфарлічева А.Ю. Методика навчання майбутніх менеджерів туризму створення англомовних туристичних проектів: дис... канд. пед. наук: 13.00.02. К., 2010. 329 с.

163. Шабанова Ю.О. Системний підхід у вищий школі: підручник для студентів магістратури за спеціальністю «Педагогіка вищої школи». Д.: Національний гірничий університет. Д.: НГУ, 2014. 119 с.

164. Швець Д.Є. Партисипаторна модель управління в системі вищої освіти. *Гуманітарний вісник ЗДІА*, 2015. № 63. С. 249–256.

165. Шевенко А.М. Методичне забезпечення відбору учнівської молоді до вищих навчальних закладів педагогічного профілю. Метод. реком. К., 2016. 157 с.

166. Шевченко К.О. Педагогічна фасилітація у контексті професійної компетентності вчителя. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. Серія: Психологічні науки. 2014. Вип. 2.13. С. 258–263. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmdups_2014_2.13_46.

167. Шестаковський О. Індекс підтримки національної гомогенності: досвід адаптації шкали інтолерантності. *Український соціум*. 2010. № 1 (32). С. 91–103.

168. Щоголєва І.В. Формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів туризму у процесі вивчення професійно орієнтованих дисциплін: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 „Теорія і методика професійної освіти". Кіровоград, 2011. 20 с.

169. Юр'єва К. Зміст і шляхи формування полікультурної компетентності педагогів. *Управління школою*. 2004. № 33. С. 10–11.

170. Якубенко В. Д. Партисипативне управління в соціалізації корпоративних відносин. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*: Зб. наук. праць. Вип. IV. Чернівці, 2003. С. 19–24.

171. Adams A., Sisson L. Knowledge, Skills and Abilities Important for Hospitality and Tourism Management Graduates: Perspectives of Alumni. *Faculty Scholarly Dissemination Grants,* 2011, 216 p. URL: https://scholarworks.gvsu.edu/fsdg/216.

172. Al-Emran M., Arpaci I., Salloum S. A. An empirical examination of continuous intention to use M-learning: An integrated model. *Education and Information Technologies*, 2020. 25(4). P. 2899–2918. URL: https://doi.org/10.1007/s10639-019-10094-2.

173. Alizadeh M. Virtual Reality in the Language Classroom: Theory and Practice. *CALL-EJ*. 20(3), 2019. P. 21–30.

174. Allen I.E., Seaman J., Garrett R. Blending in: The Extent and Promise of Blended Education in the United States. Sloan. 2007. 30 p.

175. Al-Rahmi A. M., Al-Rahmi W. M., Alturki U., Aldraiweesh, A., Almutairy S., Al-Adwan A. S. Acceptance of mobile technologies and M-learning by university students: An empirical investigation in higher education. *Education and Information Technologies*, 2022. 27(6). P. 7805–7826. URL: https://doi.org/10.1007/s10639-022-10934-8.

176. Ang S., Van Dyne L., Koh C., Ng K.Y., Templer K.J., Tay C., Chandrasekar N.A. Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Review*. 2007. 3(3). P. 335–371. URL: https://culturalq.com/wp-content/uploads/2019/03/MOR-2007-Ang_Van-Dyne-etc.pdf.

177. Arasaratnam L., Doerfel M. Intercultural communication competence: Identifying key components from multicultural perspectives. *International Journal of Intercultural Relations*. 2005. № 29. P. 137–163.

178. Banks J. Cultural Diversity and Education: Foundations, Curriculum and Teaching. 2001. 180 p.

179. Bennaceur S., Allali L. The role of educational YouTube Channels in increasing students' self-confidence. Case study: Master one students of the department of English at MMUTO. Université Mouloud Mammeri Tizi Ouzou. 2021. URL: https://dspace.ummto.dz/ items/119db455-c02c-4742-8c94-f2c2e6b9ab71.

180. Bernacki M. L., Greene J. A., Crompton H. Mobile technology, learning, and achievement: Advances in understanding and measuring the role of mobile technology in education. *Contemporary Educational Psychology*. 2020. 60, 101827. URL: https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.101827.

181. Bernardo A., Rosenthal L., Levy S. Polyculturalism and attitudes towards people from other countries. *International Journal of Intercultural Relations*. 2013. № 3. Volume 37. P. 335–344.

182. Berns R.G., Erickson P.M. Contextual Teaching and Learning: Preparing Students for the New Economy. *The Highlight Zone: Research and Work*. 2001. № 5. P.1-8. URL: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi= 10.1.1.453.3887&rep =rep1&type=pdf.

183. Bersin J. HR Technology 2020: Disruption Ahead. URL: https://joshbersin.com/2019/08/hr-technology-2020-disruption-ahead/.

184. Betteke van Ruler. Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests. *International Journal of Strategic Communication*. 2018. № 12. Volume 4. P. 367–381.

185. Blynova N., Medynska S., Voloboieva A. Didactic potential of YouTube channels for enhanced English language learning in non-linguistic programs. *Alfred Nobel University Journal of Pedagogy and Psychology*. 2024. № 1 (27). P. 147–159. DOI: 10.32342/2522-4115-2024-1-27-16.

186. Blynova N., Kyrylova O., Dolzhenko M. Didactic potential of mobile applications for learning English as a foreign language. *Bulletin of Alfred Nobel University. Series: Pedagogy and Psychology*. 2023. 1(25). P. 184–193. https://doi.org/10.32342/2522-4115-2023-1-25-20.

187. Bonner E., Reinders H.: Augmented and virtual reality in the language classroom: Practical ideas. *Teaching English with Technology*. 2018. 18(3). P. 33–53.

188. Brannen M., Piekkari R., Tietze S. The multifaceted role of language in international business: Unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance. *Journal of International Business Studies*. 2014. 45 (5). P. 495–507.

189. Brown H. D. Principles of Language Learning and Teaching (5th ed.), Longman, White Plains, NY, 2007. P. 189–190.

190. Brumfit G.J., Johnson K. The communicative approach to language teaching. Oxford University Press, 1991. 242 p.

191. Breslin R.W., Yoshida T. Intercultural Communication Training: An Introduction. Thousand Oaks, 1994. URL: http://www.ebling.library.wisc. edu/pharmacy/cultural.cfm.

192. Burke S., Snyder S., Rager R. An Assessment of Faculty Usage of YouTube as a Teaching Resource. *The Internet Journal of Allied Health Sciences and Practice*. 2009. 7(1). P. 1–12. URL: http://eric.ed.gov/?id=EJ798652len-concise.pdf.

193. Byram M. Assessing Intercultural Competence in Language Teaching. Sprogforum. 2004. № 18. Vol. 6. P. 8–13.

194. Byram M. Cultural studies in foreign language education. Multilingual Matters. Clevedon, UK, 1989.

195. Byram M. Intercultural Competence Assessment – The Theory. 2004. URL: https://ec.europa.eu/migrant-integration/librarydoc/the-inca-project-intercultural-competenceassessment.

196. Canale M., Swain M. Theoretical bases of communicative approach to second language teaching and testing. Applied Linguistics, 1980. Vol. 1. № 1. P. 1–47.

197. Cantle T. Interculturalism: for the era of cohesion and diversity. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012.

198. Cervera-Taulet A., Ruiz-Molina M.E. Tourism education: a strategic analysis model. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*. 2008. №2. Vol. 7. P. 59-70.

199. César Ritz Colleges Switzerland. URL: https://www.cesarritzcolleges.edu/ en/hotel-management-programs/bachelor-of-arts-hospitality-management/#about.

200. Chamorro-Premuzic T., Frankiewicz B. Does Higher Education Still Prepare People for Jobs? *Harvard Business Review*. 2019. № 1. URL: https://hbr.org/2019/01/does-higher-education-still-prepare-people-for-jobs.

201. Chen W.P., Millard D., Wills G. *Mobile VLE vs. Mobile PLE: How Informal is Mobile Learning?* In *MLearn 2008 conference proceedings*. Young Writers. 2008.

202. Chiosea A. Case studies in teaching Business English. *Culegere de articole selective ale ale Conferinţei Ştiinţifice Internaţionale „Competitivitatea şi Inovarea în Economia Cunoaşterii”*. 2018. Vol. 2. 28-29 septembrie 2018. P. 159–164.

203. COIL Consulting. What is COIL? URL: http://www.coilconsult.com/what-is-coil-html.

204. Coursera. URL: https://www.coursera.org/.

205. Coyle D., Hood P., Marsh D. CLIL: Content and Language Integrated Learning. Cambridge University Press, Cambridge, 2010.

206. De Wit H., Hunter F. The Future of Internationalization of Higher Education in Europe. *International Higher Education*, 2015. 83(83). P. 2–3. URL: https://doi.org/10.6017/ihe.2015.83.9073.

207. Deardorf D.K., Jones E. Intercultural competence: An Emerging Focus in International Higher education. In D.K. Deardorf, H. De Wit, J.D. Heyl, & T. Adams (Eds.), *The SAGE Handbook of International Higher Education*. SAGE Publications, Inc. 2012. P. 283–304. URL: https://doi.org/10.4135/9781452218397.n16.

208. Deardorf D.K. Identifcation and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of Studies in International Education*. 2006. № 10(3). P. 241–266. URL: https://doi.org/10.1177/102831530628700.

209. Deardorff D. K. (ed.) The SAGE Handbook of Intercultural Competence, SAGE Publications, Thousand Oaks, CA, 2009.

210. Demydovych O., Holik O. Speaking club as an interactive extracurricular activity in learning English for professional purposes at medical universities. *Advanced Education*. 2020. № 14. P. 4–10. URL: https://doi.org/10.20535/2410-8286.178238.

211. Dervin F. Towards post-intercultural teacher education: analyzing “extreme” intercultural dialogue to reconstruct interculturality. *European Journal of Teacher Education*. 2015. № 1. Vol. 38. P. 71–86.

212. Ecole Hoteliere de Lausanne. URL: https://www.ehl.edu/en/study/bachelor-degree-in-hospitality.

213. ENACT. Learn Language Through Culture. URL: https://enacteuropa.com/.

214. Erasmus+ Virtual Exchange. Intercultural Learning Experiences. Handbook for International Relations Officers. URL: https://youth. europa.eu/sites/default/files/eyp/eve/attachments/eve_-_handbook_for_iros.pdf.

215. ESCO. Communication, collaboration and creativity. URL: http://data.europa.eu/esco/skill/S1.0.0.

216. ESCO. Hospitality, retail and other services managers. URL: https://ec.europa.eu/esco/portal/occupation?uri=http%3A%2F%2Fdata.europa.eu%2Fesco%2Foccupation%2Ff4e3dd1c-f86b-4a69-8887-547255eadc79&conceptLanguage=en&full=true#&uri=http://data.europa.eu/esco/occupation/f4e3dd1c-f86b-4a69-8887-547255eadc79.

217. Frei F., Morriss A. Begin with Trust. The first step to becoming a genuinely empowering leader. *Harvard Business Review*, 2020. URL: https://hbr.org/2020/05/begin-with-trust.

218. FutureLearn. Short online courses. URL: https://www. futurelearn.com/courses

219. Gadamer H.-G. Wahrheit und Methode, J.C.B. Mohr, Tübingen, 1990.

220. Garrison D.R., Vaughan N.D. Blended Learning in Higher Education: Framework, Principles and Guidelines. San Francisco: Jossey-Bass, 2008.

221. Glion Institute of Higher Education, Glion-sur-Montreux. URL: https://www.glion.edu/programs/bachelors-in-international-hospitality-business/.

222. Graham C.R. Blended learning system: Definition, current trends and future direction. In: Bonk, C.J., Graham, C.R. (eds.) *Handbook of Blended Learning: Global Perspectives, Local Designs*. Pfeiffer, San Francisco, 2005. P. 3–21.

223. Gudykunst W. Intercultural communication. *Handbook of International and Intercultural Communication.* Thousand Oaks, CA: Sage, 2002. P. 179–182.

224. Gudykunst, W.B. (2000). Methodological issues in conducting theory-based cross-cultural research. In H. Spencer-Oatey (Ed.*), Culturally speaking – Managing rapport through talk across cultures*. London: Continuum, 2000. P. 293–315.

225. Guessabi F. Blurring the line between language and culture. URL: http://languagemagazine.com/?page_i d=2103.

226. Guth S., Rubin J. How to get started with COIL. In A. Moore & S. Simon (Eds.), *Globally networked teaching in the humanities: Theories and practices*. Routledge, Taylor & Francis Group, 2015. P. 15–27.

227. Hackett S., Janssen J., Beach P., Perreault M., Beelen J., van Tartwijk J. The efectiveness of Collaborative Online International Learning (COIL) on intercultural competence development in higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*. 2023. 20:5. URL: https://doi.org/10.1186/s41239-022-00373-3.

228. Hall E.T. The Silent Language. Doubleday & Company, Inc., Garden City, New York, 1959. 242 p.

229. Hall E.T. Hidden Differences: Studies in International Communication. Hamburg: Grunder and Jahr, 1985.

230. Harrop E. Content and Language Integrated Learning (CLIL): Limitations and possibilities. *Encuentro*. 2012. № 21. P. 57–70. URL: https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED539731.pdf.

231. Haslam N. Cultures fuse and connect, so we should embrace polyculturalism. URL: https://theconversation.com/cultures-fuse-and-connect-so-we-should-embrace-polyculturalism-78876.

232. Heidegger M. Sein und Zeit. Max Niemeyer Verlag, Tübingen, 1993.

233. Henderson J., Louhiala-Salminen L. Does Language Affect Trust in Global Professional Contexts? Perceptions of International Business Professionals. *Journal of Rhetoric, Professional Communication, and Globalization*. 2011. Vol. 2, № 1. P. 15–33.

234. Hofstede G. Culture’s Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. Sage Publications, 2001.

235. Holandyah M., Marzulina L., Erlina D., Angreini N. Unveiling the benefits of English-speaking club: insights from students at one higher school in Palembang. Esteem. *Journal of English Education Study Program*. 2024. Vol. 7. №1. P. 24–40.

236. Homden B. What are the best universities for Hospitality and Tourism? 27 Sep 2020. URL: https://www.kaplanpathways.com/blog/best-universities-for-hospitality-and-tourism-degrees/.

237. Hospitality skills: the future is affective hospitality. URL: https://study.ssth.ch/hospitality-skills-future-is-affective-hospitality.

238. Huang Y. Constructing Intercultural Communicative Competence Framework for English Learners. *Cross-Cultural Communication*. 2014. № 1. Vol. 10. P. 97–101

239. Iatsyshyn A. V., Kovach, V.O., Romanenko, Ye.O., Deinega, I.I., Iatsyshyn, Andrii V., Popov, O.O., Kutsan, Yu.G., Artemchuk, V.O., Burov, O.Yu., Lytvynova, S.H. Application of augmented reality technologies for preparation of specialists of new technological era. *CEUR Workshop Proceedings*. 2547, 2020. P. 181–200.

240. Interactive Learning Centers Announces Name Change to EPIC Learning. PR Newswire (March 1999), URL: http://www.thefreelibrary.com/Interactive+Learning+Centers+Announces+Name+Change+to+EPIC +Learning.-a054024665.

241. Intercultural management. URL: https://www.theculturefactor.com/intercultural-management.

242. Kelley R. Polycultural me. URL: https://www.utne.com/politics/the-people-in-me.

243. Kim Y. Becoming intercultural: An integrative theory of communication and cross-cultural adaptation. SAGE Publications, Inc., 2001. URL: https://sk.sagepub.com/books/becoming-intercultural.

244. Kiryakova G., Angelova N., Yordanova L. The Potential of Augmented Reality to Transform Education into Smart Education. *TEM Journal*. 2018. № 7(3). P. 556–565. URL: https://doi.org/10.18421/TEM73-11.

245. Knight J. Internationalization remodelled: Defnition, approaches, and rationales. *Journal of Studies in International Education*. 2004. 8(1). P. 5–31. URL: https://doi.org/10.1177/1028315303260832.

246. Komori-Glatz M. (B)ELF in multicultural student teamwork. *Journal of English as a Lingua Franca*. 2017. № 6 (1). P. 83–109. URL: https://doi.org/10.1515/jelf-2017-0007.

247. Kramsch C. Context and Culture in Language Teaching, Oxford University Press, Oxford, UK, 1993.

248. Kumar Basak S., Wotto M., Bélanger P. E-learning, M-learning and D-learning: Conceptual definition and comparative analysis. *E-Learning and Digital Media*. 2018. 15(4). P. 191–216. URL: https://doi.org/10.1177/2042753018785180.

249. Kupchyk R., Miasoid H. World culturological trends of communications development in the conditions of digitalization. *Three Seas Economic Journal*. Vol. 2. No. 3, 2021. P. 54–60. URL: https://doi.org/10.30525/2661-5150/2021-3-8.

250. Kyrylova O., Blynova N., Medynska S., Mykhailova A. M-learning у процесі медіаосвіти та вивчення іноземної мови. *Communications and Communicative Technologies.* Вип. 23. 2023. С. 108–115. DOI: 10.15421/292316.

251. Lavrentieva O.O., Arkhypov I.O., Kuchma O.I., Uchitel A.D. Use of simulators together with virtual and augmented reality in the system of welders' vocational training: past, present, and future. *CEUR Workshop Proceedings.* 2547, 2020. P. 201–216.

252. Lawrence P., Nohria N. Driven: how human nature shapes our choices. URL: https://hbswk.hbs.edu/item/driven-how-human-nature-shapes-organizations.

253. Li H. Multicultural Communication Competence and Education in Ethnic Minority Areas of Yunnan. *Theory and Practice in Language Studies*. 2018. Vol. 8. № 5. P. 541–546, May 2018. URL: http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0805.13.

254. Liddicoat A. J., Scarino A. Intercultural Language Teaching and Learning, Wiley Blackwell, Oxford, UK, 2013.

255. Lim H.-Y., Griffith W. I. Developing Intercultural Communicative Competence in Foreign Language Learning. *Sociology and Anthropology*. 2016. 4(11). P. 1030–1035. URL: 10.13189/sa.2016.041110.

256. Lin M. Is There an Essential Difference between Intercultural and Intracultural Communication? *Intercultural Communication*. 2003–2004. № 6. URL: http://www.immi.se/intercultural/nr6/lin.htm.

257. Littlewood W. Communicative language teaching. Cambridge University Press, 1990. 168 p.

258. Louhiala-Salminen L., Charles M. English as the Lingua Franca of international business communication: Whose English? What English. Intercultural and International Business Communication. Bern: Peter Lang, 2006. P. 27–54.

259. Lunenburg F. C. Communication: The Process, Barriers, And Improving Effectiveness. Sam Houston State University, 2010.

260. Martinez J. The Use of Film in Education. Brownsville: University of Texas, 2010.

261. Massive Open Online Courses (MOOCs). URL: https://www.mooc.org/.

262. Master of Advanced Studies in Intercultural Communication. Case Studies in Intercultural Communication. URL: https://www.mic.usi.ch/case-studies-intercultural-communication.

263. Medynska S., Kramarenko T., Melnychuk L., Osadtsa I., Diedkov M. The role of communicative competence for international business relationship development in the multicultural context. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2024. Vol. 14, issue 1, special issue XL. P. 144–148. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140140/papers/A_24.pdf.

264. Medynska S., Miasoid H., Polishko N., Hrytskevych P. Professional Communication and Vocabulary Bank for Tourism and HoReCa in Multicultural Settings = Професійна комунікація та лексика в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі в умовах полікультурного середовища. Дніпро: Акцент ПП, 2022. 211 с.

265. Meer N., Modood T. How does Interculturalism Contrast with Multiculturalism? *Journal of Intercultural Studies.* 2012. № 33 (2). P. 175–196. URL: DOI: 10.1080/07256868.2011.618266.

266. Mintii I.S., Soloviev V.N. Augmented Reality: Ukrainian Present Business and Future Education. *CEUR Workshop Proceedings.* 2257. 2018. P.227–231.

267. Moldoveanu M. What Effective Case Instructors Do Best. Taking Case Discussions – and Students' Skillsets – to the Next Level. *Harvard Business Publishing Education*. 2022. URL: https://hbsp.harvard.edu/inspiring-minds/what-effective-case-instructors-do-best.

268. Molinsky A., Gundling E. How to Build Trust on Your Cross-Cultural Team. *Harvard Business Review*. 2016. URL: https://hbr.org/2016/06/how-to-build-trust-on-your-cross-cultural-team.

269. Moon D. Multicultural Teams: Where Culture, Leadership, Decision Making, and Communication Connect. *William Carey International Development Journal*. 2012. Vol 1. Issue 3. P. 13–21. URL: https://www.scribd.com/document/169392366/William-Carey-International-Development-Journal-Summer-2012.

270. Moon D. Who Decides and How? The Challenge of Decision-making in Intercultural Ministry Teams. *WCIU Journal: Cross-Cultural Communications*. 2017. URL: https://wciujournal.wciu.edu/crosscultural-communication/2018/10/6/who-decides-and-how-the-challenge-of-decision-making-in-intercultural-ministry-teams.

271. Motiwalla L. F. Mobile learning: A framework and evaluation. *Computers & Education*. 2007. № 49(3). P. 581–596. URL: https://doi.org/10.1016/j.compedu.2005.10.011.

272. Multicultural Competency Development: Preparing Students to Live and Work in a Diverse World. URL: https://tilford.k-state.edu/resources/multicultural-competency-development.html.

273. Mykytenko N., Fedorchuk M., Ivasyuta O., Hrynya N., Kotlovsky A. Intercultural communicative competence development in journalism students. *Advanced Education*. № 20. 2022. P. 121–131. URL: 10.20535/2410-8286.261521.

274. Nagel D. The Disruption of Blended Learning. *Trasforming Education Through Technology*. URL: http://thejournal.com/Articles/2011/07/06/The-Disruption-of-Blended-Learning.aspx.

275. Nohria N. What the Case Study Method Really Teaches. *Harvard Business Review*, 21 December 2021. URL: https://hbr.org/2021/12/what-the-case-study-method-really-teaches.

276. O'Dowd R., Beelen J. Virtual exchange and Internationalisation at Home: navigating the terminology. URL: https://www.eaie.org/resource/virtual-exchange-iah-terminology.html.

277. Osadcha K.P., Osadchyi V.V., Symonenko S.V., Medynska S.I. Analysis of the state of the art of modern e-learning in higher education in Germany. *Journal of Physics: Conference Series*, ICon-MaSTEd 2023, 2023. Volume 2611, 012021. URL:10.1088/1742-6596/2611/1/012021.

278. Osadchyi V., Chemerys H., Osadcha K., Kruhlyk V., Koniukhov S., Kiv A. Conceptual model of learning based on the combined capabilities of augmented and virtual reality technologies with adaptive learning systems. 2020. DOI:10.31812/123456789/4417.

279. Padmanaban N., Konrad R., Cooper E., Wetzstein G. Optimizing VR for all users through adaptive focus displays. In: *ACM SIGGRAPH 2017 Talks* (SIGGRAPH'17). ACM, NY, USA, Article 77. ACM 2017. URL: 10.1145/3084363.3085029.

280. Pavesic D. V. Hospitality Education 2005: Curricular and Programmatic Trends. *Hospitality Research Journal*. 1993. Vol. 17 (1). P. 285–294.

281. Pererva V.V., Lavrentieva O.O., Lakomova O.I., Zavalniuk O.S., Tolmachev S.T. The technique of the use of Virtual Learning Environment in the process of organizing the future teachers' terminological work by specialty. *CEUR Workshop Proceedings*. 2643. 2020. P. 321–346.

282. Perin D. Facilitating Student Learning Through Contextualization. CCRC Working Paper, Columbia University, 2011. February. 62 p.

283. Peterson C., Seligman M. Character strengths and virtues: A handbook and classification. Washington, DC: American Psychological Association, 2004. URL:https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ referencespapers. aspx?referenceid=138655.

284. Podkorytova L.O. The determination of reflection forms in scientific sources *Problems of Modern Psychology*: Collection of research papers of Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University, G.S. Kostiuk Institute of Psychology at the National Academy of Pedagogical Science of Ukraine. 2017. Issue 37. Kamianets Podilskyi: Aksioma. P. 343–358.

285. Prashad V. Everybody Was Kung Fu Fighting: Afro-Asian Connections and the Myth of Cultural Purity. Beacon Press, 2002. 232 p.

286. Pryshliak O., Drapak H. Formation of value orientations of future specialists of socionomic professions in the context of intercultural education. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота»*, 2022. № 1(50). P. 232–237. URL: https://doi.org/10.24144/2524-0609.2022.50.232-237.

287. Qashou A. Influencing factors in M-learning adoption in higher education. *Education and Information Technologies*. 2020. № 26(2). P. 1755–1785. URL: https://doi.org/10.1007/s10639-020-10323-z.

288. QS World University Rankings by Subject 2021: Hospitality & Leisure Management. URL: https://www.topuniversities.com/university-rankings/university-subject-rankings/2021/hospitality-leisure-management.

289. QS World University Rankings. URL: https://www. topuniversities.com/world-university-rankings.

290. Quinn C. M-Learning: Mobile, wireless and in-your-pocket learning. *LiNE Zine*, 2000.

291. Qureshi M.I., Khan N., Hassan Gillani S.M., Raza H.A systematic review of past decade of mobile learning: What we learned and where to go. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 2020. № 14(06). P. 67–81. URL: https://doi.org/10.3991/ijim.v14i06.13479.

292. Rashevska N., Kiianovska N. Improving blended learning in higher technical education institutions with mobile and cloud-based ICTs. *Educational Dimension*. 2023. № 9. P. 13–31. URL: https://doi.org/10.31812/ed.608.

293. Raven J., Stephenson J. Competence in the Learning Society. New York: Peter Lang, 2001. 348 p.

294. Richey R. C., Fields D. C., Foxon M. Instructional design competencies: The standards (3rd ed.). Syracuse, NY: ERIC Clearinghouse on Information & Technology, 2001.

295. Romero-Rodriguez J., Aznar-Diaz I., Hinojo-Lucena F., Gomez-Garcia G. Mobile learning in higher education: Structural equation model for good teaching practices. *IEEE Access*, 2020. URL: https://doi.org/10.1109/access.2020.2994967

296. Rosengren K.E. Communication, an introduction. London, UK: Sage, 2000.

297. Ruben B.D. Assessing communication competency for intercultural adaptation. *Group and Organization Studies*, 1976. Issue I. P. 334–354.

298. Rubin J. Embedding Collaborative Online International Learning (COIL) at Higher Education Institutions. An Evolutionary Overview with Exemplars. *Internationalisation of Higher Education*. 2017. Vol. 2. URL: https://studyabroad.uic.edu/wp-content/uploads/sites/256/2020/08/Rubin-Embedding-Collaborative-Online-International-Learning-at-Higher-Education-Institutions.pdf.

299. Rudnik Y. The use of Augmented Reality and Virtual Reality Technologies in Teaching Foreign Languages. *Освітологічний дискурс*, № 1(40), 2023. URL: https://doi.org/10.28925/2312-5829.2023.110.

300. Savignon S. J. Communicative competence: An experiment in foreign language teaching, Center for Curriculum Development, Philadelphia, 1972.

301. Scudder S. F. Communication Theory as a Universal Law. 1980. URL: https://en.mwikibooks.org.

302. Sears S. Introduction to Contextual Teaching and Learning. Bloomington, Indiana, 2003. 53 p.

303. Seligman J. Effective Communications, Lulu.com, 2016. P. 78–80.

304. Servaes J. Communication for development. One world, multiple cultures. Creskill, NJ: Hampton Press, 1999. 40 p.

305. Shamonia V.H., Semenikhina O.V., Proshkin V.V., Lebid O.V., Kharchenko S.Ya., Lytvyn O.S. Using the Proteus virtual environment to train future IT professionals. *CEUR Workshop Proceedings*. 2547, 2020. P. 24–36.

306. Sharma S., Phillion J., Malewski E. Examining preservice teachers' critical reflection for developing multicultural competencies: Findings from a study abroad program to Honduras. *Issues in Teacher Education*. 2011. № 20 (2). P. 9–22.

307. Sharples M. *Big Issues in Mobile Learning. Report of a workshop by the Kaleidoscope Network of Excellence Mobile Learning Initiative*. University of Nottingham, 2006.

308. Sheldon P., Fesenmaier D., Woeber K., Cooper C., Antonioli M. Tourism Education Futures, 2010-2030: Building the Capacity to Lead. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*. 2008. 7:3. P. 61–68. URL: 10.1080/15313220801909445.

309. Silverthorne C. Organizational psychology in cross cultural perspective. NYU Press, 2005. 345 p.

310. Silzer S. Biblical Multicultural Teams: Applying Biblical Truth to Cultural Differences. Pasadena: William Carey International University Press, 2011. 178 p.

311. Sinkus T. Development of Business-Related Competences in Case Study-based Professional English Course in Business Administration Studies. In V. Dislere (Ed.), *The Proceedings of the International Scientific Conference Rural Environment. Education. Personality (REEP)*. 7–8 May 2021. Vol. 14. Jelgava: Latvia University of Life Sciences and Technologies. P. 299–310.

312. Sinkus T. Development of Transversal Competences in Case Study-based Professional English Course in Business Administration Studies. In V. Dislere (Ed.), *The Proceedings of the International Scientific Conference Rural Environment. Education. Personality (REEP)*. 8–9 May 2020. Vol.13. Jelgava: Latvia University of Life Sciences and Technologies. P. 142–149.

313. Sisson L., Adams A. Essential Hospitality Management Competencies: The Importance of Soft Skills. *Journal of Hospitality & Tourism Education*. 2013. Vol. 25, issue 3. P. 131–145. DOI: 10.1080/10963758.2013.826975 URL: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10963758.2013.826975.

314. Spirin O., Oleksiuk V., Balyk N., Lytvynova S., Sydorenko S. The blended methodology of learning computer networks: Cloud-based approach. *CEUR Workshop Proceedings*. 2019. Vol. 2393. P. 68–80.

315. Spitzberg B.H. A model of intercultural communication competence. Intercultural communication: A reader, 2000.

316. Spitzberg B. H., Changnon G. Conceptualizing intercultural competence, In D. K. Deardorff (ed.) The SAGE Handbook of Intercultural Competence, SAGE Publications, Thousand Oaks, CA, 2009. P. 2–52.

317. Staker H., Horn M. B. Classifying K-12 blended learning. Innosight Institute. 2012. URL: https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED535180.pdf.

318. Strelchonok A., Ludviga I. The use of case studies in the Business English language teaching. *Social and Natural Sciences Journal*. 2013. Vol. 7. № 1. P. 10–14.

319. Striuk A., Rybalchenko O., Bilashenko S. Development and Using of a Virtual Laboratory to Study the Graph Algorithms for Bachelors of Software Engineering. *CEUR Workshop Proceedings.* Vol. 2732. 2020. URL: http://ceur-ws.org/Vol-2732/.

320. Symonenko S.V., Zaitseva N.V., Osadchyi V.V., Osadcha K.P., Shmeltser E.O. Virtual reality in foreign language training at higher educational institutions. *CEUR Workshop Proceedings*. Vol. 2547. 2020. P. 37–49. DOI:10.31812/123456789/3759.

321. Targeted consultation on how to better target EU initiatives and funding opportunities for developing skills in the tourism sector. Summary report. URL: https://ec.europa.eu/docsroom/documents/20548.

322. Tarnopolsky O. Experiential B.E. teaching/learning: A happy combination of intercultural and communicative approaches. *Business Issues*. 2011. № 78. P. 7–8.

323. TED Talks: Discover ideas worth spreading. URL: https://www.ted.com/talks

324. Tenzer H., Pudelko M., Harzing A. The impact of language barriers on trust formation in multinational teams. *Journal of International Business Studies*. 2014. №45 (5). P. 508–535. URL: https://eprints.mdx.ac.uk/14506/.

325. The European Qualifications Framework and Tourism Studies. A Comparative Analysis of Tourism Systems of Qualification – Austria, Greece, Italy, Malta, Slovenia and Spain. Malta Qualifications Council (MQC), 2008. 154 p.

326. The Future of Work and Skills Development in Tourism – Policy Paper, 2021. URL: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421213.

327. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. URL: https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019.

328. Thomas K. W. Conflict and Conflict Management: Reflections and Update. *Journal of Organizational Behavior*. 1992. Vol. 13, No. 3, Special Issue: Conflict and Negotiation in Organizations: Historical and Contemporary Perspectives (May, 1992). P. 265–274. URL: https://www.jstor.org/stable/i342662.

329. Thomas G.F., Zolin R., Hartman J.L. The central role of communication in developing trust and its effect on employee involvement. *Journal of Business Communication*. 2009. № 46. P. 287–310.

330. Tourism and Culture Synergies. UNWTO Publications, 2018. URL: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978.

331. Tourism, Transport, Travel & Heritage Studies. URL: https://www.thecompleteuniversityguide.co.uk/league-tables/rankings/tourism-transport-travel-and-heritage-studies.

332. Trained for tourism. URL: http://trainedfortourism.org.mt/ news.aspx?nid=44.

333. Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. May 2022. URL: https://www3. weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf.

334. Traxler J. Defining, discussing and evaluating mobile learning. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 2007. № 8(2). URL: https://doi.org/10.19173/irrodl.v8i2.346.

335. Trompenaars F., Hampden-Turner C. Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Global Business. N.Y.: McGraw-Hill, 1998.

336. Tylor E. Primitive Culture. London: John Murray, Albemarle Street, W., 1920. URL: https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.42334/page/n5/mode/2up.

337. Vallera F., Lewis M. Andragogical Design Considerations for Online Multicultural Education. *Handbook of Research on Cross-Cultural Online Learning in Higher Education*, 2019. P. 364–383.

338. Van Gaalen A., Gielesen R. Internationalizing students in the home country – Dutch policies. *International Higher Education*. 2014. № 78. P. 10–12. URL: https://doi.org/10.6017/ihe.2014.78.5801.

339. Velev D., Zlateva P. Virtual Reality Challenges in Education and Training. *International Journal of Learning and Teaching*. 2017. № 3(1). P. 33–37. URL: doi:10.18178/ijlt.3.1.33-37.

340. VIA. The 24 Character Strengths. URL: https://www.viacharacter.org/character-strengths.

341. Volkova N., Poyasok T., Symonenko S., Yermak Y., Varina H., Rackovych A. Psychological and pedagogical features: the use of digital technology in a blended learning environment. *Revista Tempos e Espaços em Educação*. 2022. Vol. 15. Núm. 34, e17232. URL: https://doi.org/10.20952/revtee.v15i34.17232.

342. Weinstein A., Brotspies H., Gironda J. Do Your Students Know How to Analyze a Case – Really? A Framework for Using Cases to Help Students Become Better Decision Makers. *Harvard Business Publishing Education*. 2020. URL: https://hbsp.harvard.edu/inspiring-minds/a-framework-for-using-cases-to-help-students-become-better-decision-makers.

343. What are the soft and hard skills needed for a hospitality management career? URL: https://kenvale.edu.au/news-events/news/what-are-the-soft-and-hard-skills-needed-for-a-hospitality-management-career/.

344. What is ESCO. URL: https://esco.ec.europa.eu/en.

345. White R. W. Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological review*. 1959. № 66(5). P. 297–333. URL: doi:10.1037/h0040934

346. Williams B. Accomplishing cross cultural competence in youth development programs. *Journal of Extension*, 2001.

347. World Tourism Organization (UNWTO) Competency Model Human Resources Programme, 2016. URL: https://slidetodoc.com/world-tourism-organization-unwto-competency-model-human-resources-2/.

348. Xiao S., Yang Z., Bernardo A. Polyculturalism and cultural adjustment of international students: Exploring the moderating role of cultural distance in a quantitative cross-sectional survey study. *Cogent Psychology*. 2019. Volume 6. №1. URL: https://doi.org/10.1080/23311908.2019.1682767.

349. Zavaruyva I. Language debatable club as additional resource to studying of foreign language. *Linguistics. Lingvoculturology*. 2018. 12(1). P. 13–22. URL: https://lingvodnu.com/index.php/journal/article/view/66.

350. Zhu H., Handford M., Young T. Framing interculturality: a corpus-based analysis of on-line promotional discourse of higher education intercultural communication courses. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*. 2017. № 38 (3). P. 283–300.

ДОДАТКИ

Додаток А

Матриця відповідності визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю 242 Туризм результатів навчання та компетентностей, пов'язаних з полікультурною комунікативною компетентністю

Програмні результати навчання	Компетентності															
	Фахові		Загальні													
	К27	К28	К01	К02	К03	К04	К05	К06	К07	К08	К09	К10	К11	К12	К13	К14
ПР09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій.	+	+			+		+	+	+	+		+	+	+	+	+
ПР11. Володіти державною та іноземною мовами на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності.	+	+	+	+					+	+		+	+	+		
ПР12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.	+	+				+			+	+	+	+	+	+	+	+
ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+		

ПР14. Проявляти повагу до індивідуального та культурного розмаїття.	+	+	+	+					+		+	+		+		
ПР15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.	+	+		+		+			+		+	+		+		+
ПР19. Аргументовано відстоювати свої погляди в розв’язанні професійних завдань.	+	+							+		+	+	+	+	+	+
ПР22. Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.	+	+			+		+		+	+				+		+
ПР20. Виявляти проблемні ситуації та шляхи їх розв’язання.				+	+	+	+		+		+			+		+
Разом	8	8	3	5	4	4	3	1	9	5	6	7	5	9	3	6

Додаток Б

Культурологічні моделі

Культурологічна модель Г. Хофстеде (*G. Hofstede*) [234; 241]

Культурний вимір	Значення культурного виміру	Прояв культурного виміру в поведінці людей
Індивідуалізм – колективізм	Позиціонування по відношенню до оточуючих	Індивідуалістичні культури характеризуються тим, що ставлять власні інтереси над інтересами інших людей; люди піклуються про себе та своїх близьких. Колективістські культури характеризуються груповими інтересами, що переважають над індивідуальними інтересами, сильною згуртованістю в колективі та постійним прагненням до захисту своєї групи з очікуванням у відповідь беззаперечної лояльності до групи. Позиція суспільства щодо цього виміру відображається у визначенні самооцінки людей у термінах «я» чи «ми».
Дистанція влади	Ставлення до нерівності в суспільстві	У культурах зі значною дистанцією влади люди поважають тих, хто має вищий статус; керівники та підлеглі приймають це й вважають себе нерівними, і ці культури загалом мають тенденцію до авторитарності. У суспільствах із низькою дистанцією влади люди прагнуть вирівняти розподіл влади та вимагають пояснення цієї нерівності.
Уникнення невизначеності	Ставлення до невизначеності та двозначності, можливості контролювати майбутнє, готовність ризикувати	Культури з високим рівнем уникнення невизначеності уникають невідомих ситуацій, застосовуючи й дотримуючись суворих кодексів поведінки, й схильні вірити в абсолютні істини. Культури з низьким рівнем уникнення невизначеності зберігають більш спокійне ставлення, у якому практика має більше значення, ніж принципи.
Маскулінізм –	Визначення та	Маскулінні культури прагнуть створити

фемінність	ставлення до ґендерних ролей	максимальну різницю між чоловічими та жіночими ролями й характеризуються наполегливістю, самовпевненістю, конкуренцією та матеріальною нагородою за успіх. Фемінні суспільства толерантні до однакових соціальних ролей для обох статей і характеризуються інтересом до міжособистісних відносин, співпраці, скромності та добробуту більш вразливих верств населення, більш орієнтовані на консенсус.
Довгострокова орієнтація – короткострокова орієнтація в житті	Підтримування зв'язків з власним минулим, подолання викликів сьогодення та майбутнього, ставлення до заощадливості, наполегливості й терпіння у роботі та відчуття сорому	Суспільства з довгостроковою орієнтацією дотримуються прагматичного підходу: вони заохочують ощадливість, наполегливість і зусилля в сучасній освіті як спосіб підготуватися до майбутнього. Суспільства з короткостроковою орієнтацією вважають за краще підтримувати перевірені часом традиції та норми, ставляться до суспільних змін з підозрою.

Основні характеристики та відмінності між культурами з високою та низькою контекстністю за культурологічною моделлю Е. Холла (*E.T. Hall*) [229]

Фактор	Культура з високою контекстністю	Культура з низькою контекстністю
Відвертість повідомлень	Багато прихованих і неявних повідомлень, використання метафори та читання між рядків	Багато відкритих і явних повідомлень, які є простими та зрозумілими
Позиція контролю й визнання провини за невдачу	Внутрішня позиція контролю й особисте прийняття провини за невдачу	Зовнішня позиція контролю, обвинувачення інших за невдачу
Використання невербального	Багато невербального спілкування	Більша увага на словесне спілкування, ніж мову

спілкування		тіла
Вираження реакції	Стримані, внутрішні реакції	Видимі, зовнішні реакції
Згуртованість і поділ груп	Сильне розмежування між тими, хто в групі та поза нею; сильне відчуття сім'ї	Гнучкі та відкриті моделі групування, які змінюються в міру необхідності
Зв'язки між людьми	Сильні міжособистісні зв'язки з приналежністю до сім'ї та спільноти	Нетісні зв'язки між людьми з невеликим відчуттям вірності
Рівень прихильності до відносин	Висока прихильність до довгострокових відносин; відносини важливіші, ніж завдання	Низький рівень зобов'язань щодо відносин; завдання важливіше, ніж відносини
Гнучкість часу	Час відкритий і гнучкий; процес важливіший, ніж продукт	Час дуже організований; продукт важливіший, ніж процес

Фундаментальні виміри культури за теорією Ф. Тромпенаарса (*F. Trompenaars*) та Ч. Хемпден-Тернера (*C. Hampden-Turner*) [335, с. 8-10]

Категорія культури	Фундаментальний вимір культури	Значення виміру культури	Прояв культурного виміру в поведінці людей
Стосунки з людьми	Універсалізм – партикуляризм	Ступінь готовності дотримуватись законів або знаходити основу для їх порушення	Висока законослухняність та застосування загальних суспільних норм без модифікацій в універсалізмі в контрасті до змін у використанні традицій в залежності від конкретних обставин та стосунків з людьми у партикуляризмі
	Індивідуалізм – комунітаризм (колективізм)	Сприйняття себе як індивідуума (незалежної особистості) чи як частини соціальної	Прийняття рішень індивідуально з делегуванням повноважень в культурах з високим рівнем індивідуалізму в контрасті до групового прийняття рішень та врахування інтересів групи в культурах з високим рівнем

		групи	колективізму, що може призвести до проблеми взаємодії стосовно
			швидкості прийняття рішень, відповідальності особистості чи групи, вагомості рішень для організації тощо
	Нейтральність – емоційність	Ступінь вираження емоцій та їх прийнятність у природі взаємодії	Природна відкритість у вираженні цілої гами емоцій у культурах з високим рівнем емоційності в контрасті до контролю над емоціями, іноді надмірного, для досягнення раціональної мети в культурах з високим рівнем нейтральності
	Специфічність – дифузність	Співвідношення суспільного та особистісного просторів людей	Досить великий суспільний простір і менший особистісний з відмежуванням приватного життя від роботи й постійним оберіганням його в культурах з високим рівнем специфічності в контрасті до більшого особистісного простору й меншого суспільного, що вимагає певних витрат часу для налагодження стосунків та встановлення особистого контакту між діловими партнерами, в культурах з високим рівнем дифузності
	Досягнення – приписування	Визначення ролі влади й статусу в суспільстві	Визначення статусу на основі вчинків та особистих якостей, таких як здібності, талант, працелюбність в країнах, орієнтованих на досягнення, в контрасті до залежності статусу від зовнішніх факторів та соціального середовища, часто не пов’язаних зі вчинками й поведінкою людини, наприклад походження, елітна освіта, релігія тощо в країнах, орієнтованих на приписування статусу
Ставлення до часу	Розуміння часу й ставлення до	Визначення взаємозв’язку	Важливість досягнень у минулому в контрасті до

	нього	між періодами часу;	важливості планів на майбутнє; сприйняття часу як руху
		орієнтація на минуле, теперішнє чи майбутнє; послідовний чи синхронний підхід до часу	по прямій лінії, послідовності різнорідних подій в контрасті до сприйняття часу як руху по колу, де минуле й теперішнє виступають разом з майбутніми можливостями, що впливає на різні підходи в плануванні, розробці стратегії, інвестиціях тощо
Ставлення до оточення	Ставлення до оточення та навколишнього середовища	Визначення рівня контролю над подіями, взаємозв'язку зовнішнього середовища та внутрішнього світу людини	Віра у можливість контролю над одержуваними результатами завдяки внутрішнім цінностям і мотивам у внутрішньо керованих культурах в контрасті до віри в фатальність долі, неможливість вплинути на події, змогу лише пристосуватись, значний вплив навколишнього середовища у зовнішньо керованих культурах

Додаток В

Посади, які може обіймати бакалавр з туризму, згідно з Національним класифікатором професій України (ДК 003:2010) [123]

Тип посад	Перелік посад
Управлінські посади	менеджер туристичних агентств та бюро подорожей, менеджер (управитель) з туризму, начальник бази туристської та ін.
Організаційні посади	організатор подорожей (екскурсій), організатор туристичної і готельної діяльності, агент з організації туризму та ін.
Посади фахівця в певних напрямах професійної діяльності	фахівець із гостинності в місцях розміщення, фахівець з розвитку сільського туризму, фахівець з туристичного обслуговування, фахівець з конференц-сервісу, фахівець з організації дозвілля, фахівець зі спеціалізованого обслуговування, фахівець з туристичної безпеки, офісний службовець (подорожі), екскурсовод, інструктор оздоровчо-спортивного туризму (за видами туризму) та ін.

Професії в галузі туризму, які відносяться до категорії «Менеджери», та відповідні обов'язки

Професії в галузі туризму	Обов'язки
Менеджери готелів і ресторанів	планування, організація й керування роботою закладів, які надають проживання, харчування, напої та інші послуги гостинності, та зазвичай виконують завдання щодо: планування та організації спеціальних функцій та спортивних, ігрових та розважальних заходів; керівництво та нагляд за діяльністю бронювання, прийому, обслуговування номерів та прибирання; дотримання законів і правил щодо алкогольних напоїв, ігор, здоров'я та інших; моніторинг якості на всіх етапах приготування та подання страв та послуг; контроль підбору, навчання та нагляду за персоналом; забезпечення дотримання правил охорони праці
Керівники туристичного	управління співробітниками та діяльністю центру, який надає інформацію та поради мандрівникам і відвідувачам

інформаційного центру	про місцеві визначні пам'ятки, події, подорожі та проживання
Менеджери в компаніях-туроператорах	розробка турів і маршрутів, екскурсійних програм та планів розважальних заходів, бронювання місць у готелях, купівля квитків на регулярні авіарейси й організація чартерів, проведення переговорів з приймаючою стороною, оформлення страховок і віз, формування пакетів турів, укладання договорів з туристичними агентствами, проведення рекламних кампаній, вирішення конфліктних ситуацій на користь клієнта
Менеджери туристичних агентств	управління співробітниками та діяльністю туристичного агентства, організація, рекламування та продаж туристичних пропозицій для окремих регіонів; продаж готового турпродукту, залучення й утримання клієнтів, приймання дзвінків, консультування клієнтів, дослідження ринку й підбір туру, враховуючи запити клієнта, взаємодія з менеджерами туроператорських компаній, оформлення договору з клієнтом, організаційний супровід клієнта під час подорожі в разі необхідності

Джерело: на основі [216; 5, с. 43].

Додаток Г

Анкети для визначення ставлення майбутніх фахівців у галузі туризму й викладачів до актуальності формування полікультурної комунікативної компетентності

Анкета «Думки й погляди майбутніх фахівців у галузі туризму щодо важливості формування полікультурної комунікативної компетентності»

Для встановлення важливості формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму просимо Вас відповісти на ряд питань:

Питання	Так	Ні	Не знаю
1. Чи необхідно Вам у майбутній професійній діяльності мати сформовану полікультурну комунікативність компетентність та вміти спілкуватися з представниками різних культур, наприклад клієнтами, колегами, діловими партнерами, представниками інших туристичних фірм, авіакомпаній, страхових агентств, сторін, що приймають туристів, менеджерами туроператорів, постачальників послуг тощо?			
2. Чи необхідно Вам як майбутньому фахівцю в галузі туризму знати про культурну спадщину, що відображається у різних пам'ятках архітектури, літератури, мистецтва, музики тощо, різних країн, а також про цінності, норми та ритуали різних культур?			
3. Чи вважаєте Ви, що комунікація та взаємодія з представниками різних культур відрізняється від комунікації та взаємодії з представниками тієї самої культури?			
4. Чи вважаєте Ви, що Ваше ставлення до іншої культури та усвідомлення культурних подібностей і відмінностей впливають на хід комунікації з представниками різних культур?			
5. Чи потрібні як теоретичні знання про культурну спадщину, стереотипи щодо культур, особливості національних культур та їхнього впливу на організаційну та особисту культуру, вербального та невербального спілкування, так і практика для формування полікультурної комунікативної компетентності?			

6. Чи володієте Ви в повній мірі необхідними знаннями та навичками для реалізації ефективної комунікації та взаємодії у полікультурному середовищі у сфері туризму?			
7. Чи є у Вас досвід професійної комунікації у полікультурному середовищі?			
8. Чи вважаєте Ви, що під час вивчення обов'язкових навчальних дисциплін потрібно приділяти достатню увагу особливостям комунікації в полікультурному середовищі та вмінню працювати в міжнародному контексті?			
9. Чи вважаєте Ви, що здатність працювати в міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості культур, поваги до культурного різноманіття, розуміння особливостей ділового спілкування та цінностей інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем та їхнє вчасне вирішення чи уникнення в професійній практиці дозволить Вам досягти кращих результатів у майбутній професійній комунікації та діяльності?			
10. Чи хотіли б Ви навчитися ефективно спілкуватися з представниками різних культур з урахуванням їхніх національних особливостей?			

Дякуємо за відповіді!

Анкета «Думки й погляди викладачів щодо важливості формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму» [273] (адаптовано С. Мединською)

Шановні колеги, для встановлення важливості формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму просимо Вас відповісти на ряд питань, виставивши відповідну цифру біля кожного питання:

1. Категорично не погоджуюся
2. Скоріше не погоджуюся
3. Скоріше погоджуюся
4. Абсолютно погоджуюся

Категорія	Питання	Відповідь (1–4)
Знання	1. Під час навчання та подальшої професійної діяльності важливо розглядати цільові культури з акцентом на подібності та відмінності між ними та своєю культурою, знаходячи спільні аспекти та можливі причини непорозумінь та конфліктів.	
	2. Викладачеві важливо отримувати знання щодо студентських помилок, пов’язаних зі спілкуванням у полікультурному середовищі, для інтеграції відповідного досвіду в освітній процес.	
	3. Необхідно визначати межі знань студентів щодо ефективної комунікації в полікультурному середовищі й знаходити шляхи їхнього розширення.	
	4. Необхідно навчати стратегіям спілкування в полікультурному оточенні.	
	5. Важливо ознайомлювати студентів з культурним різноманіттям та багатою культурною спадщиною різних країн.	
Ставлення	6. Важливо розвивати критичне мислення щодо культурних відмінностей та формувати поведінку студентів без упереджень та зверхнього ставлення до представників інших культур.	
	7. Важливо навчити студентів формувати позитивне ставлення до культурного різноманіття.	
	8. Необхідно формувати в студентів інтерес і повагу до людей з різним культурним походженням.	
Навички	9. Важливо навчити студентів досягати успішної вербальної комунікації з людьми, культура яких відрізняється від їхньої, під час професійного спілкування в галузі туризму.	
	10. Важливо навчити студентів досягати успішної невербальної комунікації з людьми, культура яких відрізняється від їхньої, під час професійного спілкування в галузі туризму.	
	11. Важливо навчити студентів визначати культурні особливості людини, яка належить до іншої культури, під час професійного спілкування в галузі туризму.	

	12. Важливо навчити студентів працювати в мультикультурній команді і в якості члена команди, і лідера, знаходити спільну мову, йти на компроміс, передбачувати та уникати конфліктні ситуації, пов’язані з культурними відмінностями.	
Обізнаність та усвідомлення	13. Важливо ознайомлювати студентів з природою культурних стереотипів, їхнім негативним впливом і способами уникнення упереджень.	
	14. Важливо розвивати саморефлексію студентів під час формування полікультурної комунікативної компетентності.	
	15. Необхідно вчити студентів долати прогалини професійного спілкування в умовах полікультурного середовища в галузі туризму.	

Дякуємо за відповіді!

Додаток Д

Порівняльний аналіз освітніх програм (ОП) з туризму та гостинності на рівні бакалавра в університетах Швейцарії: Ecole Hoteliere de Lausanne [213], Glion Institute of Higher Education [222], César Ritz Colleges Switzerland [200]

Ecole Hoteliere de Lausanne (1-е місце в рейтингу)	Glion Institute of Higher Education, Glion-sur-Montreux (3-е місце)	César Ritz Colleges Switzerland, Lucerne (7-е місце в рейтингу)
Особливості та переваги ОП		
Підхід подвійної досконалості (баланс між професійними й гнучкими навичками), можливості навчання в Швейцарії та Сінгапурі, навчання з управління бізнесом з нуля, експерти з досвідом в академічній та виробничій практиці, позакласні заходи для розвитку лідерства та креативності, можливість проходити стажування у власному стартапі, два види стажування та бізнес-проєкт для початку кар'єри.	Прикладні практичні й академічні курси, 2 стажування у 58 країнах на вибір, навчання в Швейцарії, Іспанії, Великобританії або Китаї, оволодіння інструментами індустрії гостинності, моделювання розвитку готелів та бізнес-проєктів, розвиток критичного мислення, дослідницьких навичок та письма	Розвиток підприємницьких здібностей з інноваційним мисленням у постійно мінливому світі бізнесу, творче навчальне середовище, практичний підхід як основа для майбутнього успіху в кар'єрі, партнерство з бізнес-коледжем Карсона (Університет штату Вашингтон) для міжнародних можливостей.
Підготовчий рік		
6-місячне практичне навчання для розвитку ноу-хау в сфері гостинності, 6-місячне стажування в готелі для отримання досвіду.	-	-
Курс 1		
Основа для кар'єри менеджера, вивчення інструментів індустрії гостинності, технологій та термінології галузі для ключових відділів і	Практичне мистецтво індустрії гостинності (Швейцарія), занурення в професію	Вступний курс, вивчення інструментів індустрії гостинності (вступ до менеджменту гостинності та туризму, інформаційні системи управління,

функцій гостинності (фінанси, маркетинг, економіка, академічне письмо, ділове спілкування, іноземні мови)	(стажування).	особистий розвиток та життєві навички, ділове письмо, математика для готельного бізнесу, іноземні мови та ін.), стажування.
Курс 2		
Комплексний академічний підхід до теорії управління гостинністю під керівництвом досвідчених практиків-науковців з поглибленим вивченням іноземних мов, дослідження для створення надійних бізнес-планів і підприємницьких планів, стажування з управління.	Основи гостинності та менеджмент гостинності (Швейцарія, Лондон, Марбелья або Шанхай).	Комплексний підхід до вивчення управління гостинністю (актуальні глобальні та соціальні проблеми, бізнес-статистика, мікроекономіка для менеджерів у сфері гостинності, фінансовий облік, ділова етика гостинності, дизайн готелів і ресторанів, правознавство, культурне розмаїття в організаціях та ін.).
Курс 3		
Застосування отриманих знань та навичок, щоб стати бізнес-стратегом та консультантом (управління проектами, маркетингові дослідження, корпоративна стратегія та ін.), факультативні курси для адаптації сфери знань, виконання індивідуального прикладного дослідницького проекту або студентського консультаційного проекту.	Управлінська практика та інтегративні бізнес-стратегії (стажування) з подальшою спеціалізацією й бізнес-проєктуванням (Швейцарія або Лондон).	Бізнес-проєктування, акцент на інноваційності та підприємництві, вибір спеціалізації (інновації: від творчості до підприємництва, міжнародний туризм, створення бізнесу, управління кар’єрою, маркетинг гостинності для підприємців, управління людськими ресурсами, соціальна психологія гостинності, лідерство в сфері гостинності та організаційна поведінка, стратегічне управління готелем).

Додаток Е

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри _____ Г.І. М'ясоїд

"____" _____ 20__ р.

Робоча програма навчальної дисципліни

"Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі"

для спеціальності

242 Туризм

бакалаврського рівня вищої освіти

Дніпро

2021

Робоча програма навчальної дисципліни «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі» для здобувачів спеціальності 242 Туризм бакалаврського рівня / Укладач: С.І. Мединська. – Д.: Університет імені Альфреда Нобеля, 2021. – 20 с.

Розробник: С.І. Мединська.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародного туризму, готельно-ресторанного бізнесу та іншомовної підготовки

Протокол № ____ від _____ 2021 р.

ЗМІСТ

1. Програма навчальної дисципліни

2. Заплановані результати навчання.

Матриця формування і оцінювання компетентностей здобувачів вищої освіти з дисципліни

3. Орієнтовний перелік питань підсумкового контролю

4. Порядок оцінювання результатів навчання

5. Рекомендована література (основна, допоміжна)

6. Інформаційні ресурси в Інтернеті

© С.І. Мединська, 2021 рік

Метою цього курсу є вивчення студентами теоретичних засад і набуття практичних навичок ефективної комунікації в полікультурному середовищі, які є необхідними для ефективної взаємодії з представниками інших культур у туристичному бізнесі.

У результаті вивчення цієї навчальної дисципліни у здобувачів вищої освіти мають бути сформовані здатності фахівця на належному рівні виконувати професійні завдання, а саме: 1) демонструвати знання щодо базових понять відповідно до процесу ефективної комунікації в полікультурному середовищі; 2) вести науковий пошук щодо дослідження проблем комунікації в полікультурному середовищі й ефективно працювати з інформацією: добирати необхідну інформацію з різних джерел, зокрема з фахової літератури та електронних баз, критично аналізувати й інтерпретувати, впорядковувати, класифікувати й систематизувати; 3) виокремлювати особливості культур, стереотипи, аналізувати їх і враховувати під час професійної взаємодії; 4) удосконалювати власний рівень міжкультурної комунікації й використовувати його у взаємодії з представниками інших культур; 5) розуміти природу міжкультурних непорозумінь і конфліктів, володіти методикою й навичками попередження й усунення міжкультурних конфліктів, демонструвати навички співпраці; 6) знати й застосовувати на практиці методи, прийоми й стратегії досягнення позитивного результату міжкультурної комунікації; 7) розуміти роль англійської мови як мови міжнародного спілкування (лінгва франка) в бізнесі (BELF) у культурному різноманітті та її впливу на способи мислення й поведінку, що відображається в різних типах комунікації (письмовій та усній) у процесі професійної взаємодії на командному, організаційному й клієнтському рівнях; 8) демонструвати толерантне ставлення, повагу й визнання самобутності інших культур на основі розуміння власної культурної ідентичності в діалогічному спілкуванні.

Формування програмних компетентностей

ЗК 02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності й досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірності розвитку предметної області.
ЗК 03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
ЗК 04. Здатність до критичного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК 07. Здатність працювати в міжнародному контексті.
ЗК 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
ЗК 09. Вміння визначати, формулювати і вирішувати проблеми.
ЗК 10. Здатність спілкуватися державною мовою.
ЗК 11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 12. Навички міжособистісної взаємодії.
ЗК 14. Здатність працювати в команді та автономно.
ФК 16. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ФК 27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.
ФК 28. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Основні засади ефективної комунікації в полікультурному бізнес-середовищі в галузі туризму

Тема 1. Поняття комунікації та її роль у концепції культури/ The Concept of Communication and Its Role in the Concept of Culture.

Функції комунікації. Теорія комунікації. Основні види комунікації. Багатоаспектність поняття «культура». Культурні рівні й виміри. Основні типи культур. Культурний релятивізм. Полікультурність, мультикультурність і міжкультурність.

Тема 2. Фундаментальні моделі культури/ Fundamental Models of Culture.

Культурологічні моделі (за Е. Холлом, Г. Хофстеде, Ф. Тромпенаарсом та Ч. Хемпден-Тернером). Характеристики та критерії висококонтекстних і низькоконтекстних культур. Культурологічна мапа світу. Рекомендації щодо спілкування з представниками різних типів культур.

Тема 3. Особливості міжкультурної комунікації/ Peculiarities of Intercultural Communication.

Поняття «нація», «народ», «етнос», «менталітет», «гендер», «стиль комунікації», «комунікативна поведінка». Культурна ідентичність. Культурні цінності та їхнє місце в комунікації в полікультурному середовищі. Міжкультурні особливості комунікативної поведінки. Комунікативні стратегії. Міжкультурна комунікація засобами туризму як чинник культурного зростання й духовного збагачення особистості. Збагачення культурного світу особистості в іншому соціокультурному середовищі.

Тема 4. Професійна англомовна комунікація в глобальному туристичному бізнес-контексті/ Professional Communication in English in a Global Tourism Business Context.

Багатогранність ролі мови, полікультурність і мультилінгвізм. Англійська мова як мова міжнародного спілкування в бізнесі (BELF) та її особливості для носіїв мови та не носіїв мови. Вплив BELF та мовних бар'єрів на встановлення довірливих стосунків у багатонаціональних командах. BELF і різноманітність.

Тема 5. Елементи комунікації в полікультурному середовищі галузі туризму/ Elements of Communication in a Multicultural Tourism Environment.

Вербальна, невербальна й паравербальна комунікація. Специфіка, форми й стилі вербальної комунікації. Вербальна комунікація в контексті туризму та туристичної діяльності. Вербальні тактики спілкування при наданні туристичних послуг. Невербальні засоби спілкування. Сутність невербальної комунікації, її контексти й форми: кінесика, проксеміка, окулістика, такесика, хрономіка, сенсоріка. Види паравербальної комунікації: просодика і екстралінгвістика. Засоби досягнення ефективної комунікації. Метамова та її особливості. Психологічні основи комунікації в умовах мультикультурності.

Змістовий модуль 2. Перешкоди та шляхи їх подолання в процесі ефективної комунікації в полікультурному туристичному бізнес-середовищі

Тема 6. Процес соціальної категоризації і стереотипізації/ The Process of Social Categorisation and Stereotyping.

Поняття і функції стереотипів. Поняття і типи упереджень, механізм їх формування. Вплив національного стереотипу на галузь туризму. Урахування типу культури під час розробки туристичного продукту, виходу на новий ринок, налагодження ділових відносин та здійснення обслуговування клієнтів.

Тема 7. Проблема розуміння в міжкультурній комунікації/ The Problem of Understanding in Intercultural Communication.

Взаємодія і взаєморозуміння. Бар'єри комунікації. Основні прийоми та способи досягнення взаєморозуміння. Природа міжкультурних конфліктів та їх види. Туризм як соціокультурний феномен у світлі конфліктологічного аналізу.

Класифікація крос-культурних конфліктів у туризмі (за Устименко Л.М.). Стратегії й засоби подолання міжкультурних конфліктів. Атракція й атрибуція в міжкультурній комунікації.

Тема 8. Професійна взаємодія в полікультурному туристичному середовищі в контексті ділової комунікації/ Professional Interaction in a Multicultural Tourism Environment in the Context of Business Communication.

Толерантність і її межі. Інтолерантність. Етичний кодекс міжкультурної комунікації. Проблеми мовних і культурних відмінностей у міжнародному туристичному бізнесі: наслідки для письмової та усної ділової комунікації. Проблеми перекладу й адаптації повідомлень для різноманітних культур. Управління репутацією в туристичної галузі: опрацювання негативних відгуків і формування позитивного іміджу в контексті полікультурності.

Тема 9. Мистецтво переконання у багатокультурному діловому світі/ The Art of Persuasion in a Multicultural Business World.

Вплив вимірів культури на стилі переконання. Подолання заперечень та опору: культурні відмінності у вирішенні суперечностей та проблем. Авторитет і прийняття рішень у різних культурах. Тактики переконання в різних стилях переговорів. Оцінювання ефективності та надання зворотного зв’язку. Роль цифрових інструментів у комунікації з метою переконання.

Тема 10. Актуальні проблеми й виклики ефективної комунікації в сучасному туристичному бізнесі/ Current Problems and Challenges of Effective Communication in Modern Tourism Business.

Роль цифрових технологій в подоланні міжкультурних бар’єрів. Цифрова трансформація комунікації: вплив соціальних мереж, месенджерів, чат-ботів на взаємодію з клієнтами. Використання даних для створення індивідуальних пропозицій. Роль мобільних застосунків у забезпеченні безперервної комунікації з туристами. Віртуальна та доповнена реальність як нові інструменти для презентації туристичних продуктів. Розвиток глобалізаційних процесів та суперечливий характер діалогу культур.

2. ЗАПЛАНОВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Символ результатів навчання за спеціальністю	Результати навчання дисципліни
Знання	
РН-2	РН 2.1. Знає професійний дискурс, основну термінологію і має базові й структуровані знання в сфері туризму, а також зі світоглядних та суміжних наук
РН-4	РН 4.1. Пояснює особливості організації рекреаційно-туристичного простору з урахуванням культурного різноманіття
Уміння	
РН-7	РН 7.1. Вміє розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт
РН-9	РН 9.1. Може організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій
Комунікація	
РН-11	РН 11.1. Володіє державною та іноземною мовами на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності РН 11.2. Може спілкуватися в професійному середовищі, готувати ділові документи іноземною мовою з низки галузевих питань, демонструючи міжкультурне розуміння РН 11.3. Має сформовану професійну та функціональну комунікативну компетентність, що сприяє ефективному функціонуванню в культурному розмаїтті навчального та професійного середовищ
РН-12	РН 12.1. Може застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг РН 12.2. Вміє обирати найбільш відповідні інформаційні засоби та канали комунікації залежно від ситуації РН 12.3. Може чітко, послідовно й логічно висловлювати свої думки й переконання, аргументувати, вести результативні ділові бесіди, підтримувати гармонійну мережу ділових та особистісних контактів, протидіяти маніпуляціям, долати бар’єри спілкування

РН-13	РН 13.1. Вміє встановлювати зв’язки з експертами туристичної та інших галузей
РН-14	РН 14.1. Проявляє повагу до індивідуального та культурного розмаїття
РН-15	РН 15.1. Проявляє толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань, розуміючи природу таких розбіжностей РН 15.2. Вміє працювати в команді, в тому числі приймати різні ролі для досягнення спільної мети
РН-19	РН 19.1. Вміє аргументовано відстоювати свої погляди в розв’язанні професійних завдань, враховуючи особливості полікультурного середовища, демонструючи навички професійного спілкування з використанням комунікативних технік і технологій
РН-20	РН 20.1. Вміє виявляти проблемні ситуації та шляхи їх розв’язання РН 20.2. Володіє навичками з міжкультурної комунікації для розв’язання чи уникнення міжкультурних конфліктів
Автономність і відповідальність	
РН-21	РН 21.1. Приймає обґрунтовані рішення та несе відповідальність за результати своєї професійної діяльності РН 21.2. Знає, як використовувати знання, щоб ефективно приймати нові виклики, вирішувати спірні питання в професійній діяльності
РН-22	РН 22.1. Може професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях

МАТРИЦЯ

ФОРМУВАННЯ Й ОЦІНЮВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ В ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ» З УРАХУВАННЯМ ФОРМ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема	Компетентності, які формуються (шифр відповідно до освітньої програми)	Програмні результати навчання (шифр відповідно до освітньої програми)	Результати навчання з дисципліни	Методи навчання	Методи контролю
Змістовий модуль 1. Основні засади ефективної комунікації в полікультурному бізнес-середовищі в галузі туризму					
1. Поняття комунікації і її роль у концепції культури	ІК-1; ЗК-04, ФК-27, ФК-28	РН-2, РН-4	РН 2.1, РН 4.1, РН 11.1, РН 11.2, РН 12.1, РН 12.3	Лекція з продукування креативних ідей, робота у малих групах	Самостійна робота, усні відповіді на питання
2. Фундаментальні моделі культури	ІК-1, ЗК-02, ЗК-03, ЗК-07, ФК-28	РН-2, РН-14, РН-22	РН 2.1, РН 4.1, РН 11.1, РН 11.3, РН 12.2, РН 22.1	Проблемна лекція, вирішення проблемних ситуацій, робота в мікрогрупах	Презентація в малих групах, оцінювання презентації й доповідей студентів
3. Особливості міжкультурної комунікації	ЗК-03, ЗК-04, ЗК-07, ФК-27, ФК-28	РН-12, РН-15, РН-20, РН-21	РН 12.1, РН 15.2, РН 20.1, РН 20.2, РН 21.2	Лекція з використанням мозкового штурму, дискусія за матеріалами лекції та вивчених літературних джерел	Участь у дискусії, усні відповіді на питання
4. Професійна англомовна комунікація в глобальному туристичному бізнес-контексті	ІК-1; ЗК-07, ЗК-10, ЗК-11, ЗК-12, ЗК-14, ФК-27	РН-9, РН-11, РН-12, РН-14, РН-20	РН 9.1, РН 11.1, РН 11.3, РН 12.2, РН 12.3, РН 14.1, РН 20.2	Лекція-дискусія, робота в мікрогрупах, виконання та захист проєктів	Самостійна робота, усні відповіді на питання, оцінювання проєкту

5. Елементи комунікації в полікультурному середовищі галузі туризму	ЗК-03, ЗК-09, ЗК-10, ЗК-11, ФК-27	РН-4, РН-12, РН-13, РН-20	РН 4.1, РН 12.1, РН 13.1, РН 20.1	Проблемна лекція, вирішення ситуаційних задач, аналіз конкретних ситуацій (case-study)	Усні відповіді на запитання, вирішення задач (проблемних ситуацій), модульна контрольна робота
Змістовий модуль 2. Перешкоди та шляхи їх подолання в процесі ефективної комунікації в полікультурному туристичному бізнес-середовищі					
6. Процес соціальної категоризації і стереотипізації	ЗК-02, ЗК-03, ЗК-04, ЗК-07, ЗК-12, ФК-27, ФК-28	РН-14, РН-15, РН-21	РН 14.1, РН 15.1, РН 21.1	Бінарна лекція, виконання та захист проєктів, робота в парах для вирішення проблемних завдань	Активність в обговоренні, оцінювання проєкту, вирішення проблемних ситуацій
7. Проблема розуміння в міжкультурній комунікації	ЗК-02, ЗК-03, ЗК-04, ЗК-07, ЗК-12, ФК-27, ФК-28	РН-4, РН-12, РН-13, РН-15	РН 4.1, РН 12.3, РН 13.1, РН 15.2	«Круглий стіл» за тематикою самостійної пошукової роботи, робота у малих групах	Активність в обговоренні проблемних питань, оцінювання презентації
8. Професійна взаємодія в полікультурному туристичному середовищі в контексті ділової комунікації	ІК-1; ЗК-07, ЗК-09, ЗК-11, ЗК-12, ЗК-14, ФК-16, ФК-27, ФК-28	РН-7, РН-9, РН-11, РН-19, РН-20	РН 7.1, РН 9.1, РН 11.1, РН 11.3, РН 19.1, РН 20.2	Лекція-роздум, ігрові технології, пошук в Інтернет	Участь у діловій грі
9. Мистецтво переконання у багатокультурному діловому світі	ЗК-07, ЗК-08, ЗК-09, ЗК-11, ЗК-12, ФК-16, ФК-27, ФК-28	РН-9, РН-11, РН-12, РН-13, РН-22	РН 9.1, РН 11.2, РН 12.2, РН 13.1, РН 22.1	Лекція-круглий стіл, аналіз конкретних ситуацій (case-study),	Усні відповіді на питання, активність під час аналізу конкретних ситуацій
10. Актуальні проблеми й	ЗК-07, ЗК-08, ЗК-09, ФК-16,	РН-2, РН-4,	РН 2.1, РН 4.1, РН	Проблемна лекція,	Усні відповіді на

виклики ефективної комунікації в сучасному туристичному бізнесі	ФК-27	РН-12, РН-22	12.1, РН 12.2, РН 12.3, РН 22.1	дискусія з актуальних проблемних питань, імітаційні методи, робота у малих групах, пошук в Інтернет	запитання, вирішення задач (проблемних ситуацій), модульна контрольна робота

3. ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Теоретичні питання

1. Сутність понять «культура», «комунікація», «полікультурність», «міжкультурна комунікація».
2. Основні бар’єри в міжкультурній комунікації у галузі туризму.
3. Основні принципи ефективної міжкультурної комунікації.
4. Моделі культури: виміри культури, характеристики й аналіз країн на культурологічній карті світу.
5. Міжнародний туризм як чинник взаємодії і взаємозбагачення культур у глобалізаційних процесах сучасності.
6. Міжкультурні конфлікти та їх причини в контексті процесу глобалізації.
7. Вплив туризму на культуру інших країн.
8. Культурне розмаїття: проблеми збереження, готовності до сприйняття, подолання бар’єрів.
9. Самоусвідомлення та національна ідентичність. Культурний релятивізм і складні культурні світоглядні позиції.
10. Англійська як мова міжнародного спілкування в бізнесі (BELF): її роль у контексті процесу глобалізації.
11. Ділова комунікація в різних культурах: особливості й наслідки під час професійної взаємодії.
12. Культурні стереотипи й упередження: причини й шляхи подолання.
13. Вербальна, невербальна й паравербальна комунікація: особливості, форми, функції, контексти в різних культурах.
14. Емпатія і толерантність у міжкультурній взаємодії.
15. Роль цифрових технологій в подоланні міжкультурних бар’єрів у туристичній галузі.

Практичні питання

Дайте рекомендації щодо того, як:

- представити туристичний продукт клієнту з іншої культури;
- реагувати на скаргу клієнта, якщо він належить до іншої культури;
- використовувати знання про культуру країни для встановлення довірчих відносин з клієнтом;
- адаптувати свою презентацію до аудиторії з різним культурним бекграундом;
- використовувати невербальні засоби комунікації для створення позитивного враження на клієнта;
- використовувати знання про культурні цінності для розв'язання конфліктних ситуацій;
- використовувати соціальні мережі для просування туристичних продуктів на міжнародному ринку;
- організувати міжкультурний тренінг для співробітників туристичної компанії.

Ситуаційні завдання

1. Вам потрібно провести презентацію нового туристичного продукту для групи потенційних партнерів з різних країн. Які культурні аспекти Ви врахуєте при підготовці презентації?
2. Ви працюєте в готелі і до Вас звернувся клієнт зі скаргою на обслуговування. Клієнт належить до культури, де пряма критика вважається неприйнятною. Як Ви будете вирішувати цю ситуацію?
3. Ви берете участь у переговорах з представниками туристичної компанії з іншої країни. Які стратегії Ви будете використовувати для досягнення угоди?
4. Вам потрібно написати лист-відповідь на запит клієнта з іншої країни. Які культурні нюанси Ви врахуєте при написанні листа?
5. Ви хочете організувати культурний обмін між співробітниками Вашої компанії. Які заходи Ви можете запропонувати?

4. ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою згідно «Положення про організацію освітнього процесу». Завданнями поточного модульного контролю знань здобувачів є перевірка та оцінка:

а) систематичності й активності роботи здобувача на аудиторних заняттях;

б) виконання завдань, виданих для самостійного опрацювання;

в) виконання модульних контрольних завдань;

г) розуміння та засвоєння матеріалу, набутих навичок та вмінь самостійно опрацьовувати матеріал, самостійно працювати з літературою та іншими джерелами, осмислювати та узагальнювати зміст теми та розділу, а також умінь усно чи письмово подавати матеріал у вигляді презентації, відповідей на запитання тощо.

Результати поточного контролю знань здобувачів вищої освіти входять як складові елементи до загальної (остаточної) оцінки знань здобувачів з певної дисципліни.

Оцінка рівня роботи студента на практичних заняттях здійснюється в межах 60 балів.

Студент допускається до екзамену, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не ***менше 36 балів.*** Якщо за результатами оцінювання роботи студента на практичних заняттях студент отримав менше 36 балів, він не допускається до екзамену. Викладач, який веде практичні/ семінарські заняття, визначає перелік завдань, що мають бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до екзамену з оцінкою роботи на практичних заняттях 36 балів.

Результати екзамену оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). Екзамен проводиться у вигляді письмової роботи, що містить завдання з розв’язання задач та аналізу ситуацій. Якщо студент за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.

Розподіл балів за змістовими модулями, темами та формами діагностики

Модулі, теми та форми діагностики	**Максимальна кількість балів**
Змістовий модуль 1	
Тема 1, усні відповіді, тестування	5
Тема 2, усні відповіді, презентація в міні-групі	10
Тема 3, усні відповіді, участь у дискусії	5

Тема 4, усні відповіді, проєктна робота	10
Тема 5, усні відповіді, аналіз конкретних ситуацій (case study)	5
Модульна контрольна робота 1	15
Змістовий модуль 2	
Тема 6, усні відповіді, проєктна робота	10
Тема 7, усні відповіді, презентація	10
Тема 8, усні відповіді, участь у діловій грі	5
Тема 9, усні відповіді, аналіз конкретних ситуацій (case study)	5
Тема 10, усні відповіді, вирішення проблемних ситуацій	5
Модульна контрольна робота 2	15
Разом	100

Критерії оцінки знань здобувачів під час виконання модульної контрольної роботи

Письмова модульна контрольна робота з елементами тестування (15 балів)	**Критерії оцінки**
13–15	Студент в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його презентує, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, може вільно висловлювати власні судження й презентувати власне розуміння питання. Правильно вирішив усі індивідуальні завдання за темами змістового модуля
10–12	Студент в цілому володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його презентує, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Проте при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, припускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки, не завжди може вільно висловлювати власні судження й сформулювати власне розуміння питання. Правильно вирішив більшість індивідуальних завдань

7–9	Студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) презентує його під час відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, припускаючись при цьому суттєвих неточностей, має ускладнення щодо вільного висловлення власних суджень; правильно вирішив меншість індивідуальних завдань
1–6	Студент частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час відповідей, припускаючись при цьому суттєвих помилок, має значні ускладнення щодо вільного висловлення власних суджень; правильно вирішив окремі індивідуальні завдання

Критерії оцінки знань здобувачів за участь у дискусії

Участь у дискусії	**Критерії оцінки**
5	Бере активну участь у дискусії, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал під час дискусії, використовуючи при цьому широкий спектр мовних засобів з цієї теми з урахуванням усіх рекомендацій щодо ведення дискусій.
4	Бере досить активну участь у дискусії, наводить аргументи під час дискусії, використовуючи при цьому достатній спектр мовних засобів з цієї теми з урахуванням основних рекомендацій щодо ведення дискусій. Але при викладанні деяких аргументів не вистачає достатньої глибини та мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
3	Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) бере участь під час дискусії, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький запас мовних засобів з теми та допускаючи грубі граматичні помилки.
2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у дискусії за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають тематиці, демонструє незначний спектр мовних засобів, що заважає повноцінному розумінню аргументації.

Критерії оцінки знань здобувачів за участь у діловій грі/ аналізі конкретних ситуацій

Участь у діловій грі/ аналізі конкретних ситуацій	**Критерії оцінки**
5	Бере активну участь у діловій грі/ аналізі конкретних ситуацій, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал щодо своєї ролі, активно пропонує ідеї, використовуючи при цьому широкий спектр мовних засобів, повністю виконує свої завдання в команді.
4	Бере досить активну участь у діловій грі/ аналізі конкретних ситуацій, наводить аргументи відповідно своєї ролі, використовуючи при цьому достатній спектр мовних засобів. Але при вирішенні проблеми не вистачає мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки, проте повністю виконує свої завдання в команді.
3	Фрагментарно, поверхово (без обґрунтування) бере участь у діловій грі/ аналізі конкретних ситуацій, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький запас мовних засобів, не пропонуючи ідеї, а лише відтворюючи інформацію зі своєї ролі, частково виконує свої завдання в команді.
2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у діловій грі/ аналізі конкретних ситуацій за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають ролі, демонструє незначний запас мовних засобів, що заважає повноцінному розумінню. Не бере участь у виконанні завдань команди.

Шкала оцінювання

Оцінка за шкалою ECTS	**Шкала рейтингу Університету імені Альфреда Нобеля**	**Оцінка за національною (чотирибальною) шкалою**
A	90–100	5 (відмінно)
B	82–89	4 (дуже добре)

C	75–81	4 (добре)
D	67–74	3 (задовільно)
E	60–66	3 (достатньо)
FX	35–59	2 (незадовільно) – потрібно допрацювати матеріал перед тим, як складати
F	1–34	2 (незадовільно) – з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. К.: ВЦ «Академія», 2012. 288 с. (Серія «Альма_матер»).

2. Reisinger Y. International Tourism: Cultures and Behavior. First Edition. Butterworth-Heinemann, Elsevier, 2009. 450 p.

3. Saee J. Managerial Competence within the Hospitality and Tourism Service Industries. Global cultural contextual analysis. Routledge, London, new York, 2006. 282 p.

Допоміжна:

1. Алдошина М.В., Брусільцева Г. М. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації. БІЗНЕСІНФОРМ. 2014. № 3. С. 197–202.

2. Зайцева М.М. Туризм як чинник міжкультурної комунікації. Вісник ХДАК. 2016. Випуск 49. С. 206–214.

3. Лисенко О.М. Принцип інтеркультурності у системі професійної туристичної освіти. Карпатський край. 2012. № 2. С. 106–110.

4. Свентицька Н.В. Міжкультурна комунікація як інтегративний компонент туристичної освіти. Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. 2012. №4(239). Ч.ІІ. С. 35–40.

5. Brannen M., Piekkari R., Tietze S. (2014). The multifaceted role of language in international business: Unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance. Journal of International Business Studies, 45 (5). P. 495-507.

6. Charles M.L. (2007). Language matters in global communication. Journal of Business Communication, 44(3). P. 260–282.

7. Cogo A. (2012). ELF and super-diversity: A case study of ELF multilingual practices from a business context. Journal of English as a Lingua Franca, 1 (2). P. 287–313.

8. Hall E.T. (1985). Hidden Differences: Studies in International Communication. Hamburg: Grunder and Jahr.

9. Henderson J., Louhiala-Salminen L. (2011). Does Language Affect Trust in Global Professional Contexts? Perceptions of International Business Professionals, Journal of Rhetoric, Professional Communication, and Globalization. Vol. 2, 1. P. 15–33.

10. Hofstede G. (2001). Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. Sage Publications.

11. Jenkins J., Cogo A., Dewey M. (2011). Review of developments in research into English as a lingua franca. Language Teaching, 44 (3). P. 281–315.

12. Komori-Glatz M. (2017). (B)ELF in multicultural student teamwork. Journal of English as a Lingua Franca, 6 (1). P. 83–109.

13. Louhiala-Salminen L., Charles M. (2006). English as the Lingua Franca of international business communication: Whose English? What English. In J.C. Palmer-Silveira, M.F., Ruiz-Garrido & I. Fortanet-Gomez (Eds.), Intercultural and International Business Communication (pp. 27–54). Bern: Peter Lang.

14. Louhiala-Salminen L., Kankaanranta A. (2011). Professional communication in a global business context: The notion of global communicative competence. IEEE Transactions on Professional Communication, 54. P. 244–262.

15. Lunenburg F. C. (2010). Communication: the Process, Barriers, and Improving Effectiveness. Sam Houston State University.

16. Markgraf B. (2016). How to apply Hofstede's classification scheme in a global marketing context, Small Business - Chron.com.

17. Menzies F. (2016). A World of Difference: Leading in Global Markets with Cultural Intelligence. Major Street Publishing, 300 p.

18. Menzies F. (2018). Engaging global talent: How work motivation varies across cultures, LinkedIn.

19. Meyer E. (2016). The Culture Map. Decoding How People Think, Lead, and Get Things Done Across Cultures. Public Affairs, 288 p.

20. Neyer A.K., Harzing A.W. (2008). The impact of culture on interactions: Five lessons learned from the European Commission. European Management Journal (EMJ), 26(5). P. 325–334.

21. Nickerson C. (2005). English as a lingua franca in international business contexts. English for specific purposes, 24(4). P. 367–380.

22. Rogerson-Revell P. (2007). Using English for international business: A European case study. English for Specific Purposes, 26. P. 103–120.

23. Rosenthal L., Levy S. (2013). Polyculturalism and attitudes towards people from other countries. International Journal of Intercultural Relations. vol. 37, 3. P. 335–344.

24. Soares A.M., Farhangmehr M., Shoham A. (2006). Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies, ScienceDirect.

25. Stahl G., Makela K., Zander L., Maznevski M. (2010). A look at the bright side of multicultural team diversity. Scandinavian Journal of Management, 26. P. 439–447.

26. Tenzer H., Pudelko M., Harzing A. (2014) The impact of language barriers on trust formation in multinational teams. Journal of International Business Studies, 45 (5), P. 508–535.

27. Thomas G.F., Zolin R., Hartman J.L. (2009). The central role of communication in developing trust and its effect on employee involvement. Journal of Business Communication, 46. P. 287–310.

28. Trompenaars F., Hampden-Turner C. (1998). Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Global Business. N.Y.: McGraw-Hill.

29. UNESCO (2009). World Report Investing in cultural diversity and intercultural dialogue: UNESCO world report. Luxembourg.

Інформаційні ресурси:

1. Кобзар Н.В. Роль міжкультурної комунікації в підготовці менеджерів туризму. Вісник Луганського національного Університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки. Частина І. 2011. № 14 (225). С. 48–53. Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kobzar.htm

2. Лихвар В.Д. Змістовий модуль 8. Міжкультурна комунікація. Кредитно-модульний курс культурології. Режим доступу: http://b-ko.com/book_126_glava_25_4.2.13._%D0%A3%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%BE_%D0%B4%D0%B5.html

3. Соляник С.Ф. Соціокультурні комунікації в туризмі. Філософія туризму. Частина 2. Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/filotur29.htm

4. Устименко Л.М., Агеєва С.О. Кроскультурні конфлікти в організації міжнародного туризму. Культура і мистецтво у сучасному світі, 2015. Вип. 16. С. 58–67. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua /UJRN/Kmss_2015_16_10.

5. Чаграк, Н.І. Гритчук Г.В. Міжкультурна комунікація як компонент професійної компетентності фахівця сфери туризму. Вісник Луганського національного Університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки. –

Режим доступу: http://www.stattionline.org.ua/pedagog/104/18207-mizhkulturna-komunikaciya-yak-komponent-profesijno%D1%97-kompetentnosti-faxivcya-sferi-turizmu.html

6. Breslin R.W., Yoshida T. Intercultural Communication Training: An Introduction. Thousand Oaks, 1994. Режим доступу до вид.: http://www.ebling.library.wisc.edu/pharmacy/cultural.cfm.

7. UNWTO. Global Code of Ethics for Tourism. Article 1. Режим доступу: http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism-article-1

8. Why is cultural awareness important in the tourism industry? Posted on 27/04/2012. Режим доступу:http://blog.martin.edu.au/index.php/travel-tourism/cultural-awareness-important-tourism-industry/

Онлайн курси на освітніх платформах:

Курси на освітній платформі FutureLearn:

- Introduction to Intercultural Studies: Language and Culture;
- Unleash Your Potential: Global Citizenship;
- Introduction to Intercultural Studies: Crossing Borders;
- Introduction to Intercultural Studies: Defining the Concept of Culture;
- Introduction to Intercultural Studies: Intercultural Contact;
- Anthropology: Understanding Societies and Cultures;
- Working with Translation: Theory and Practice;
- Multilingual Practices: Tackling Challenges and Creating Opportunities;
- Intercultural Communication: Dynamics of Cultural Identities in Global Interaction;
- Multilingual Learning for a Globalised World;
- The Museum as a Site and Source for Learning.

Курси на освітній платформі Coursera:

- Intercultural communication and conflict resolution;
- Effective communication in the globalised workplace;
- Shaping a Professional Identity Through Effective Intercultural Communication;
- Engagement in persuasive and credible communication;
- America Through Foreign Eyes;
- Cultural Competence – Aboriginal Sydney;
- Race and Cultural Diversity in American Life and History.

Курси на освітній платформі MOOC:

- NUS: Intercultural Communication at Work – Land the job and do it well;
- LSE: Intercultural Communications in the Workplace;
- UQx: Foundations of Culture and Communication;
- NUS: Intercultural Communication at Work – Land the job and do it well;
- LSE: Intercultural Communications in the Workplace;
- UQx: Foundations of Culture and Communication;
- StellenboschX: Exploring and Developing a Multilingual Mindset**;**
- KULeuvenX: Creating a Digital Cultural Heritage Community.

Навчальне видання

Робоча програма дисципліни

«Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес-середовищі»

Підписано до друку _____. Формат 60х84/16. Ум.друк.арк. 2.

Оперативна поліграфія. Зам.№_____. Тираж ____ прим.

Університет імені Альфреда Нобеля.

49000, м. Дніпро, вул. Січеславська Набережна, 18.

Додаток Ж

Прийоми й ключові техніки фасилітації [57]

Прийоми для відкриття

- *Icebreaker*

Дозволяє провести оцінку настрою учасників та активізувати їх увагу, зняти напругу в групі та створити дружню атмосферу. Вам буде легше залучити учасників до діалогу та підвищити рівень довіри між ними.

- *Одне слово*

Пропонуєте учасникам назвати одне слово, яке відображає їх ставлення до теми обговорення. Цей прийом доцільний, коли потрібно швидко обговорити ідеї та думки. Його можна використовувати не тільки на етапі відкриття. Цей метод досить ефективно знімає напругу під час гострих обговорень із суперечками та загрозою конфлікту.

Прийоми для збору даних

- *Хочу все знати*

Один із найбільш дієвих прийомів для створення картини колективних знань та запитань для подальшого опрацювання. Потрібно намалювати коло та озвучити питання або тему обговорення. Далі на одній частині кола написати “Я знаю”, а на іншій – “Я хочу дізнатися”. Після цього починається зіставлення інформації з цих двох частин. Завжди є люди, які щось знають з одного питання, а інші – ні, і навпаки. Завдяки порівнянню їх обізнаності поступово з’являється повніша картина колективного розуміння. Наприкінці можна визначити питання, які залишились без відповіді, і врахувати їх під час підготовки до наступної фасилітації.

- *Повітряна куля*

Команда аналізує фактори, які пришвидшують її роботу, та чинники, які призводять до зниження темпів. Далі починається вільний мозковий штурм. Люди діляться ідеями та намагаються прописати стратегії, які допоможуть збільшити вплив саме тих факторів, які сприяють швидкому руху вперед.

- *Mad Sad Glad*

Прийом часто стає в пригоді під час ретроспективи. Кожен учасник має написати на стікерах, що його за останній спринт потішило, засмутило та розлютило. Так ви швидко отримаєте конкретні фідбеки.

Прийоми для генерації ідей

- *Метафорична візуалізація*

Фасилітатор пропонує учасникам уявити проблему у вигляді метафори або намалювати її на аркуші паперу. Важливо пояснити, що художня якість

зображення неважлива. Головними є ідеї учасників та їх бачення ситуації. Творча візуалізація завжди сприяє жвавому обговоренню.

- *Поляризація думок*

Цей прийом зменшує негатив до обговорюваної проблеми. Довільно розподіляємо учасників на групи: песимісти та оптимісти. Перші мають окреслити негативні аспекти теми, другі – позитивні. Так, оптимісти мають описати, наприклад, вигоди від впровадження ідеї на проєкті. А песимісти опрацюють можливі втрати та неприйнятні наслідки. Задача фасилітатора – стежити за настроями людей та висловлюваннями, аби дискусія залишалась конструктивною.

Прийоми для підготовки плану дій

- *Голосування*

Простий прийом, який дає змогу сфокусуватися на проблемі. Група обирає найкращі рішення з варіантів, визначених під час обговорення.

- *Важливе і бажане*

Мета – оцінити потенційні рішення за певними критеріями. Зазвичай такий прийом застосовують після виявлення критичної проблеми та формулювання декількох варіантів її вирішення. У цьому випадку будується матриця з пріоритетом на важливе і бажане та з підсумком ідей наприкінці.

- *Плюс-мінус голосування*

Учасники не вибирають один варіант, а ставлять плюси або мінуси навпроти кожного, якщо той чи інший варіант сподобався або ні. Так можна залучити до процесу прийняття рішення всіх учасників та швидко визначити найбільш популярні ідеї в групі.

Прийоми для закриття

- *Хто, що, коли*

Дозволяє визначити виконавців і дедлайни щодо прийнятого плану дій. Фасилітатор розділяє аркуш паперу або онлайн-дошку на три стовпчики: «Хто», «Що» і «Коли». В колонці «Що» пишемо дії та пріоритети, щоб побачити подальші кроки в цілому. В стовпці «Хто» вказуємо виконавців для кожної дії. «Коли» – це дата, до якої потрібно виконати задачу.

- *Що далі*

Метод схожий на попередній, але трохи простіший. Тут ми лише фіксуємо результати зустрічі та коротко формулюємо наступні кроки, без деталей. Підходить для випадків, коли рішення не вимагає послідовного сценарію дій.

- *Рефлексія*

Допомагає перевірити почуття учасників перед закриттям сесії. Наприклад, фасилітатор може попросити описати, якими були очікування від

зустрічі, які досягнення під час сесії запам’яталися, хто або що вразило в ході обговорення (якщо люди працювали в групах), що хотілося б змінити чи побачити на майбутніх фасилітаціях.

Ключові техніки фасилітації для сфери бізнесу

- *Збір ідей*. Фасилітатор фіксує всі ідеї, які висловлюють учасники під час зустрічі. Це дозволить ефективніше вести дискусію.
- *Стекінг*. Фасилітатор дає змогу висловитися кожному, але по черзі. Це корисно для зустрічей з великою кількістю людей.
- *Прийняття*. Пояснює, що важливо визнати існування різних думок без переходу на ту чи іншу сторону співбесідника.
- *Перефразування*. Повторює сказане учасником, але іншими словами. Це допомагає уникнути неоднозначності, зафіксувати суть.
- *Підбадьорення*. Підтримує учасників, які бажають висловитись. Це сприяє створенню комфортної атмосфери для жвавої дискусії.
- *Розпитування*. Уточнює думку учасника, аби визначити суть описаної проблеми чи її рішення.
- *Розговорити мовчунів*. Фасилітатор звертає увагу на невербальні прояви, які говорять про готовність включитися в процес та висловитися.
- *Лінкування*. Озвучує зв’язки між питаннями, які, можливо, не є очевидними для учасників. Так можна поглибити тему обговорення.
- *Структурування*. Фасилітатор систематизує та упорядковує різні питання. Це дозволяє окреслити теми обговорення та виділити на них конкретний час.
- *Урівноваження*. Створює простір, у якому кожна сторона зустрічі може висловити свої інтереси, потреби та побоювання, а потім вже працює над пошуком компромісу або рішення, яке задовольнить усіх учасників.
- *Формулювання*. Допомагає учасникам чітко сформулювати суть проблеми й уточнити завдання, щоб домогтися більш ефективних і цілеспрямованих результатів. Дуже частою практикою є використання відкритих запитань, які сприяють глибоким роздумам та аналізу проблеми.
- *Підбиття підсумків*. Фасилітатор формує загальне розуміння і ясне уявлення про виконану роботу, досягнення та ухвалені рішення, Це дозволяє забезпечити групу цілісним поглядом на процес і його результати.

Додаток И

Кейси (аналіз конкретних ситуацій)
$И_1$. Кейс «One Size Does Not Fit All» [262]

EXECUTIVE SUMMARY:

Complaints arise when expectations are not met. Expectations of service levels are therefore so are perceptions of service failures. Multinational companies tend to have one standard way of handling complaints. Is this really suitable for customers from diverse markets? This case study will argue that better local knowledge and awareness of cultural values are needed – because culture affects the behaviour and preferences of customers. As markets become more diverse, so do customers […].

RECOMMENDATIONS:

Recommendations for suppliers:

- Customers from individualistic cultures (such as the US and Netherlands) need upfront reassurance that refunds and other kinds of financial compensation can be quickly and easily implemented when they have a complaint. Due to high uncertainty avoidance, the mechanism should be clearly and visibly communicated from the start of business relations. Descriptions of process are helpful but don't over-engineer them. Scales of compensation should not require specialised mathematical tools to understand. Interaction should be sympathetic, simple explicit apologies are adequate.

- Customers from collectivist cultures (such as Turkey, Asia), in addition to compensation, may need to be more involved in the communication process.

- As collectivist cultures tend to be more "High Context" it is important to ask more questions, as the customer is less likely to describe their dissatisfaction as thoroughly as customer from a low context culture. The details of his/her dissatisfaction will lie beneath the surface, as a customer will assume the supplier understands the context unless he/she is asked. The questions need to be open-ended ones, to obtain more descriptive elements from the customer's perspective (rather than yes/no questions). Suppliers need to make sure employees responsible are prepared for this (in terms of time and energy, i.e. they should not be distracted with other competing tasks during a complaint interaction). Causal explanations can be useful for purposes of context, but be careful not to fall into the trap of forgetting to round it off with an explicit apology (or it will be perceived as a tentative apology).

- Your apology should be formulated to acknowledge direct and indirect inconvenience caused (to your customer but also indirectly to his wider group). "I apologise for the inconvenience to you and your associates" (collective relevance).

- This should come from a senior member of staff matching the rank of the customer complaining. It should ideally be someone the customer knows beforehand. In describing the remedial actions that will be taken by your company, the customer may find it reassuring to know from the person describing the service recovery effort that it is not only the individual he/or she is talking to that cares about the problem but a collective group of functions within the company who are handling the entire process (due to lower confidence in the problem-solving ability of an individual, and higher confidence in group efforts).

Recommendations for buyers:

This outline of cultural differences can help you reflect on your own preferences for service expectations and ways of building trust with your supplier. It can help you to re- examine them critically and check whether they are in line with the characteristics of the supplier.

Recommendations for researchers:

During the research for this paper it became evident that there are many "generalist" publications about intercultural business. For example books about east versus west (where Asian countries as different as Indonesia and Vietnam are thrown into the same category) These are generally unsatisfactory. There are of course, specific books on China and Japan but rarely any specifically on Turkey (which tends to get only one or two pages of coverage in most intercultural business books). Many European businesses see Turkey as their next target for customer growth, so it may an interesting research opportunity that would be worthwhile to develop further.

И$_2$. Кейс «Managing Diversity»

(адаптовано С. Мединською з [262])

Culture is not only a source of misunderstanding and conflict, but a source of competitive advantage

Interactive warmup

1. Is it easier to manage homogeneous or heterogeneous teams? Why do you think so?

2. Which problems can arise if managers do not pay proper attention to the national culture of their team members? Think about the main elements of corporate life which can suffer most.

3. Compare Switzerland and Egypt with the help of an online tool at https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/. Anticipate the possible problems in managing a team consisting of the staff members from these particular cultures.

Background

Ciro Keller is a Swiss event manager working for an important international hotel chain. After working in Switzerland for over ten years with great success, his company moved him to Egypt, as responsible for events in their resort on the Red Sea. No specific instruction was given to him regarding how to manage the intercultural differences he would necessarily encounter. And indeed he did. His new boss was Swiss, but all of his subordinates and most of his peers were Egyptians.

One of the first things that struck him in his new work environment was how his Egyptian peers treated their subordinates. Orders were given in a very unfriendly manner, and if the work was not completed in an adequate way they would shout and threaten the neglectful.

Mr. Keller was well known in Switzerland for being a very gentle and polite boss, his subordinates most appreciated his relational qualities, the way he treated them as equals and how he always took into consideration their ideas and remarks.

He talked about his perplexities with his Swiss ethnocentric boss, who simply replied: “Egyptians are lazy, and if you don’t treat them this way they will not work”. Unhappy with this answer, Mr. Keller decided to try out his usual egalitarian management style in Egypt. He then held his first meeting with his direct reports and asked them to express the ideas they had about possible events to organise in the next future, but everybody kept silent. When he finally came up with a banal idea, everybody supported it without further discussion. This meeting model repeated itself, again and again, nobody ever seemed to have initiative.

Despite his discouragement, Mr. Keller had friendly manners with his subordinates, and once he dispatched the work he didn’t continuously check it up, convinced that personal responsibility would be sufficient.

He soon realised that work wasn’t completed, his friendly manners were interpreted as a weakness and he was the one expected to have ideas, as he was the boss. Mr. Keller finally understood the importance and the extent of cultural differences existing between Egypt and Switzerland.

(Retrieved and adapted from https://www.mic.usi.ch/managing-diversity-cs-en)

So there are four options open to him at this time.

1. Admit his lack of intercultural competence and ask his boss to relocate him back to Switzerland.

2. Fire all his Egyptian subordinates and initiate the selection and recruitment process to hire the appropriate personnel.

3. Try to gradually create a multicultural and highly diverse team hiring people from different backgrounds while dealing with staff turnover.

4. Continue working with this team but force the subordinates to actively take part in discussion during the meetings and provide strict control over staff performance.

Task 1

In pairs or small groups, using Hofstede's model with the help of an online tool at https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/, identify the cultural dimension(s) which could lead to such problems in this team. Analyze the indicators and explain how the difference(s) could be reflected on the team members' behaviour.

Task 2

Evaluate the advantages and limitations of each of the four options. Consider long-term as well as short-term solutions.

Task 3

Decide which of the options you think Ciro Keller should take and prepare to present your arguments to the other pairs or groups.

Task 4

Present your decision to the class.

Task 5

You are Ciro Keller. Write a report about this situation and importance of intercultural training to give to the board.

Decision

The solution proposed in this case includes the learning of intercultural competence which, if well managed, can be a strategic resource for success. After a few months of frustrating work, Mr. Keller finally decided to gradually modify the structure of his group. As people left or were transferred to other units of the hotel, he hired people to form totally different backgrounds also considering the diversity of the clientele. Besides, he paid attention to gender, academic backgrounds and age brackets, ending up with a highly diverse team. At the beginning, managing this team appeared to be difficult because misunderstandings and discussions were frequent, but after a year the group had created its own norms and values, every individual was accepted and appreciated as a positive feature of the team. Discussions were always

frequent, but with time they became more and more constructive. The team ended up being very creative and successful.

The most effective solution for building and spreading intercultural competence is the creation of multicultural project teams at all levels of organisations. Managing diversity efficiently implies the emergence of a third culture which ultimately defines the team identity and helps to manage the process. Investing in the management of multicultural teams is worthwhile. It will give multinational companies a strategic and competitive advantage, and an excellent return on investment.

Додаток К

Ігрові технології

$К_1$. Ділова гра «Cultural Leisure Challenge»

Objective: Explore how cultural perceptions of masculinity and femininity impact leisure and excursion preferences.

Setting: A travel agency is organizing a cultural exploration trip to South Korea that includes a variety of leisure activities. The tourists are a mix of Italian and Japanese participants, each bringing their unique cultural perspectives to the experience.

Roles:

Lucia (Italian Female) – Traditional Values Advocate:

Background: A 30-year-old Italian woman who values traditional gender roles.
Preferences: Enjoys classic art, history, and traditional Italian cuisine.
Attitude: Prefers leisure activities associated with traditional femininity.

Marco (Italian Male) – Adventurous Modernist:

Background: A 28-year-old Italian man with modern views on gender roles.
Preferences: Enjoys outdoor adventure activities, modern art, and trying new cuisines.
Attitude: Dislikes activities perceived as traditionally masculine.

Chiara (Italian Female) – Progressive Feminist:

Background: A 32-year-old Italian woman with progressive views on gender roles.
Preferences: Enjoys contemporary art, outdoor activities, and diverse cuisines.
Attitude: Advocates for breaking gender stereotypes in leisure choices.

Hiroshi (Japanese Male) – Traditional Values Advocate:

Background: A 31-year-old Japanese man with traditional values.
Preferences: Enjoys tea ceremonies, historical sites, and traditional Japanese cuisine.
Attitude: Prefers leisure activities associated with traditional masculinity.

Yuki (Japanese Female) – Modernist Explorer:

Background: A 29-year-old Japanese woman with modern views on gender roles.
Preferences: Enjoys urban exploration, contemporary art, and international cuisines.
Attitude: Dislikes activities perceived as traditionally feminine.

Sakura (Japanese Female) – Harmony Seeker:

Background: A 33-year-old Japanese woman who values harmony and balance.
Preferences: Enjoys activities that promote relaxation, nature, and traditional Japanese arts.
Attitude: Seeks a balance between traditional and modern leisure choices.

Instructions:

1. Each participant receives their role card and reads their character's background, preferences, and attitudes.
2. Participants engage in group discussions to plan the leisure activities for the cultural exploration trip, considering the different perspectives and preferences.
3. The goal is to find a balance that respects cultural differences while ensuring everyone has a positive and enjoyable experience.
4. After planning, participants share their proposed leisure activities and discuss how they addressed potential clashes in perceptions of masculinity and femininity.

$К_2$. Тест-гра «Заблукали на Місяці» [39, с.282-293; 125, с.63-65**]**

Оцінка індивідуальної та групової поведінки при прийнятті важливих рішень

Мета: поглибити теоретичні знання студентів щодо особливостей партисипативного підходу й процесу прийняття колегіальних управлінських рішень; познайомити студентів з розробленим американськими спеціалістами тестом-грою «Заблукали на Місяці»; за результатами гри навчитися здійснювати оцінку індивідуальної та групової поведінки її учасників при прийнятті рішень.

Хід роботи:

1. Викладач коротко описує тест-гру «Заблукали на Місяці» й знайомить студентів з інструкцією.

2. Кожний студент отримує бланк гри, виконує завдання індивідуально, заповнюючи в бланку шкалу «Ваш рейтинг».

3. Студенти розбиваються на підгрупи по 5-7 осіб у кожній, колективно обговорюють завдання й відображають колегіальне рішення у шкалі «Рейтинг групи».

4. Здійснюється обробка тесту за виконанням таких завдань:

- підрахуйте відхилення індивідуальних і групових рейтингів. Відхилення складають абсолютну різницю між індивідуальними рейтингами і рейтингом NASA (знаки плюс чи мінус не враховуються);
- підсумуйте свій індивідуальний рейтинг і рейтинг групи;
- оцініть свої та колективні дії на основі нижченаведеної шкали балів:

0–25 Відмінно
26–32 Добре

33–45 Посередньо
46–55 Задовільно
56–70 Погано
71–112 Дуже погано

5. Результати роботи студенти відображають в індивідуальних звітах.

Інструкція до тесту-гри «Заблукали на Місяці»

Ваш космічний корабель щойно зробив вимушену аварійну посадку на затемненій стороні Місяця. Ви повинні були зустрітися з материнським кораблем за 200 миль від цього місця на освітленій поверхні Місяця, але аварійне примісячення пошкодило ваш корабель і зруйнувало все обладнання на борту, за винятком 15 нижченаведених предметів. Виживання вашої команди залежить від того, чи зумієте ви добратися до материнського корабля. Для цього вам необхідно вибрати найбільш важливі предмети для двухсотмильного переходу. Ваше завдання полягає в розташуванні 15 предметів по мірі важливості для виживання. Почніть з присвоєння номера один найбільш важливому предмету, потім номера два для наступного найбільш важливого предмета і т. д. до номера 15 для найменш важливого. Розташування предметів слід виконати як індивідуально, так і шляхом прийняття колективного рішення (групою). Необхідно відзначити, що на Місяці відсутній кисень, а магнітне поле не поляризоване.

Бланк для виконання індивідуального та групового завдання

Перелік обладнання	**Ваш рейтинг**	**Рейтинг групи**
Коробка сірників		
Харчові концентрати		
15 метрів нейлонової мотузки		
Парашутний шовк		
Портативний обігрівальний апарат, що працює на сонячній енергії		
Два пістолети 45-го калібру		
Один ящик сухого молока		
Два 50-кілограмових балони кисню		
Зоряна карта (сузір’я Місяця)		
Надувний рятувальний пліт		

Магнітний компас		
20 літрів води		
Сигнальні ракети		
Аптечка першої допомоги, що містить голки для ін’єкцій		
Радіопередавач FM на сонячній енергії		

Ключ до тесту-гри «Заблукали на Місяці»

Предмети	Логіка NASA	Рейтинг NASA	Ваш рейтинг	Відхи-лення	Рейтинг групи	Відхи-лення
Коробка сірників	Кисню на Місяці не існує, практично не потрібні	**15**				
Харчові концентрати	Ефективний засіб задоволення енергетичних потреб	**4**				
15 метрів нейлонової мотузки	Потрібна: підійматися по скелі, прив’язувати поранених	**6**				
Парашутний шовк	Захист від сонячних променів	**8**				
Портативний обігрівальний апарат, що працює на сонячній енергії	Потрібен лише на темній стороні місяця	**13**				
Два пістолети 45-го калібру	Можливий засіб самозахисту	**11**				
Один ящик	Громіздке дублювання	**12**				

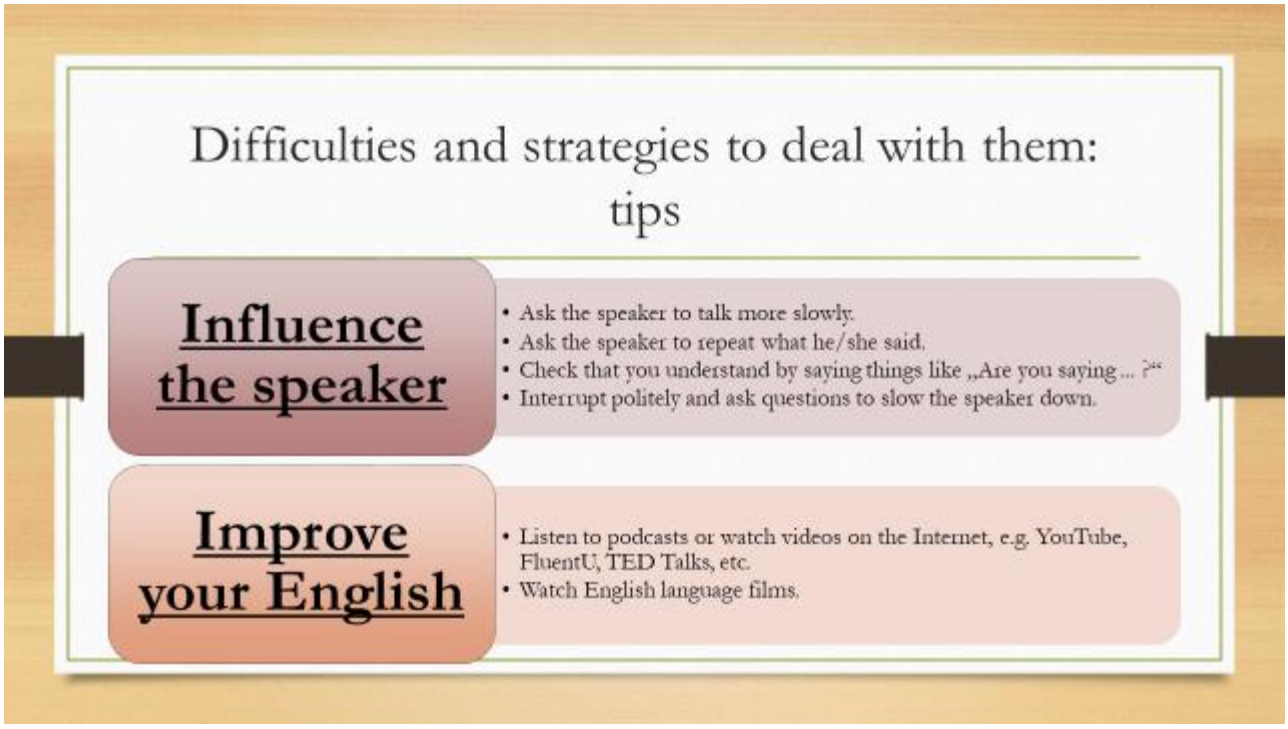
сухого молока	харчових концентратів					
Два 50-кілограмових балони кисню	Найнеобхідніший засіб виживання	**1**				
Зоряна карта (сузір'я Місяця)	Основний засіб навігації	**3**				
Надувний рятувальний пліт	Балон CO_2 на військовому плоту може бути використаний для пересування	**9**				
Магнітний компас	Магнітне поле на Місяці не поляризоване, для навігації не потрібний	**14**				
20 літрів води	Компенсація величезної втрати рідини на освітленій стороні	**2**				
Сигнальні ракети	Сигнал біди при наближенні до материнського корабля	**10**				
Аптечка першої допомоги, що містить голки для ін'єкцій	Голка для вітамінів, медикаменти тощо відповідають спеціальному отвору в космічних костюмах NASA	**7**				

Радіо-передавач FM на сонячній енергії	Для зв’язку з FM на сонячній енергії материнським кораблем, але FM вимагає знаходження в межах поля зору і коротких дистанцій	**5**				
Разом						

Додаток Л

Фрагменти презентації з воркшопу «Professional Communication across Borders: How to Find a Common Language» (демо-версії спецкурсу)





Culture questionnaire

IN YOUR CULTURE ...

1. What time is the most important meal of the day?

a) 12:00-14:00 b) 18:00-20:00 c) 20:00-22:00 d) another time

2. How do you greet business contacts or colleagues when meeting?

a) with a handshake b) with a kiss/hug c) with a bow d) another way

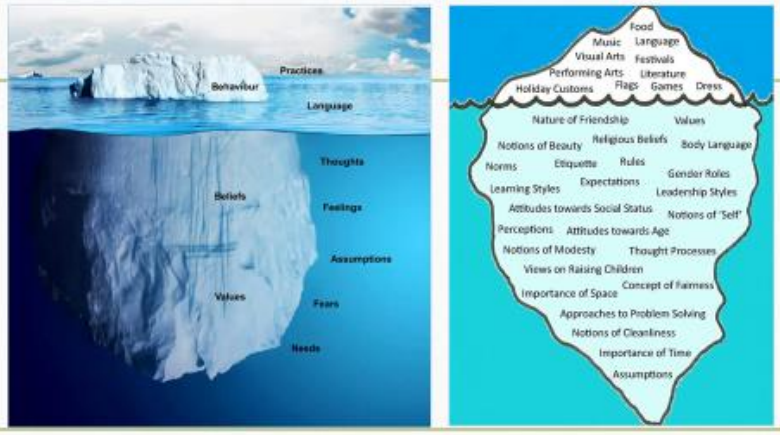
3. Which of the following do you or would you use in business situations?

a) first names b) surnames c) titles and first names d) titles and surnames

4. You have a business meeting at 2.30 p.m. What time do you arrive?

a) a little before - say 2.20 b) exactly on time c) some time later- say 2.45

An iceberg of culture

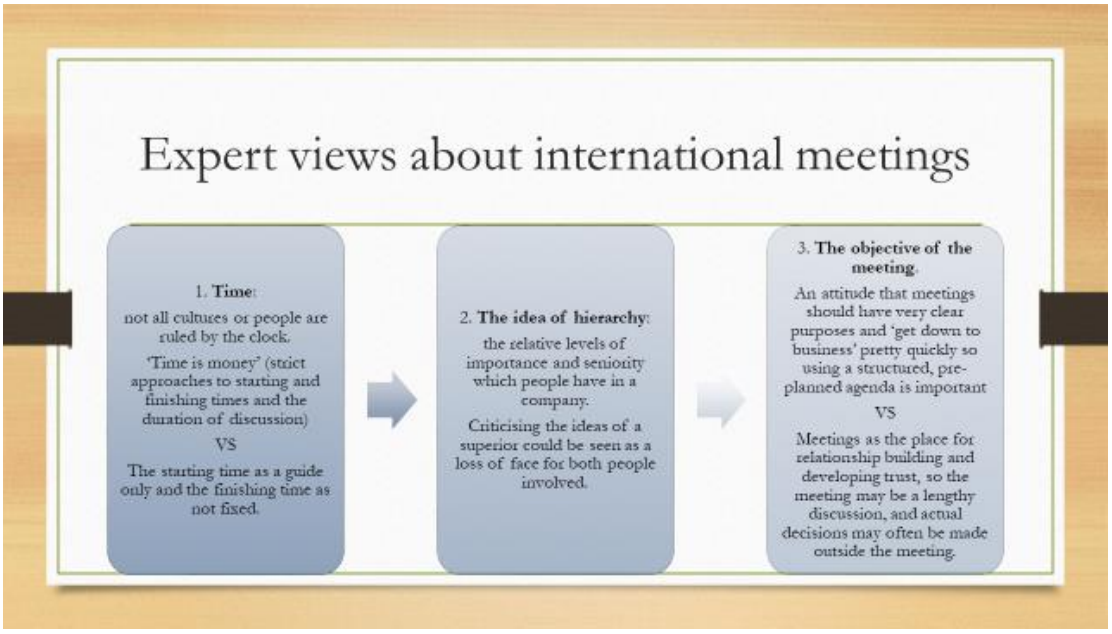


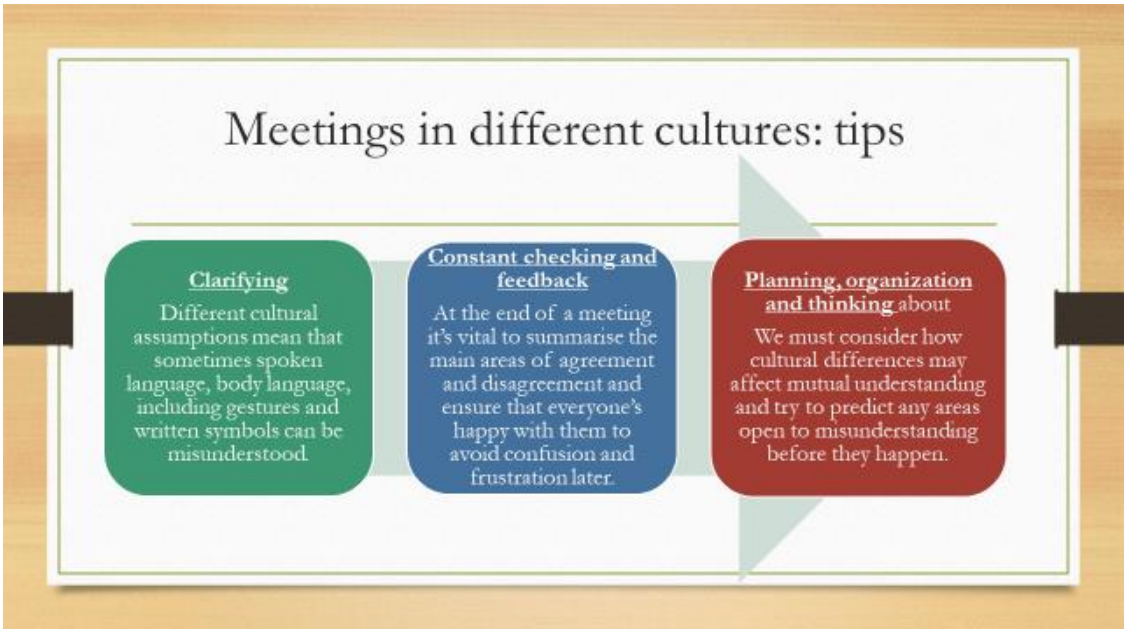
Doing business with other cultures: tips

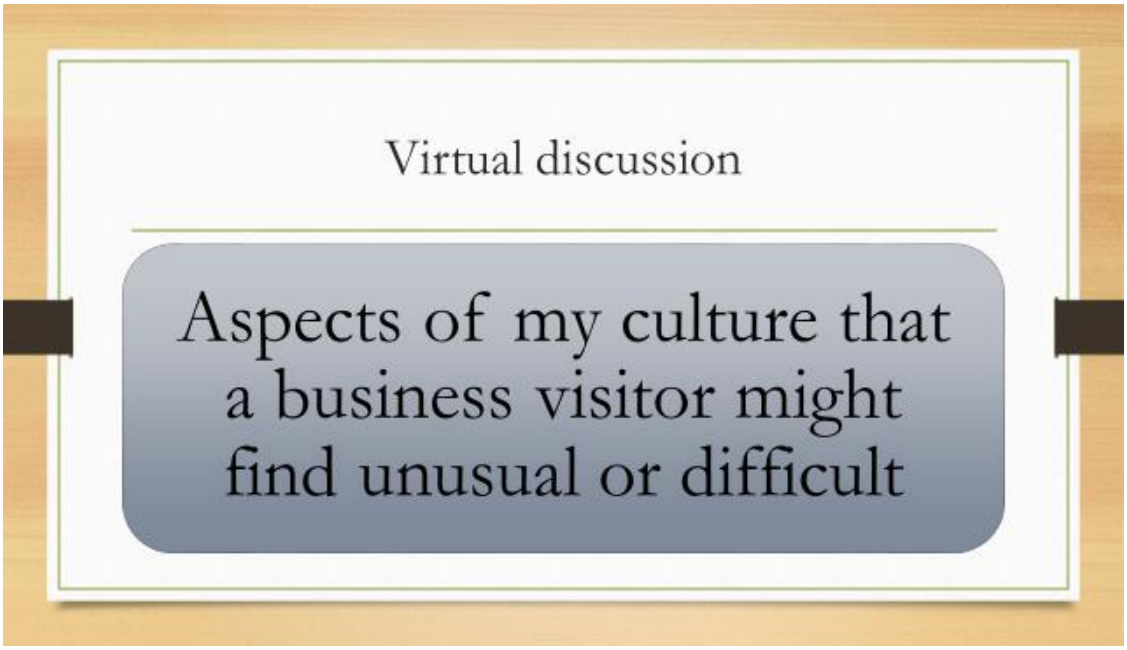
Be more aware of your own culture. What is normal for you may seem strange to people from other cultures.

Be sensitive, try and notice things and be flexible in your approach.

Do a bit of research and have an open mind.


Expert views about international meetings
1. Time:
not all cultures or people are ruled by the clock.
'Time is money' (strict approaches to starting and finishing times and the duration of discussion)
VS
The starting time as a guide only and the finishing time as not fixed.
2. The idea of hierarchy:
the relative levels of importance and seniority which people have in a company.
Criticising the ideas of a superior could be seen as a loss of face for both people involved.
3. The objective of the meeting.
An attitude that meetings should have very clear purposes and 'get down to business' pretty quickly so using a structured, pre-planned agenda is important
VS
Meetings as the place for relationship building and developing trust, so the meeting may be a lengthy discussion, and actual decisions may often be made outside the meeting.


Meetings in different cultures: tips
Clarifying
Different cultural assumptions mean that sometimes spoken language, body language, including gestures and written symbols can be misunderstood.
Constant checking and feedback
At the end of a meeting it's vital to summarise the main areas of agreement and disagreement and ensure that everyone's happy with them to avoid confusion and frustration later.
Planning, organization and thinking about
We must consider how cultural differences may affect mutual understanding and try to predict any areas open to misunderstanding before they happen.


Virtual discussion
Aspects of my culture that a business visitor might find unusual or difficult

Додаток М

Вправи [24, с. 323-337**]**

Вправа «Толерантність у спілкуванні»

Мета – формування умінь активного, конструктивного, толерантного спілкування в конфліктній ситуації.

Кожен з нас час від часу потрапляє в конфліктну ситуацію: з кимось свариться, отримує незаслужені звинувачення. Вихід з таких конфліктних ситуацій здійснюється по-різному. Ця вправа сприяє тому, щоб навчитися конструктивним способам виходу з конфліктних ситуацій.

Інструкція.

«Пригадайте ситуації, коли Вас або Ваших знайомих образили. Створіть пари, в яких один з партнерів виступить у ролі того, кого скривдили, а інший – в ролі того, хто образив. Розіграйте цю сцену так, щоб використовувати запропоновану нижче схему. З конфліктної ситуації можна вийти за допомогою толерантної поведінки, зберігаючи при цьому власну гідність і не принижуючи іншого».

Схема гідного виходу з конфліктної ситуації:

1. Починати розмову з конкретного і точного опису ситуації, яка не влаштовує: «Коли Ви незаслужено критикували мене при всіх...».

2. Висловлення почуття, яке виникло у Вас у зв’язку з цією ситуацією і поведінкою людини у відношенню і до Вас: «Коли..., я відчував себе приниженим».

3. Сказати людині, як би Вам хотілося, щоб вона вчинила. Запропонувати інший варіант поведінки, який би влаштував Вас: «... тому я дуже Вас прошу, наступного разу ...».

4. Сказати, як Ви будете вести себе у випадку, якщо людина змінить свою поведінку.

Після відпрацювання цієї вправи, запропонуйте кільком парам учасників продемонструвати своє вміння толерантно спілкуватися. По закінченні вправи члени групи обмінюються думками про вдалі виходи з конфліктної ситуації і причини такого успіху. Рефлексія.

Вправа «Як стати своїм»

Мета: вміння налагоджувати контакт з незнайомими людьми, зменшення комунікативних бар’єрів.

Процедура: пропонується ситуація, коли студент нікого не знає з членів своєї групи, але хоче познайомитися з ними і ввійти в контакт. Для цього йому потрібно сказати кілька фраз, щоб на нього звернули увагу, сприйняли як «свого».

Після вправи необхідне обговорення, а саме: що вдалося, що не вдалося; хто з учасників найкраще з цим впорався тощо. Можливий другий варіант: члени вже сформованої мікрогрупи підходять до сором'язливого студента і перші зав'язують розмову. Після вправи знову ж таки проводиться обговорення. Рефлексія

Вправа «Збір фраз для контакту»

Мета: формування вмінь установлення першого контакту.

Інструкція. Вправа проводиться за схемою «мозкового штурму». На дошці записують у дві колонки фрази: 1) звернутися до незнайомої людини можна фразою…; 2) ця фраза доречна в таких ситуаціях…

Студенти класифікують фрази та вибирають з них універсальні. При цьому звертають увагу на те, що в кожній віковій або культурній групі існують свої власні норми звернення до незнайомої людини. Рефлексія.

Вправа «Я як ти»

Опис вправи: Магістранти розбиваються на групи. Вони пригадують якийсь конфлікт, який відбувався між ними.

Завдання: Аналізуючи пригаданий конфлікт, магістрант має аргументовано роз'яснити свою поведінку в тій ситуації. Почувши сигнал викладача (оплески долонями), він має спробувати «перевтілитися» в свого опонента, продовжуючи роз'яснювати вже його позицію в тому конфлікті. Після наступного сигналу викладача магістрант має знову ста ти самим собою, пояснюючи мотиви своїх дій, тощо. Рефлексія.

Вправа «Змістовні» жести»

Мета: усвідомлення значення "змістовних" жестів та розширення діапазону їх використання.

Кожен учасник групи отримує завдання на аркуші паперу, в якому прохання передати певну інформацію за допомогою жесту. На звороті – підказка щодо правильної передачі даної інформації. Кожен по черзі передає жестом вказану інформацію, а група відгадує. В кінці обмінюються враженнями щодо правильності чи неправильності інтерпретацій в групі та в реальному житті.

Завдання:

1. Привертання уваги (піднята вгору рука відкритою долонею).
2. Вияв прихильності (похлопування по плечу).
3. Погроза (стиснутий кулак, рух вказівним пальцем).
4. Подяка (притиснута до грудей долоня; рукостискання).

5. Хвальба (піднятий угору великий палець руки при стиснутому кулаці).

6. Підкликання (рух рукою в напрямку до свого тіла; манівні рухи вказівним пальцем).

7. Примирення, визнання себе переможеним (підняти в гору руки з відкритими долонями, звернутими до партнера).

8. Перемога (піднята рука зі стиснутим кулаком).

9. Захоплення (сплеск руками) та ін.

Після закінчення вправи – узагальнення отриманого досвіду. Рефлексія.

Вправа «Вплив емоційних станів на взаємостосунки»

Вправа сприяє усвідомленню впливу емоційних станів на взаємовідносини з оточенням, їх емоційні стани; дозволяє усвідомити і надалі враховувати вплив емоційних станів на оточення, виробити навички рефлексії, що допомагає оптимізувати спілкування з оточуючими.

У колі проводиться обговорення на тему: вплив емоційних станів оточення на мене. Кожен учасник відповідає на питання: чи є цей вплив, в чому воно проявляється, які емоції він сам при цьому відчуває. Потім учасники тренінгової групи діляться на міні-групи по 3-4 людини. Кожна міні-група готує демонстрацію ситуації, яка показує вплив емоційного стану одного або декількох чоловік на співрозмовників. Далі ці ситуації разігруються і обговорюються в колі. На закінчення учасники діляться своїми враженнями про виконане завдання. Рефлексія.

Вправа «Зрозумій співрозмовника»

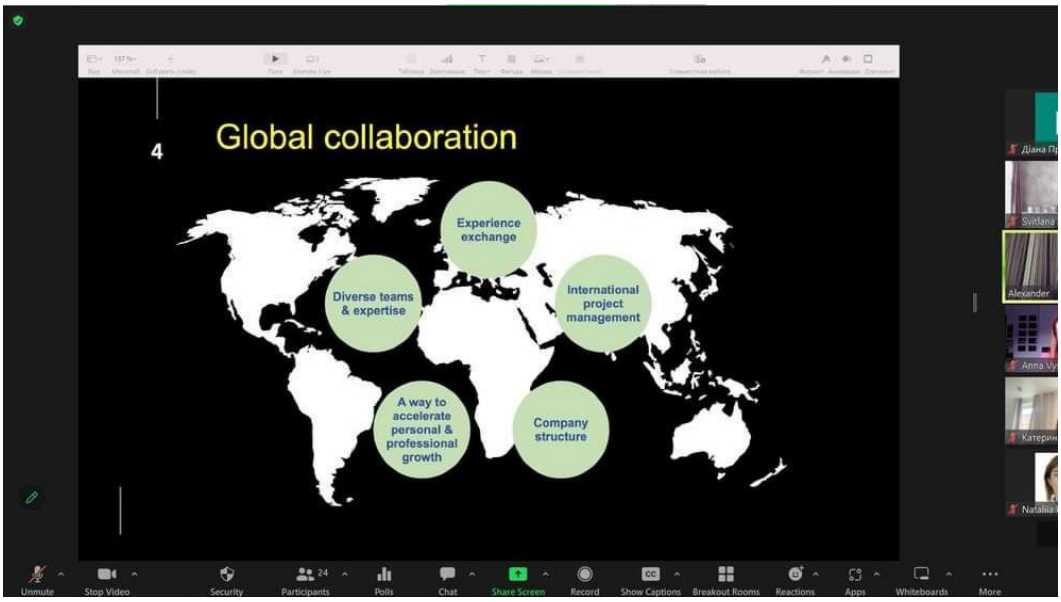
Мета: навчитись розуміти свого співрозмовника, використовуючи перефразування, переказування.

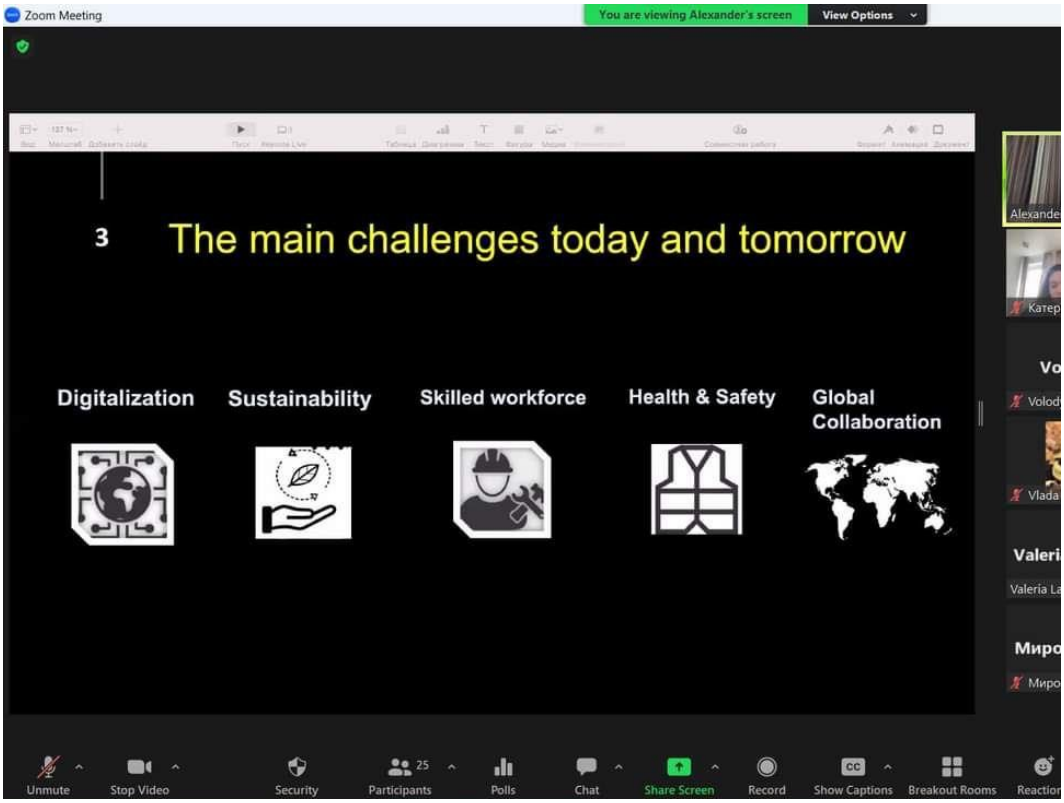
Часто буває так, що люди, які ніби уважно слухають одне одного, не можуть порозумітися. Це результат того, що ми приписуємо співрозмовнику думки, емоції та потреби, йому зовсім не притаманні. Є гарний спосіб уникнути такої проблеми, переконатися, чи добре ми зрозуміли співрозмовника: перефразування, тобто повторення, переказування своїми словами того, що сказала інша людина, починаючи зі слів «Ти маєш на увазі те, що...» або «Якщо я правильно зрозумів(ла)… Варто розпочати із запитання «Я тебе правильно зрозумів(ла)?».

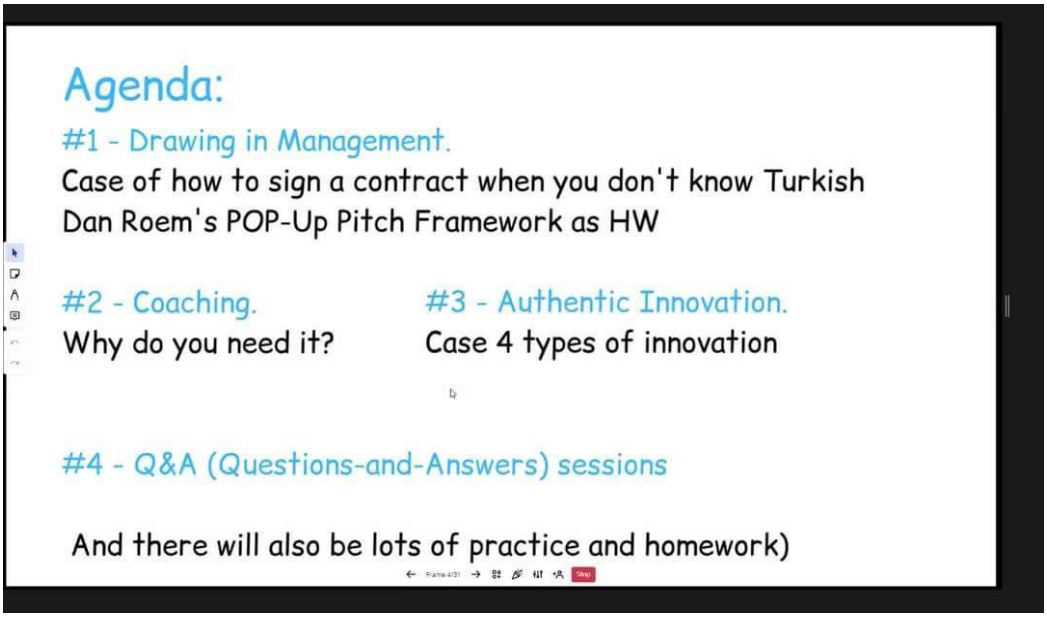
Студенти вправляються у розуміння на основі використання перефразування, переказування. Рефлексія.

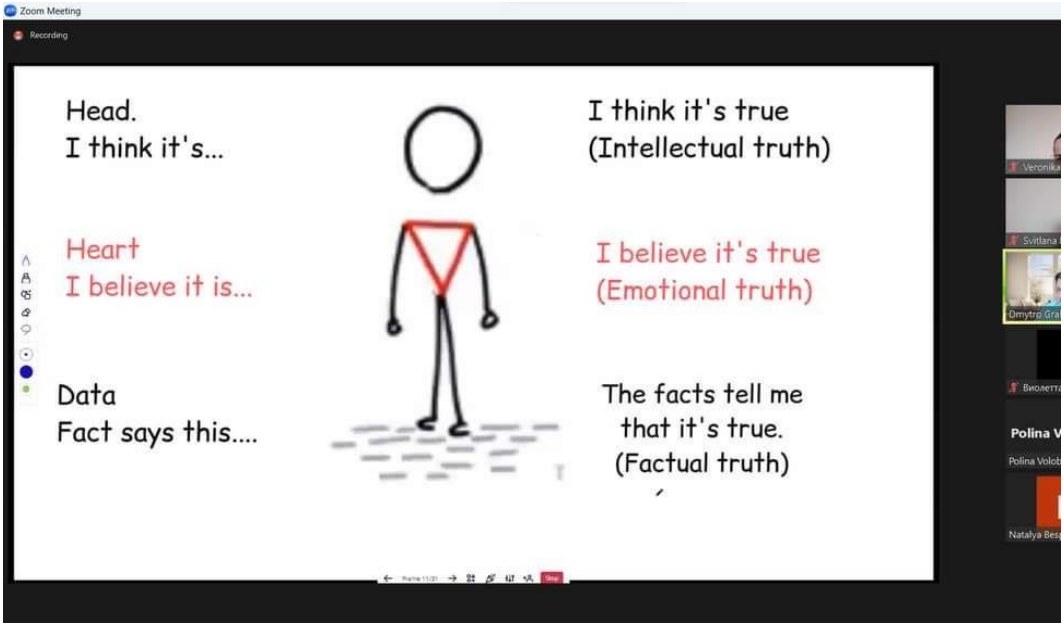
Додаток Н

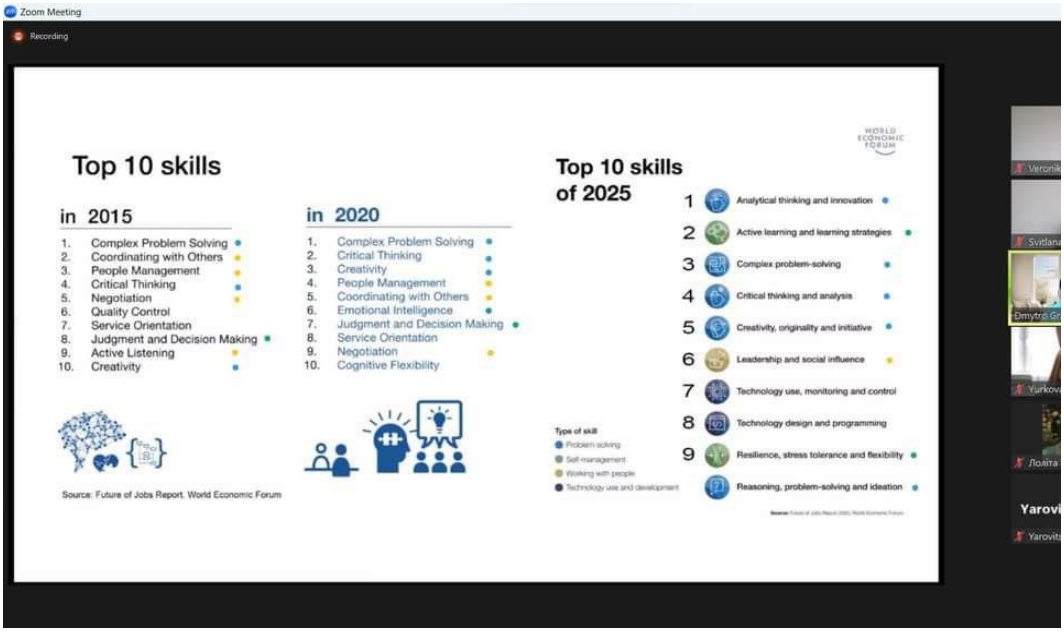
Фрагменти презентацій з виступів спікерів у рамках роботи «Майстерні міжнародних бізнес-комунікацій»

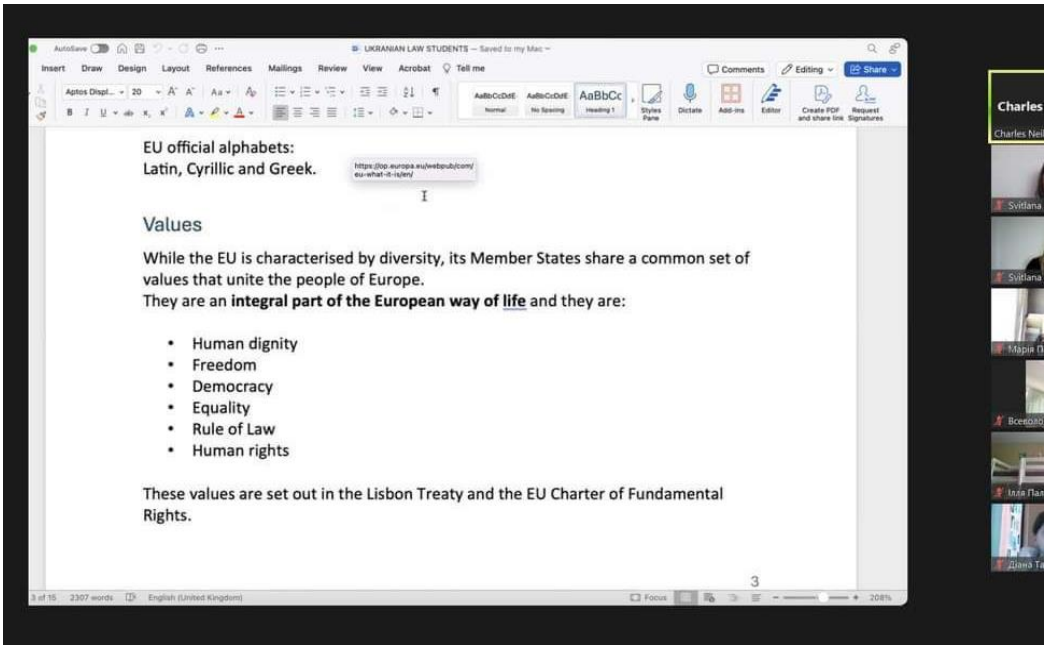




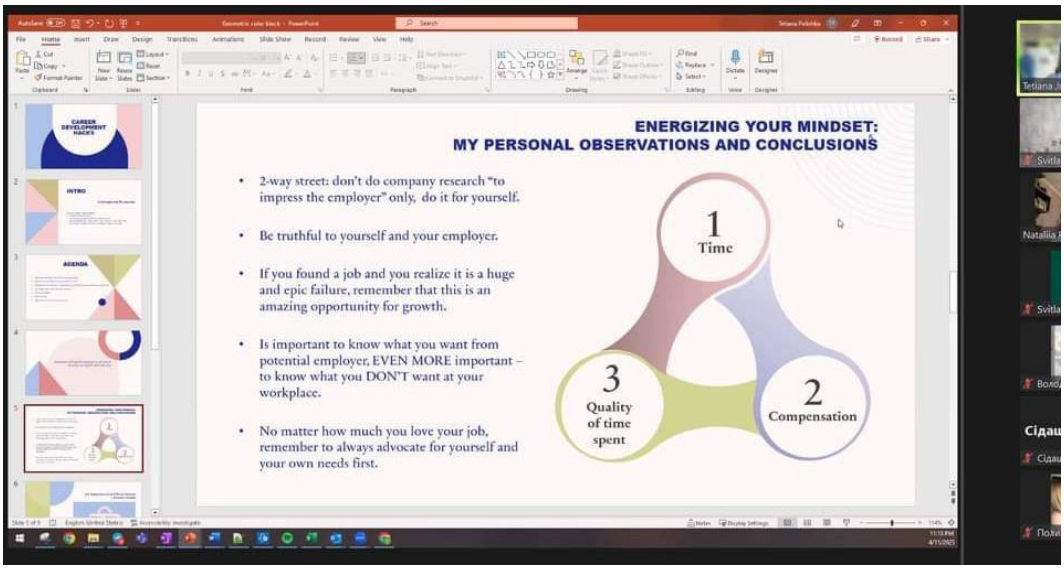

Agenda:
#1 - Drawing in Management.
Case of how to sign a contract when you don't know Turkish
Dan Roem's POP-Up Pitch Framework as HW
#2 - Coaching.
Why do you need it?
#3 - Authentic Innovation.
Case 4 types of innovation
#4 - Q&A (Questions-and-Answers) sessions
And there will also be lots of practice and homework)


Zoom Meeting
Recording
Head.
I think it's...
I think it's true
(Intellectual truth)
Heart
I believe it is...
I believe it's true
(Emotional truth)
Data
Fact says this....
The facts tell me
that it's true.
(Factual truth)


Zoom Meeting
Recording
Top 10 skills
in 2015
1. Complex Problem Solving
2. Coordinating with Others
3. People Management
4. Critical Thinking
5. Negotiation
6. Quality Control
7. Service Orientation
8. Judgment and Decision Making
9. Active Listening
10. Creativity
in 2020
1. Complex Problem Solving
2. Critical Thinking
3. Creativity
4. People Management
5. Coordinating with Others
6. Emotional Intelligence
7. Judgment and Decision Making
8. Service Orientation
9. Negotiation
10. Cognitive Flexibility
Source: Future of Jobs Report, World Economic Forum
Top 10 skills
of 2025
1 Analytical thinking and innovation
2 Active learning and learning strategies
3 Complex problem-solving
4 Critical thinking and analysis
5 Creativity, originality and initiative
6 Leadership and social influence
7 Technology use, monitoring and control
8 Technology design and programming
9 Resilience, stress tolerance and flexibility
Reasoning, problem-solving and ideation


EU official alphabets:
Latin, Cyrillic and Greek.
Values
While the EU is characterised by diversity, its Member States share a common set of values that unite the people of Europe.
They are an integral part of the European way of life and they are:
Human dignity
Freedom
Democracy
Equality
Rule of Law
Human rights
These values are set out in the Lisbon Treaty and the EU Charter of Fundamental Rights.
3


What are the biggest challenges that mediators have to face?
MEDIATOR
DISPUTE
PROBLEM
CONFLICT


ENERGIZING YOUR MINDSET:
MY PERSONAL OBSERVATIONS AND CONCLUSIONS
2-way street: don't do company research "to impress the employer" only, do it for yourself.
Be truthful to yourself and your employer.
If you found a job and you realize it is a huge and epic failure, remember that this is an amazing opportunity for growth.
Is important to know what you want from potential employer, EVEN MORE important – to know what you DON'T want at your workplace.
No matter how much you love your job, remember to always advocate for yourself and your own needs first.
1 Time
2 Compensation
3 Quality of time spent

Додаток П

Зразок сертифіката й додатка до сертифіката учасників Програми віртуальної мобільності (віртуального обміну) «International Tourism»



WASHINGTON STATE UNIVERSITY

CERTIFICATE OF COMPLETION

ALFRED NOBEL UNIVERSITY

CVM201672/00039-22

This is to certify that

Medynska Svitlana

of **Alfred Nobel University**

successfully completed

'International Tourism'

Virtual Mobility Program hosted by

Washington State University

within the framework of

MEMORANDUM OF UNDERSTANDING

between Washington State University, Pullman, WA, USA and Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine

Dates: 08 February – 14 April, 2022

Duration: 30 academic hours / 1 ECTS credit

Dipra Jha

Ed.S., HonD, CHE, CHT, Scholarly Associate Professor & Internal Business Fellow, School of Hospitality Business Management, Carson College of Business, Washington State University

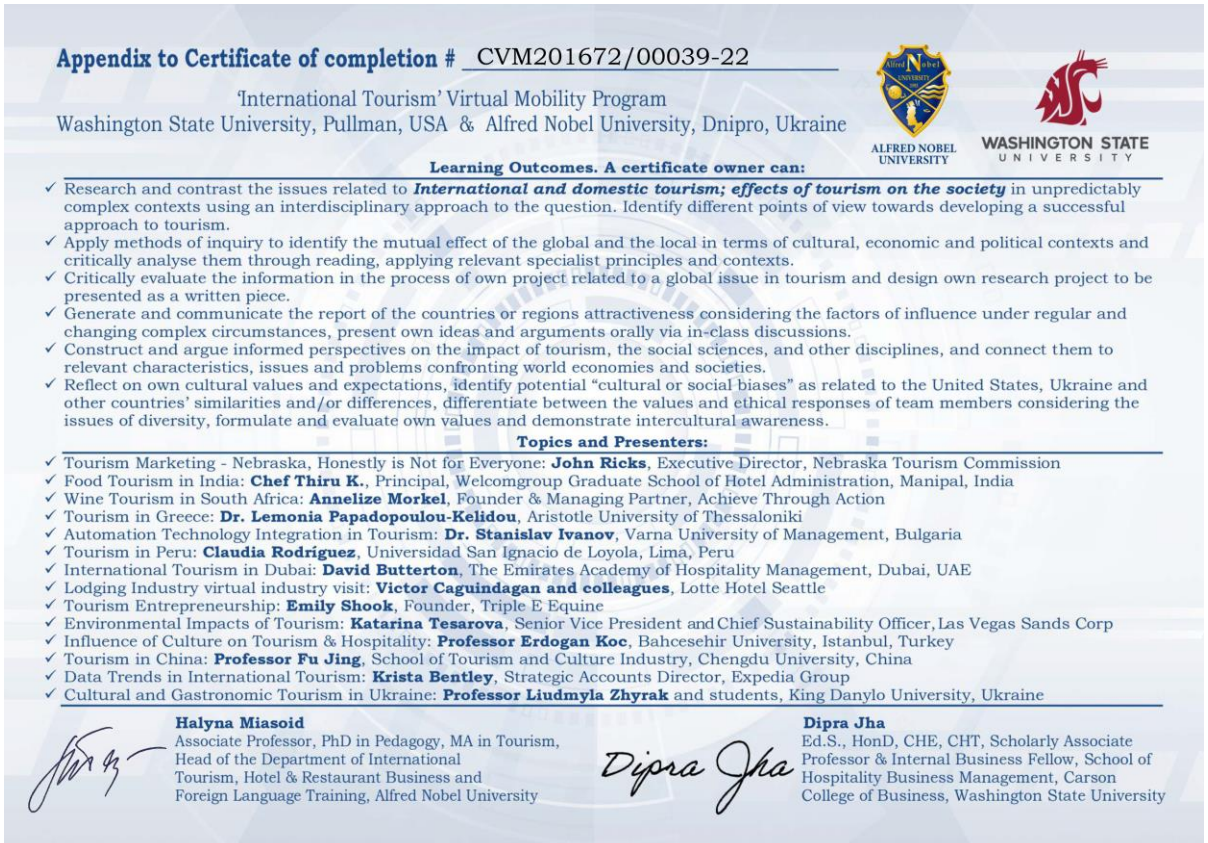
Learning Outcomes are listed in the Appendix to this Certificate

April, 15, 2022

Date

Halyna Miasoid

Associate Professor, PhD in Pedagogy, MA in Tourism, Head of the Department of International Tourism, Hotel & Restaurant Business and Foreign Language Training, Alfred Nobel University



Appendix to Certificate of completion # CVM201672/00039-22

'International Tourism' Virtual Mobility Program

Washington State University, Pullman, USA & Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine

ALFRED NOBEL UNIVERSITY

WASHINGTON STATE UNIVERSITY

Learning Outcomes. A certificate owner can:

- ✓ Research and contrast the issues related to ***International and domestic tourism; effects of tourism on the society*** in unpredictably complex contexts using an interdisciplinary approach to the question. Identify different points of view towards developing a successful approach to tourism.
- ✓ Apply methods of inquiry to identify the mutual effect of the global and the local in terms of cultural, economic and political contexts and critically analyse them through reading, applying relevant specialist principles and contexts.
- ✓ Critically evaluate the information in the process of own project related to a global issue in tourism and design own research project to be presented as a written piece.
- ✓ Generate and communicate the report of the countries or regions attractiveness considering the factors of influence under regular and changing complex circumstances, present own ideas and arguments orally via in-class discussions.
- ✓ Construct and argue informed perspectives on the impact of tourism, the social sciences, and other disciplines, and connect them to relevant characteristics, issues and problems confronting world economies and societies.
- ✓ Reflect on own cultural values and expectations, identify potential "cultural or social biases" as related to the United States, Ukraine and other countries' similarities and/or differences, differentiate between the values and ethical responses of team members considering the issues of diversity, formulate and evaluate own values and demonstrate intercultural awareness.

Topics and Presenters:

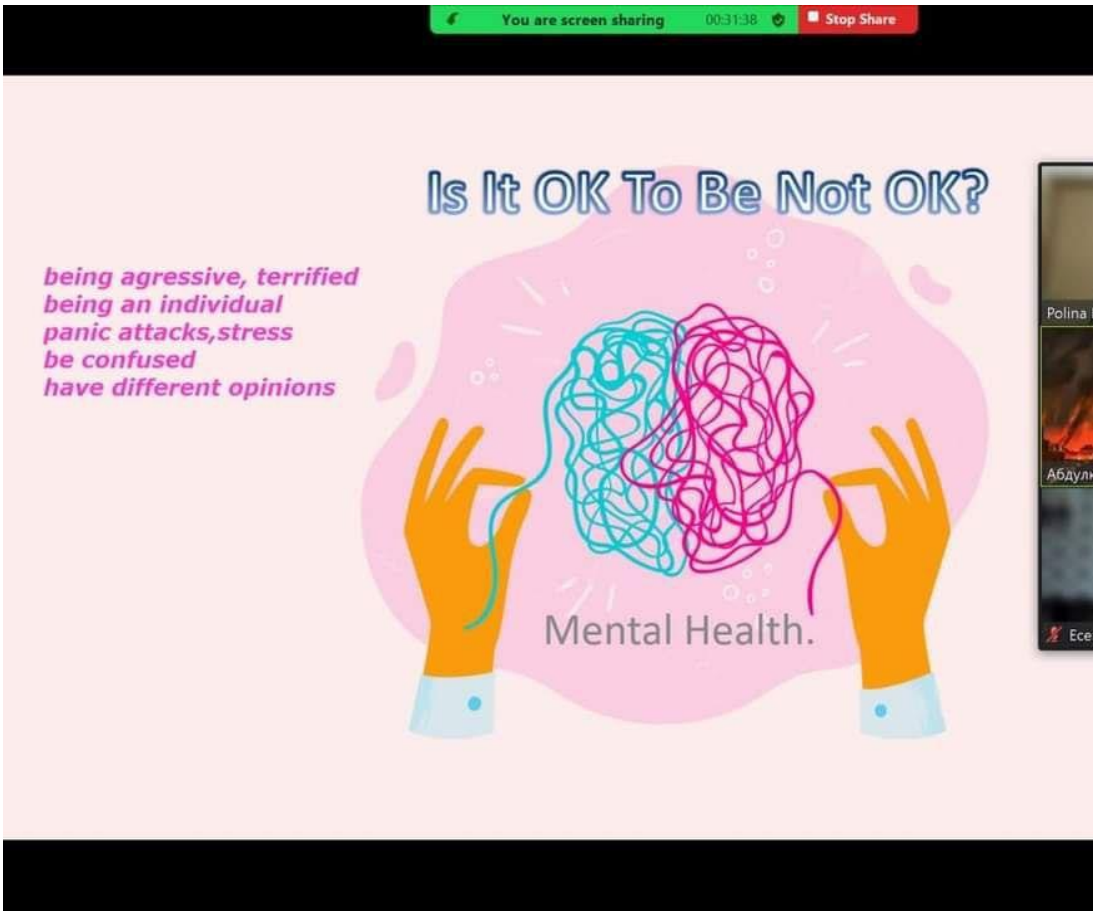
- ✓ Tourism Marketing - Nebraska, Honestly is Not for Everyone: **John Ricks**, Executive Director, Nebraska Tourism Commission
- ✓ Food Tourism in India: **Chef Thiru K.**, Principal, Welcomgroup Graduate School of Hotel Administration, Manipal, India
- ✓ Wine Tourism in South Africa: **Annelize Morkel**, Founder & Managing Partner, Achieve Through Action
- ✓ Tourism in Greece: **Dr. Lemonia Papadopoulou-Kelidou**, Aristotle University of Thessaloniki
- ✓ Automation Technology Integration in Tourism: **Dr. Stanislav Ivanov**, Varna University of Management, Bulgaria
- ✓ Tourism in Peru: **Claudia Rodríguez**, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Peru
- ✓ International Tourism in Dubai: **David Butterton**, The Emirates Academy of Hospitality Management, Dubai, UAE
- ✓ Lodging Industry virtual industry visit: **Victor Caguindagan and colleagues**, Lotte Hotel Seattle
- ✓ Tourism Entrepreneurship: **Emily Shook**, Founder, Triple E Equine
- ✓ Environmental Impacts of Tourism: **Katarina Tesarova**, Senior Vice President and Chief Sustainability Officer, Las Vegas Sands Corp
- ✓ Influence of Culture on Tourism & Hospitality: **Professor Erdogan Koc**, Bahcesehir University, Istanbul, Turkey
- ✓ Tourism in China: **Professor Fu Jing**, School of Tourism and Culture Industry, Chengdu University, China
- ✓ Data Trends in International Tourism: **Krista Bentley**, Strategic Accounts Director, Expedia Group
- ✓ Cultural and Gastronomic Tourism in Ukraine: **Professor Liudmyla Zhyrak** and students, King Danylo University, Ukraine

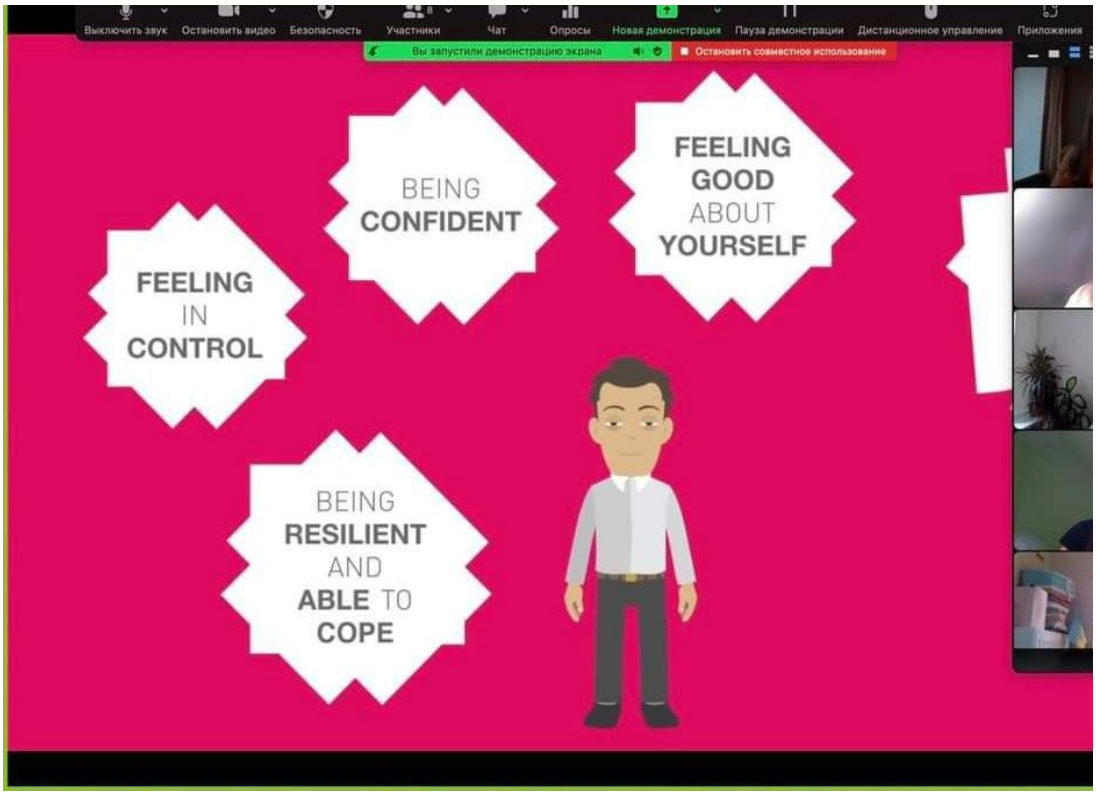
Halyna Miasoid
Associate Professor, PhD in Pedagogy, MA in Tourism, Head of the Department of International Tourism, Hotel & Restaurant Business and Foreign Language Training, Alfred Nobel University

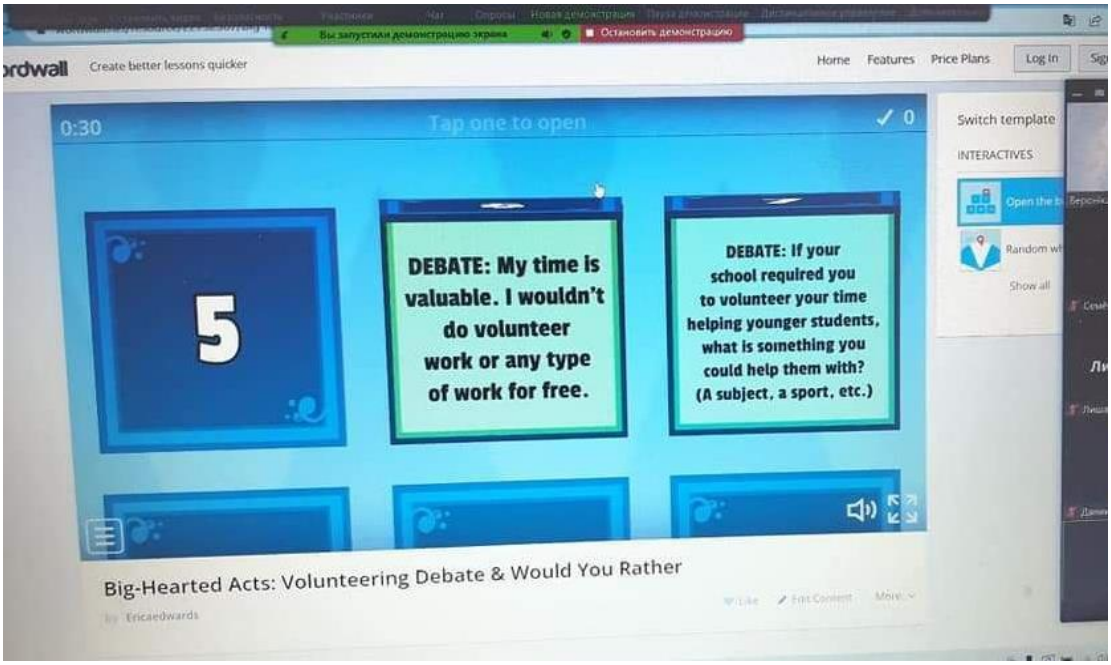
Dipra Jha
Ed.S., HonD, CHE, CHT, Scholarly Associate Professor & Internal Business Fellow, School of Hospitality Business Management, Carson College of Business, Washington State University

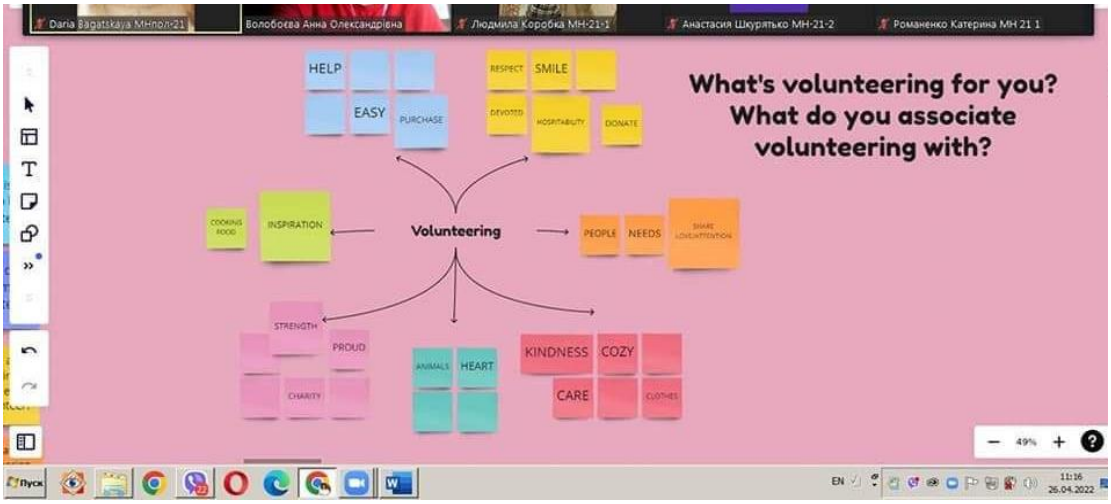
Додаток Р

Фрагменти роботи з зустрічей дискусійних (розмовних) клубів «Share&Care»

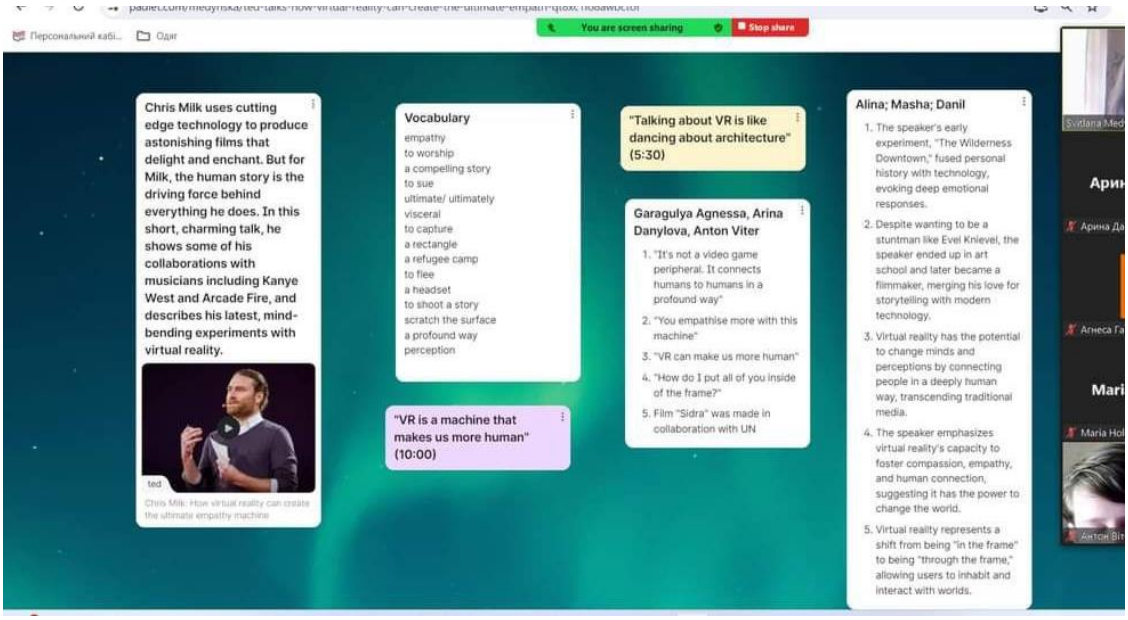


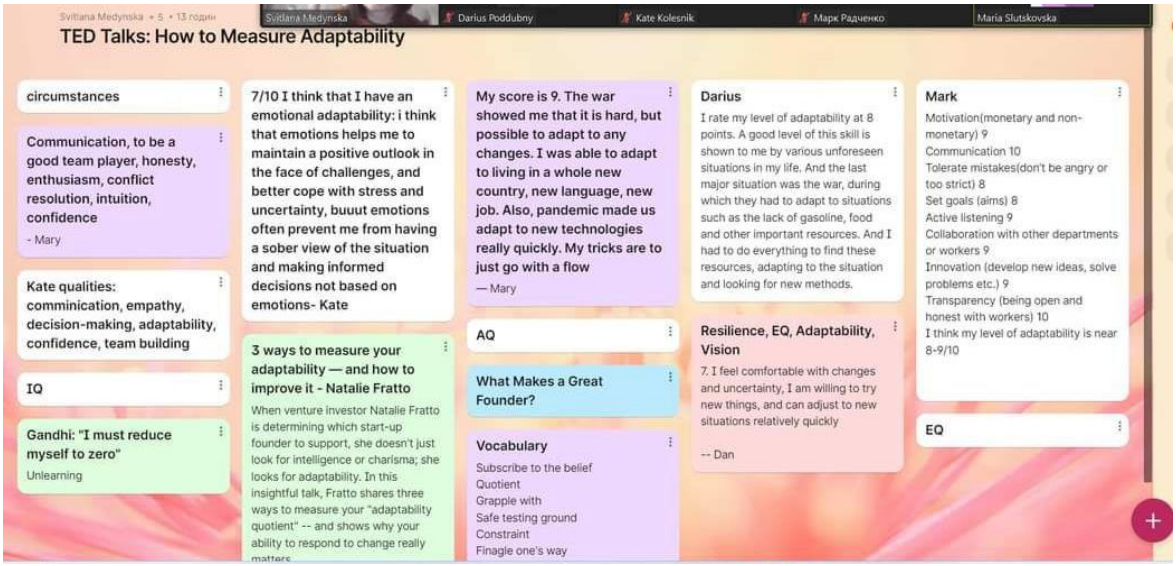






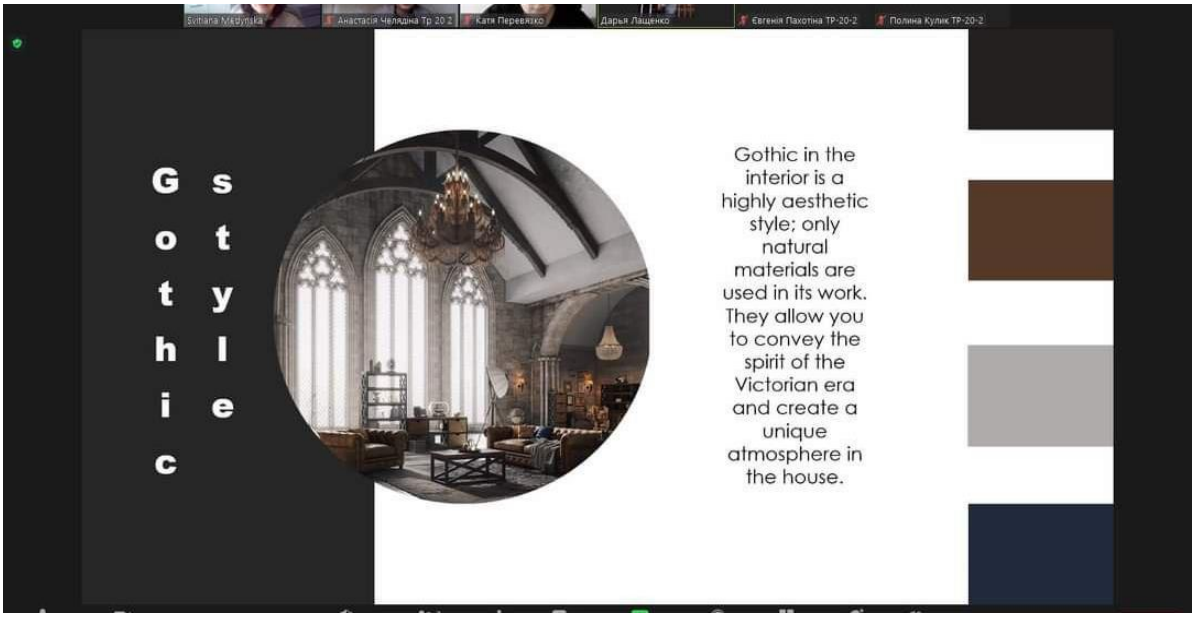
«TED Talks Club»

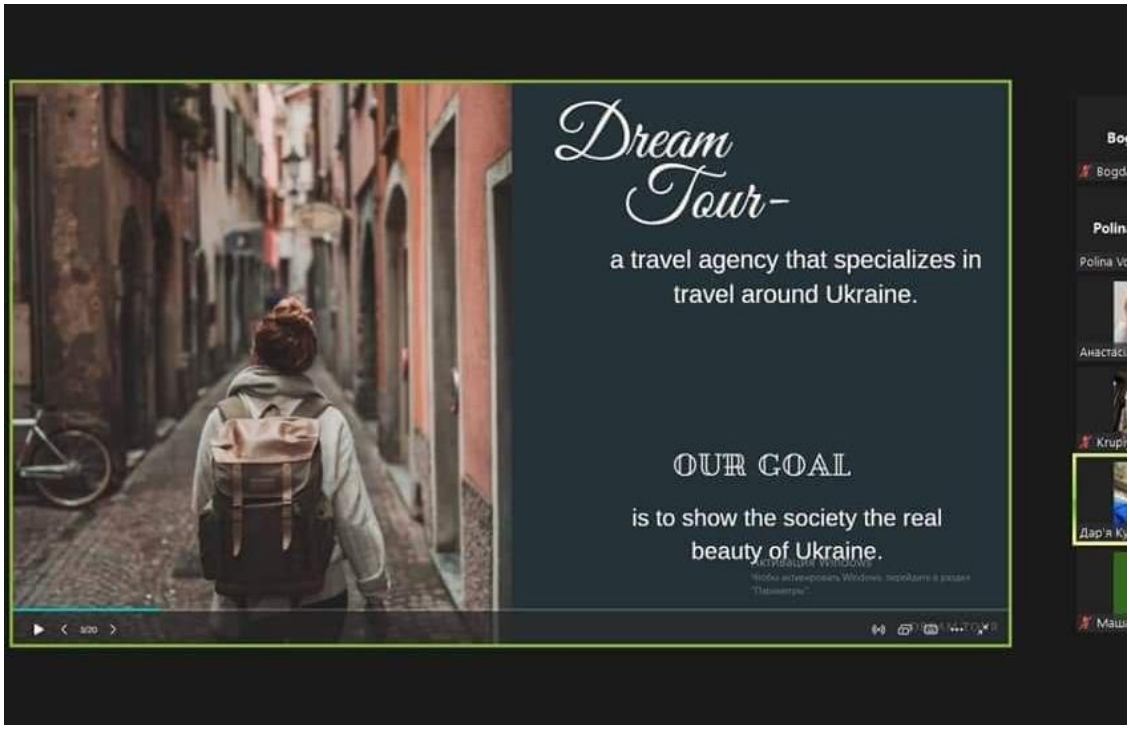


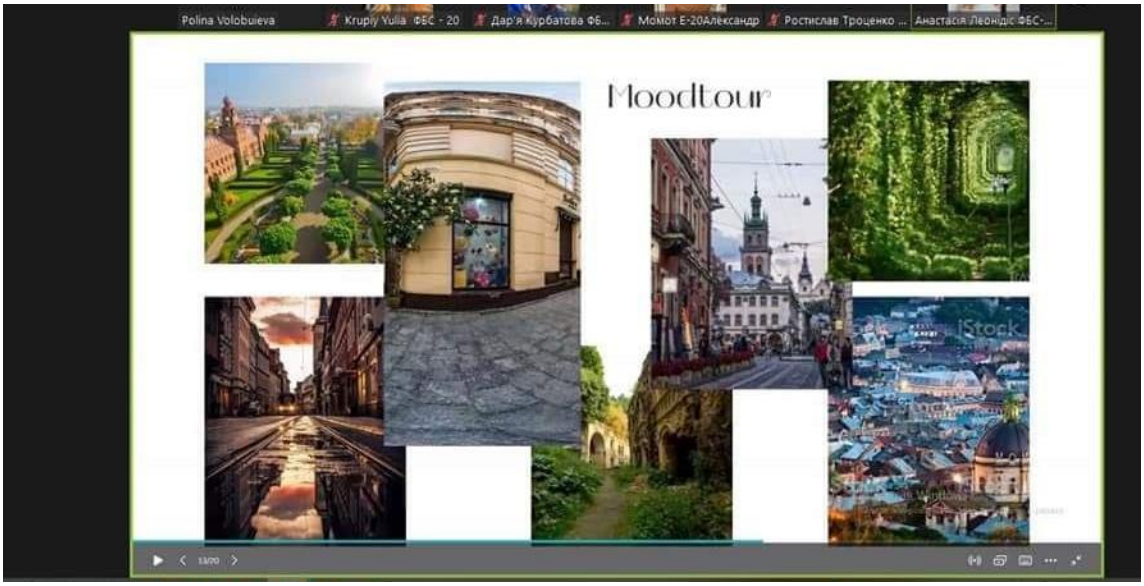


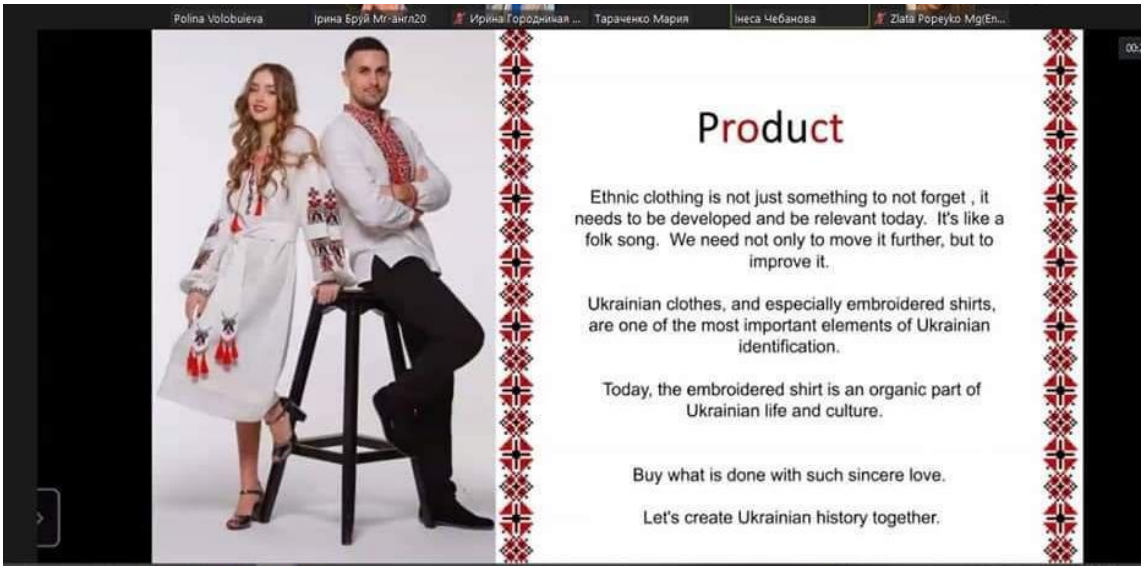
«Business English Case Club»






Dream Tour-
a travel agency that specializes in travel around Ukraine.
OUR GOAL
is to show the society the real beauty of Ukraine.


Polina Volobuieva
Krupiy Yulia ФБС - 20
Дар'я Курбатова ФБ...
Момот Е-20Александр
Ростислав Троценко ...
Анастасія Леонідіс ФБС-...
Moodtour


Polina Volobuieva
Ірина Бруй Мг-англ20
Ирина Городничая ...
Тараченко Мария
Інеса Чебанова
Zlata Popeyko Mg(En...
Product
Ethnic clothing is not just something to not forget , it needs to be developed and be relevant today. It's like a folk song. We need not only to move it further, but to improve it.
Ukrainian clothes, and especially embroidered shirts, are one of the most important elements of Ukrainian identification.
Today, the embroidered shirt is an organic part of Ukrainian life and culture.
Buy what is done with such sincere love.
Let's create Ukrainian history together.

Додаток С

Діагностичний інструментарій вимірювання сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму

$С_1$. Методика «Оцінки потреби в досягненні»

(розроблена М. Корольчуком і В. Крайнюк [75, с. 444])

Шановні майбутні фахівці з туризму! Дайте відповіді на запитання «так» чи «ні». Відповіді, що збігаються з «ключовими» (за кодом), підсумовуються – по 1 балу за кожну відповідь.

Текст опитувальника

1. Вважаю, що успіх у житті скоріше залежить від випадку, ніж від розрахунку.
2. Якщо я позбавлюсь улюбленого заняття, життя для мене втратить сенс.
3. Для мене в будь-якій справі важливіше не виконання, а кінцевий результат.
4. Вважаю, що люди більше страждають від невдач на роботі, ніж від поганих взаємин із близькими.
5. На мою думку, більшість людей живуть далекою метою, а не близькою.
6. У житті в мене було більше успіхів, ніж невдач.
7. Емоційні люди мені подобаються більше, ніж діяльні.
8. Навіть у звичайній роботі я намагаюся вдосконалити деякі її елементи.
9. Поглиблену думку про успіх, я можу забути про заходи безпеки.
10. Мої близькі вважають мене ледачим.
11. Думаю, що в моїх невдачах винні, скоріше, обставини, ніж я сам.
12. Терпіння в мені більше, ніж здібностей.
13. Мої батьки занадто суворо контролювали мене.
14. Лінощі, а не сумнів в успіху, змушують мене часто відмовлятися від своїх намірів.
15. Думаю, що я впевнена у собі людина.
16. Заради успіху я можу ризикнути, навіть якщо шанси невеликі.
17. Я старанна людина.
18. Коли усе йде гладко, моя енергія підсилюється.
19. Якби я був журналістом, я писав би, скоріше, про оригінальні винаходи людей, ніж про події.
20. Мої близькі зазвичай не поділяють моїх планів.
21. Рівень моїх вимог до життя нижчий, ніж у моїх товаришів.
22. Мені здається, що наполегливості в мені більше, ніж здібностей.

Результати оцінюються за допомогою табл. 1.

Таблиця 1

Рівень потреби в досягненні

Сума балів	Рівень потреби в досягненні		
	Низький	Достатній	Високий
	2–11	12–15	16–19

Код: відповіді «так» на запитання 2, 6, 7, 8, 14, 16, 18, 19, 21, 22;
відповіді «ні» на запитання 1, 3, 4, 5, 9, 11, 12, 13, 15, 17, 20.

С 2. Діагностика рівня потреби у спілкуванні (за Ю.М. Орловим, В.І. Шкуркіним, Л.П. Орловою) [110, с.398 -399]

Інструкція до тесту: Відповідайте "так" або ні" на наведені нижче твердження

Тестовий матеріал

1. Я отримую задоволення від участі в різних урочистостях.
2. Я можу приглушити свої бажання, якщо вони суперечать бажанням моїх друзів.
3. Мені приємно виявляти прихильність до когось.
4. Я більше зосереджений на набутті впливу, ніж дружби.
5. Я відчуваю, що по відношенню до моїх друзів у мене більше прав, ніж обов'язків.
6. Коли я дізнаюся про успіхи свого друга, у мене чомусь погіршується настрій.
7. Щоб бути задоволеним собою, я повинен комусь у чомусь допомогти.
8. Мої турботи зникають, коли я опиняюся серед товаришів по роботі.
9. Мої товариші мені трохи набридли.
10. Коли я роблю погано роботу, присутність людей мене дратує.
11. Притиснутий до стіни, я кажу лише ту частину правди, яка, на мою думку, не шкодить моїм друзям чи знайомим.
12. У важкій ситуації я думаю не стільки про себе, скільки про близьку людину.
13. Неприємності у друзів викликають у мене такий стан, що я можу захворіти.
14. Мені приємно допомагати друзям, навіть якщо це завдасть мені значних клопотів.

15. Із поваги до товариша я можу погодитися з його думкою, навіть якщо він неправий.
16. Мені більше подобаються пригодницькі оповідання, ніж оповідання про кохання.
17. Сцени насилля в кіно мені огидні.
18. У стані самотності відчуваю тривогу і напруженість більше, ніколи я знаходжуся серед людей.
19. Я вважаю, що основною радістю у житті є спілкування.
20. Мені шкода покинутих собак та кішок.
21. Я віддаю перевагу мати менше друзів, але більш близьких.
22. Я люблю бувати серед друзів.
23. Я довго переживаю сварки з близькими.
24. У мене більше близьких людей, ніж у багатьох інших.
25. У мені більший потяг до досягнень, ніж до дружби.
26. Я більше довіряю власним інтуїції та уяві в погляді на людей, ніж судженням про них інших людей.
27. Я надаю більшого значення матеріальному благополуччю та престижу, ніж радості спілкування з приємними мені людьми.
28. Я співчуваю людям, у яких немає близьких друзів.
29. Стосовно мене люди часто невдячні.
30. Я люблю оповідання про безкорисливу дружбу та любов.
31. Заради друга я можу пожертвувати всім.
32. У дитинстві я входив до однієї "тісної" компанії.
33. Якби я був журналістом, мені подобалось би писати про дружбу.

Обробка результатів тесту

За кожну відповідь, що відповідає ключеві, нараховується один бал.

Ключ до тесту

Відповіді "так" на твердження 1, 2, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 28, 30, 31, 32, 33.

Відповіді "ні" на твердження 3, 4, 5, 6, 9, 10, 15, 16, 25, 27, 29.

Інтерпретація результатів тесту

Визначається загальна сума балів. Чим вища оцінка, тим більша потреба у спілкуванні.

Якщо одержана сума менше 23 балів – потреба у спілкуванні дуже низька; 23–26 балів – низька; 27–28 балів – середня; 29–30 балів – висока; 31 і більше – дуже висока.

С3. Методика діагностики комунікативного контролю (за М. Шнайдером) [165, с. 128-130]

Мета*: визначення рівня комунікативного контролю особистості*.

Інструкція: Уважно прочитайте 10 висловлювань, які відображають реакції на деякі ситуації спілкування. Кожне з них оцініть як правильне (П) або неправильне (Н) стосовно себе, поставивши поряд із кожним пунктом відповідну букву.

Опитувальник:

1. Мені здається важким наслідувати інших людей.
2. Я міг би покривлятися, щоб звернути увагу оточуючих.
3. З мене міг би вийти непоганий актор.
4. Іншим людям інколи здається, що мої переживання глибші, ніж це є насправді.
5. У компанії я рідко опиняюся в центрі уваги.
6. У різних ситуаціях у спілкуванні з іншими людьми я часто поводжуся по-різному.
7. Я можу відстоювати тільки те, у чому щиро впевнений.
8. Щоб досягти успіхів у справах та у відносинах з людьми, я часто буваю таким, яким мене хочуть бачити.
9. Я можу бути дружелюбним з людьми, яких я не терплю.
10. Я не завжди такий, яким здаюся.

Обробка результатів. По одному балу нараховується за відповідь «Н» на питання 1, 5, 7 і за відповідь «П» на всі інші запитання. Підраховується сума балів, яка співвідноситься із шкалою.

Інтерпретація.

Люди з високим комунікативним контролем постійно слідкують за собою, добре обізнані, як поводитись, управляють своїми емоційними виявленнями. Разом із тим вони відчувають значні труднощі у спонтанності самовираження, не люблять непередбачуваних ситуацій. Люди з низьким комунікативним контролем безпосередні і відкриті, але можуть сприйматися оточуючими як занадто прямолінійні та нав’язливі.

0-3 бали – низький комунікативний контроль; висока імпульсивність у спілкуванні, відкритість, розкутість, поведінка може мало змінюватися в

залежності від ситуації спілкування і не завжди співвідноситись із поведінкою інших людей.

4-6 балів – середній комунікативний контроль; у спілкуванні щирий, щиро ставиться до інших, але стриманий в емоційних проявах, співвідносить свої реакції з поведінкою оточуючих людей.

7-10 балів – високий комунікативний контроль; постійно слідкує за собою, управляє проявом своїх емоцій.

C_4. Опитувальник VIA «Цінності у дії» [340]

Нам було б цікаво зрозуміти, як ви думаєте і що ви відчуваєте в різних ситуаціях, а також і як ви себе поводите в них. Уважно прочитайте кожне твердження і подумайте, наскільки воно описує саме вас. Поставте хрестик навпроти того варіанта відповіді, з яким ви згодні. Пам’ятайте, що правильних або неправильних відповідей не існує. Ваші відповіді не стануть нікому відомі, тому просимо вас бути щирими у відповіді на наведені нижче питання. Будь ласка, дайте відповідь на всі запропоновані питання.

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
1	Світ видається мені дуже цікавим місцем					
2	Я ніколи не пропускаю можливості відвідати освітні заходи					
3	Я завжди розумію причини своїх дій					
4	Здатність висувати нові і різноманітні ідеї – одна з моїх сильних сторін					
5	Я добре розбираюся в оточуючих мене людях і подіях, що відбуваються					
6	Я завжди дивлюся на речі широко					
7	Мені не рідко доводилося відстоювати свою позицію навіть при сильній протидії					
8	Я ніколи не кидаю справу, поки не доведу її до кінця					
9	Я завжди виконую обіцянки					
10	Я завжди знайду час допомогти другу					
11	Я легко йду на нові знайомства					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
12	Я ніколи не пропускаю збори або спільні заходи групи					
13	Я завжди визнаю, що я неправий					
14	Я намагаюся, щоб у колективних справах кожен відчував свою причетність					
15	Мені не важко дотримуватися здорового харчування					
16	Я ніколи не кривдив інших навмисно					
17	Для мене важливо жити в оточенні прекрасного					
18	Я завжди дякую людям, які про мене піклуються					
19	Я завжди намагаюся знайти позитивне в подіях, що відбуваються					
20	Духовність – важливий вимір мого життя					
21	Я завжди спокійно сприймаю те хороше, що зі мною трапляється					
22	Коли мої друзі впадають у зневіру, я намагаюся їх розвеселити					
23	Я хочу бути учасником життя, а не його спостерігачем					
24	Я завжди вважаю: що було, те загуло					
25	Я не знаю, що таке нудьгувати					
26	*Мені* подобається пізнавати нове					
27	Я завжди аналізую обидва боки проблеми					
28	Коли мені радять, як вчинити, мені завжди хочеться зробити інакше					
29	Я знаю, як себе поводити в різних соціальних ситуаціях					
30	Що б не відбувалося, я розрізняю головне і другорядне					
31	Я справляюся з емоційними проблемами, не уникаючи їх					
32	Я завжди завершую розпочате					
33	Я не намагаюся щось із себе удавати					
34	Мені приємно надавати невеликі послуги моїм друзям					
35	У моєму житті є люди, яких мої почуття і моє благополуччя турбують не менше, ніж їхні власні					
36	Мені подобається відчувати себе частиною колективу					
37	Мені властива здатність до компромісів					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
38	Керуючи групою, я однаково ставлюся до всіх, незалежно від їхнього досвіду					
39	Вид солодощів ніколи не викликає у мене бажання негайно їх з’їсти					
40	Краще вчасно подумати, щоб згодом не пошкодувати					
41	Доброта інших людей здатна зворушити мене до сліз					
42	Прояви великодушності викликають у мене захоплення					
43	Мені вдається знайти позитивні сторони в тому, що більшості здається однозначно негативним					
44	Я поводжу себе відповідно до правил моєї віри (релігії)					
45	Я не люблю виділятися					
46	Багато хто вважає, що зі мною весело					
47	Я ніколи не відчував страху перед завтрашнім днем					
48	Мені не властива злопам’ятність					
49	Я весь час займаюся чимось цікавим					
50	Пізнання нового викликає у мене захоплення					
51	Я приймаю рішення, лише ознайомившись з усіма доступними фактами					
52	Мені подобається думати про нові способи щось робити					
53	Я здатний зорієнтуватися в будь-якій ситуації					
54	У мене різнобічне уявлення про світ					
55	Я, не вагаючись, готовий (а) публічно висловити думку, не поділювану більшістю					
56	Мені властива цілеспрямованість.					
57	Я впевнений (а), що чесність – основа довіри					
58	Я відкладу свої справи, щоб підбадьорити людину, що впала духом					
59	Є люди, готові прийняти мої недоліки					
60	Я вірний своєму колективу (групі, компанії)					
61	Я однаково ставлюся до всіх людей, ким би вони не були					
62	Мені добре вдається налагодити спільну роботу групи людей, незважаючи на їхні розбіжності					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
63	Я відрізняюся дисциплінованістю					
64	Я завжди думаю, перш ніж сказати					
65	Зустріч з прекрасним викликає у мене глибокі переживання					
66	Хоча б раз на день я думаю про те, що хорошого я встиг зробити					
67	З чим би я не стикався (лась), я зберігаю надію на краще майбутнє					
68	Віра не покидає мене у важку хвилину					
69	Я не поводжу себе так, ніби я краще за всіх					
70	Я не пропускаю можливості підняти іншому настрій, розсмішивши його					
71	Я ніколи не ставлюся до справ байдуже					
72	Я не мстивий (а)					
73	Мені завжди цікаво, що відбувається у світі					
74	Кожен день мене не покидає бажання вчитися і вдосконалюватися					
75	Я вважаю себе здатним критично мислити					
76	Я пишаюся своєю оригінальністю					
77	Я здатний зацікавити інших людей					
78	Я ніколи не підводив (ла) знайомих помилковими радами					
79	Я буду відстоювати свої переконання, навіть якщо це буде загрожувати мені неприємностями					
80	Я завершую справи всупереч усім перешкодам					
81	Я завжди кажу правду, навіть якщо вона ранить					
82	Я люблю приносити радість іншим					
83	Є люди, в житті яких я займаю найголовніше місце					
84	Коли я працюю в колективі, я намагаюся зробити все, на що здатний					
85	Права всіх людей однаково значущі для мене					
86	Я успішно справляюся з плануванням групових заходів					
87	Я контролюю свої емоції					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
88	Те, що я говорю і роблю, здається оточуючим правильним					
89	Я бачу красу там, де інші люди її не помічають					
90	Коли я отримую подарунок, я завжди намагаюся показати, що він мені подобається					
91	У мене чіткі уявлення про те, що б я хотів (ла) очікувати в майбутньому					
92	Моє життя має ясну мету					
93	Я ніколи не хвалюся своїми успіхами					
94	Я намагаюся знаходити потішне в будь-яких ситуаціях					
95	Я люблю те, чим я займаюся					
96	Я завжди даю людині шанс забути про помилки і почати все заново					
97	Мене захоплює безліч різних занять					
98	Я налаштований вчитися все життя					
99	Мої друзі цінують мою об’єктивність					
100	Я завжди пропоную нові способи вирішення проблем					
101	Я завжди знаю, що рухає тією або іншою людиною					
102	Мене вважають не за роками розважливим (ою)					
103	Я вважаю, що краще більше робити і менше говорити					
104	Я трудяга					
105	Моїм обіцянкам можна вірити					
106	В останній місяць я безкорисливо допоміг у чомусь сусідові					
107	Члени моєї родини і мої близькі друзі не можуть зробити нічого такого, щоб змусило мене не любити їх					
108	Я ніколи не кажу погано про свій колектив на стороні					
109	Кожен має шанс проявити себе					
110	Ефективний лідер повинен ставитися однаково до всіх					
111	Заради миттєвого задоволення я не буду робити того, що мені внаслідку може нашкодити					
112	Я завжди уникаю занять, які пов’язані з ризиком отримати травму					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
113	Іноді від краси, показаної в кіно, у мене перехоплює подих					
114	Я вмію бути вдячним (ою)					
115	Якщо я зазнаю невдачі, я шукаю можливість знайти інший вихід із ситуації					
116	В останні дні я провів (ела) не менше півгодини в молитві, медитації або споглядданні					
117	Я пишаюся, що я такий (така), як і всі					
118	Я намагаюся ставитися з гумором до подій					
119	Я з нетерпінням очікую наступний день					
120	Найкраще пробачити і забути					
121	У мене різноманітні інтереси					
122	Я часто без попередніх планів заходжу в музеї					
123	Коли необхідно, я можу бути вельми раціональним (ою)					
124	Друзі кажуть, що у мене маса нових ідей					
125	Я легко сходжуся з незнайомими людьми					
126	Я завжди здатний (а) за частковостями побачити загальну картину					
127	Я завжди відстоюю свої переконання					
128	Я не люблю відступати					
129	Я вірний (а) своїм цінностям					
130	Я завжди дзвоню друзям, коли вони хворіють					
131	Я постійно відчуваю присутність любові в моєму житті					
132	Для мене важливо збереження гармонії в моєму оточенні					
133	Я твердо дотримуюся принципів справедливості і рівності					
134	Я переконаний (а), що прагнення до загальних цілей закладено в природі людини					
135	Мені нескладно дотримуватися дієти					
136	Перш ніж почати діяти, я завжди продумую наслідки					
137	Я завжди відчуваю красу оточуючої мене природи					
138	Я деколи надмірно висловлюю вдячність тим, хто					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
	добрий до мене					
139	У мене є плани, чим я буду займатися через п’ять років					
140	Моя віра допомагає мені бути самим собою					
141	Нехай про себе кажуть інші, я не люблю це робити					
142	Я ніколи не допущу, щоб похмура ситуація позбавила мене гумору					
143	У мене багато енергії					
144	Я завжди готовий (а) надати людині можливість виправитися					
145	У будь-якій ситуації я можу знайти щось цікаве					
146	Я постійно читаю					
147	Мені властиво продумувати все до кінця					
148	У мене оригінальне мислення					
149	Я добре вловлюю переживання інших людей					
150	У мене зрілі погляди на життя					
151	Я не пасую перед своїм страхами					
152	Коли я працюю, я ніколи не відволікаюсь					
153	Я не люблю перебільшувати свої достоїнства					
154	Удача інших радує мене так само, як моя власна					
155	Я вмію висловити свою любов до іншої людини					
156	Я підтримую всіх без винятку членів моєї групи або команди					
157	Я не люблю отримувати аванси за ще не зроблену роботу					
158	Мене вважають суворим, але справедливим керівником					
159	Я в будь-який момент можу зупинитися					
160	Я завжди чітко розрізняю, що правильно, а що ні					
161	Я люблю всі види мистецтва					
162	Я вдячний за те, що я отримав (ла) в житті					
163	Я знаю, що мені вдасться досягти поставлених мною цілей					
164	Я вірю, що в житті кожної людини є мета					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
165	Я намагаюся не привертати до себе уваги					
166	У мене гарне почуття гумору					
167	Я охоче беруся за нову справу					
168	Я рідко намагаюся мстити комусь					
169	Мені завжди легко придумати собі розвагу					
170	Якщо я хочу щось дізнатися, я відразу ж шукаю потрібну інформацію в бібліотеці чи в Інтернеті					
171	Я завжди зважую всі «за» і «проти»					
172	Моя уява перевершує фантазію більшості оточуючих					
173	Я усвідомлюю власні почуття і мотиви					
174	Інші люди звертаються до мене за порадою					
175	Я пережив (ла) біль і розчарування					
176	Я послідовний (на) у своїх намірах					
177	Я скоріше помру, ніж набуду репутації пустодзвона					
178	Люб’язність у відношенні до інших приносить мені задоволення					
179	Я можу прийняти любов іншої людини					
180	Навіть якщо я не згоден (а) з думкою керівника, я не сперечаюся з ними					
181	Якщо мені хтось не подобається, я все одно звертаюся з ним по справедливості					
182	Керуючи групою, я намагаюся, щоб кожен отримав задоволення					
183	Усі мої завдання на роботі, у навчанні і вдома я виконую точно до призначеного терміну					
184	Я обережна людина					
185	Я можу захоплюватися простими речами в житті, які інші приймають як належне					
186	Коли я дивлюся на своє життя, я знаходжу багато чого, за що мені слід бути вдячним (ою)					
187	Я впевнений (а), що мій підхід призведе до гарних результатів					
188	Я вірю в Бога як вищу силу					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
189	Мені казали, що мене відрізняє скромність					
190	Мені приносить задоволення викликати у інших посмішку або сміх					
191	Мені не терпиться дізнатися, що піднесе мені життя в найближчому майбутньому					
192	Зазвичай я готовий (а) надати людині ще один шанс					
193	Я вважаю моє життя вкрай цікавим					
194	Я читаю багато різних книг					
195	Я намагаюся приймати важливі рішення, маючи на те чіткі підстави					
196	В останній місяць мені вдалося знайти оригінальне вирішення однієї з моїх життєвих проблем					
197	Я завжди знаю, що треба сказати, щоб співрозмовник почувався добре					
198	Я вважаю себе достатньо розумним (ою), хоча і не кажу про це					
199	Я не можу промовчати, коли хтось починає говорити гидоту					
200	Коли я будую плани, я впевнений (а), що буду їм слідувати					
201	Друзі вважають мене відкритою людиною					
202	Я щасливий (а), коли мені вдається переключити звернену на мене увагу на інших людей					
203	У моєму оточенні є людина, яка мені дуже симпатична					
204	Для мене справа принципу – дотримуватися загальногрупових рішень					
205	Кожен має право висловлювати свою думку					
206	Керуючи групою, я намагаюся дати кожному можливість висловити свою думку					
207	Важко в навчанні – легко в бою					
208	Я завжди ретельно роблю вибір					
209	Я часто прагну отримати переживання від справжнього великого мистецтва, такого як музика, театр чи живопис					
210	Я вдячний долі за кожен прожитий день					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
211	Коли я в поганому гуморі, я завжди думаю про те хороше, що є в моєму житті					
212	Мої переконання надають значущості моєму життю					
213	Мене не можна назвати самовпевненими (ою)					
214	По-моєму, життя більше схоже на ігровий майданчик, ніж на поле бою					
215	Я прокидаюся у збудженні від майбутніх можливостей					
216	Я не бажаю страждань навіть злому ворогові					
217	Інформація про інші країни і культури захоплює мене					
218	Мені приносить задоволення читання пізнавальної літератури					
219	Друзям подобається моя розсудливість					
220	У мене сильне бажання в майбутньому році створити щось оригінальне					
221	Рідко комусь вдається залишити мене з носом					
222	У мене репутація знаючої людини					
223	Я вважаю себе хороброю людиною					
224	Якщо я досягаю того, до чого прагну, то це завдяки наполегливій праці					
225	Інші довіряють мені зберігати їх секрети					
226	Я завжди вислуховую людей, що говорять про свої проблеми					
227	Я легко ділюся почуттями з іншими					
228	Я охоче принесу особисті інтереси в жертву благополуччю моєї групи					
229	До будь-якої думки варто прислухатися					
230	Виконуючи керівні функції, я ніколи не обвинувачую інших в проблемах, що виникають					
231	Я регулярно займаюся фізичними вправами					
232	Я не можу уявити собі, що я можу брехати або обманювати інших					
233	За останній рік мені вдалося створити щось красиве					
234	Життя подарувало мені багато чого					

Відзначте хрестиком або галочкою в кожному рядку один з п’яти варіантів відповіді, який найкраще відображає Вашу згоду або незгоду з даним твердженням		Абсолютно не згоден	Скоріше не згоден	Важко сказати	Скоріше згоден	Зовсім згоден
235	Я очікую на краще					
236	У мене в житті є покликання					
237	Людей приваблює моя скромність					
238	Люди вважають, що я маю добре почуття гумору					
239	Оточуючі відзначають мою життєлюбність					
240	Якщо хтось погано до мене ставиться, я намагаюся реагувати з розумінням					

Дешифратор

Цінність «*Мудрість*», що є показником когнітивних можливостей людини, які виявляються в її активному прагненні до здобування знань і їх застосування у професійній діяльності, об’єднує такі позитивні властивості:

– креативність – спроможність людини винаходити нові засоби досягнення результатів, використовувати новаторські прийоми діяльності (№№ 4, 28, 52, 76, 100, 124, 148, 172, 196, 220);

– любов до пізнання – прагнення людини до постійного навчання, пізнання нового, що надає їй задоволення (№№ 2, 26, 50, 74, 98, 122, 146, 170, 194, 218);

– допитливість – здатність людини проявляти цікавість до будь-якого нового доступного досвіду (№№ 1, 25, 49 73, 97, 121, 145, 169, 193, 217);

– відкритість новому досвіду – реалізація людиною всебічного і ретельного аналізу різних явищ, прагнення покладатись тільки на істотні доводи при прийнятті рішень (3, 27, 51, 75, 99, 123, 147, 171, 195, 219);

– усвідомлення перспективи – готовність проявляти широту розуму в оцінці фактів і ситуацій, бути в змозі надавати розумні поради іншим, виходячи з власного бачення світу і досвіду (№№ 6, 30, 54, 78, 102, 126, 150, 174, 198, 222).

Цінність *«Сміливість»* передбачає виявлення людиною стійкості і життєвої енергії, необхідної для забезпечення активних зусиль, спрямованих на досягнення мети при виникненні труднощів і перешкод. Навколо неї групуються такі позитивні властивості, як:

– хоробрість – здатність людини не ухилятися від загрози, труднощів чи болю, а приймати виклик життя (№№ 7, 31, 55, 79, 103, 127, 151, 175, 199, 223);

– чесність – спроможність людини бути відвертою, не тільки в аспекті висловлювання правдивих речей, але й в аспекті способу життя: готовність поводитись щиро та правдиво (№№ 9, 33, 57, 81, 105, 129, 153, 177, 201, 225);

- наполегливість – здатність людини працювати, не відволікаючись від мети, із задоволенням, що дає змогу завершувати всі справи своєчасно (№№ 8, 32, 56, 80, 104, 128, 152, 176, 200, 224);

– ентузіазм – здатність людини працювати з енергією, завзятістю, натхненням та повною віддачею справі (№№ 23, 47, 71, 95, 119, 143, 167, 191, 215, 239).

Цінність *«Гуманність»* виявляється у спроможності людини формувати і підтримувати доброзичливі соціальні зв'язки. Вона об'єднує такі позитивні властивості, як:

– соціальний інтелект – здатність усвідомлювати почуття та мотиви інших людей, вміння правильно поводитися в різних ситуаціях міжособистісної взаємодії спілкування (№№ 5, 29, 53, 77, 101 ,125, 149, 173, 197, 221);

– доброзичливість – здатність людини бути доброю стосовно інших людей і готовою надати послугу іншим людям, навіть якщо вона не знає їх достатньо добре (№№ 10, 34, 58, 82, 106, 130, 154, 178, 202, 226);

– любов – здатність цінувати близькі стосунки з іншими людьми та бути готовими до прояву щирих почуттів до інших (№№ 11, 35, 59, 83, 107, 131, 155, 179, 203, 227) .

Цінність *«Справедливість»* виявляється у громадянськості та сприянні суспільному благополуччю та об'єднує такі властивості особистості, як:

– об'єктивність та справедливість – здатність людини ставитись до інших об'єктивно та не дозволяти власним почуттям вносити елемент упередженості стосовно оточуючих (№№ 13, 37, 61, 85, 109, 133, 157, 181, 205, 229);

– лідерство – здатність людини до успішного керування групою або колективом, мобілізувати кожного учасника на виконання справи та створювати гармонійну атмосферу, де кожний відчуває себе безпосереднім учасником групи, колективу (№№ 14, 38, 62, 86, 110, 134, 158, 182, 206, 230);

– громадянськість та кооперація – здатність людини до роботи в колективі та прагнення врахувати думку кожного його учасника (№№ 12, 36, 60, 84, 108, 132, 156, 180, 204, 228).

Цінність *«Поміркість»* проявляє себе у стриманості, саморегуляції та об'єднує такі властивості, як:

– здатність вибачати проступки інших, яка зумовлена співчуттям до оточуючих та відсутністю будь-якого бажання помститися (№№ 24, 48, 72, 96, 120, 144, 168, 192, 216, 240);

– обачливість – характеризує людину як благорозумну, яка завжди проявляє обережність у власному виборі, намагається не робити того, про що потім буде жалкувати (№№ 16, 40, 64, 88, 112, 136, 160, 184, 208, 232);

– скромність – характеризує людину, як таку, яка не намагається бути в центрі уваги, прагне до того, щоб її досягнення промовляли самі за себе (№№ 21, 45, 69, 93, 117, 141, 165, 189, 213, 237);

– саморегуляція – характеризує людину як дисципліновану, яка здатна регулювати власні почуття та дії (№№ 15, 39, 63, 87, 111, 135, 159, 183, 207, 231).

Цінність *«Трансцендентність»* виражається у наявності в людини розвинених уявлень про *зміст життя* і відчуття власного зв'язку із навколишнім світом та об'єднує такі особистісні властивості, як:

– розуміння прекрасного – здатність людини помічати та цінувати красу, досконалість та майстерність у всіх сферах життя – природі, мистецтві, науці та повсякденному житті (№№ 17, 41, 65, 89, 113, 137, 161, 185, 209, 233);

– вдячність – здатність людини усвідомлювати та цінувати те, що відбувається в її житті, та не сприймати все як таке, що мало відбутися за будь-яких умов (№№ 18, 42, 66, 90, 114, 138, 162, 186, 210, 234);

– надія, оптимізм – характеризують людину як таку, що очікує кращого в майбутньому та робить все, що від неї залежить, для його досягнення, тобто майбутнє розуміється як таке, що можна контролювати (№№ 19, 43, 67, 91, 115, 139, 163, 187, 211, 235);

– почуття гумору – здатність людини знаходити світлий, позитивний бік у будь-якій ситуації, привітно ставитися до оточуючих та викликати посмішку в інших людей (№№ 22, 46, 70, 94, 118, 142, 166, 190, 214, 238);

– духовність – характеризує людину як таку, що вірить у вищу силу та сенс життя, усвідомлює власну мету життя та живе з надією на підтримку (№№ 20, 44, 68, 92, 116, 140, 164, 188, 212, 236).

C_5. Шкала культурного інтелекту (CQS) (за С. Анг (*S. Ang*) та ін. [176], адаптована [22])

Шановні студенти! Прочитайте кожне твердження і надайте відповідь, яка найточніше описує ваші реальні здатності, по шкалі від 1 до 7, де 1 бал – «Зовсім не згодний», 7 балів – «Цілком згодний».

Індикатори метакогнітивного виміру

1. Під час спілкування з людьми з іншого культурного середовища я

свідомо використовую знання особливостей їхньої культури (MC1).

2. Під час спілкування з людьми невідомої мені культури я пристосовую свої культурні уявлення до них (MC2).

3. У міжкультурному спілкуванні я свідомо застосовую знання про інші культури (MC3).

4. Під час спілкування з людьми інших культур я перевіряю та уточнюю свої культурні знання (MC4).

Індикатори когнітивного виміру

5. Мені відомі особливості правових та економічних систем інших культур (COG1).

6. Мені відомі основи (лексика, граматика) інших мов (COG2).

7. Мені відомі культурні цінності та релігійні переконання інших культур (COG3).

8. Мені відомі особливості родинних та шлюбних відносин інших культур (COG4).

9. Мені відомі мистецтва та ремесла інших культур (COG5).

10. Мені відомі правила невербального спілкування (міміка, жести тощо) в інших культурах (COG6).

Індикатори мотиваційного виміру

11. Мені подобається спілкуватися з людьми різних культур (MOT1).

12. Я впевнений(-а), що зможу спілкуватися з місцевими мешканцями – представниками нової для мене культури (MOT2).

13. Я впевнений(-а), що зможу впоратися зі стресами, пристосовуючись до нової для мене культури (MOT3).

14. Мені подобається жити в незнайомому для мене культурному середовищі (MOT4).

15. Я впевнений(-а), що зможу звикнути до правил здійснення покупок, заведених у іншій культурі (MOT5).

Індикатори поведінкового виміру

16. Під час спілкування з людьми з іншої культури я змінюю своє мовлення (вимову, інтонацію), коли це необхідно (BEH1).

17. Я використовую паузи та мовчання по-різному, залежно від міжкультурної ситуації (BEH2).

18. Я говорю швидше або повільніше, коли цього вимагає спілкування з людьми інших культур (BEH3).

19. Я змінюю свою невербальну поведінку (жести, дотримання дистанції

між людьми), коли цього вимагає міжкультурна ситуація (ВЕН4).

20. Я змінюю вираз обличчя, коли цього вимагає міжкультурна ситуація (ВЕН5).

$С_6$. Карта рівня сформованості полікультурних комунікативних умінь майбутнього фахівця в галузі туризму

Ознака критерію	Експерти					Самооцінка	Рівень сформованості уміння
	1	II	III	IV	V		
Бути відкритим до сприйняття, розуміння, пізнання «значущого іншого» за допомогою вербальних, невербальних і паравербальних засобів комунікації							
Аргументовано формулювати власну точку зору, бути готовим до її коригування							
Організовувати діалогове / полілогове спілкування з метою раціонального вирішення виникаючих професійних проблем в умовах мультикультурності							
Грамотно використовувати професійно-мовний тезаурус українською та англійською мовами							
Висловлювати свою думку повільно, чітко, впевнено переконувати, навіювати, виявляти взаємоповагу, взаєморозуміння з урахуванням особливостей культури співрозмовників							
Кодувати й декодувати повідомлення за вербальними							

й невербальними каналами комунікації							
Використовувати інформацію про загальну культуру й культурно-специфічну інформацію під час професійної взаємодії, враховувати етнопсихологічні особливості суб'єктів взаємодії							
Об'єднувати, координувати спільні зусилля спільної професійної діяльності й одночасно розподіляти повноваження з метою підвищення її ефективності							
Долати виникаючі проблеми, перешкоди за допомогою розробки альтернативних варіантів їх вирішення й надавати необхідну допомогу та підтримку під час взаємодії в полікультурному середовищі							
Адекватно застосовувати прийоми рефлексивного і нерефлексивного слухання							
Встановлювати продуктивно-комфортні «суб'єкт-суб'єктні» ділові відносини в умовах конкурентності							
Позитивно-стійко сприймати «значущого іншого» на основі емпатії, толерантності, довіри, прагнення до співробітництва							
Адекватно діяти під час взаємодії з людьми, знаходити компроміси й шляхи вирішення конфліктних ситуацій у діловій сфері в умовах							

мультикультурності через прагнення до співпраці							
Здійснювати рефлексію професійної взаємодії							
Відповідно до обраної стратегії обирати доцільну тактику спілкування з представниками певних культур							
Регулювати власний вияв емоцій та розуміти особливості їх прояву в інших							
Здійснювати пошук, обробку, передачу й обмін професійно-значущої інформації для досягнення спільних цілей							
Моделювати оптимальні варіанти виходу із конфліктних ситуацій та долати бар'єри комунікації							
Усвідомлено керувати поведінкою в різних ситуаціях спілкування							
Постійно вдосконалювати знання, ціннісні установки (по відношенню до себе та інших) у загальному полі професійної діяльності							

C_7. Методика визначення рівня рефлексивності (О. Карпов, В. Пономарьова) [70]

Студентам пропонувалось відповісти на декілька тверджень опитувальника та напроти номера питання поставити відповідну цифру: 1 – абсолютно неправильно; 2 – неправильно; 3 – швидше неправильно; 4 – не знаю; 5 – швидше правильно; 6 – правильно; 7 – цілком правильно.

1. Прочитавши хорошу книгу, я завжди потім довго думаю про неї; хочеться її з ким-небудь обговорити.

2. Коли мене раптом несподівано про щось запитають, я можу відповісти перше, що прийшло в голову.

3. Перш ніж зняти трубку телефону, щоб подзвонити у справі, я зазвичай у думках планую майбутню розмову.

4. Зробивши якийсь промах, я довго потім не можу відвернутися від думок про нього.

5. Коли я роздумую над чимось або розмовляю з іншою людиною, мені буває цікаво раптом пригадати, що послужило початком думок.

6. Приступаючи до важкого завдання, я прагну не думати про майбутні труднощі.

7. Головне для мене – уявити кінцеву мету своєї діяльності, а деталі мають другорядне значення.

8. Буває, що я не можу зрозуміти, чому хто-небудь незадоволений мною.

9. Я часто ставлю себе на місце іншої людини.

10. Для мене важливо в деталях уявляти собі хід майбутньої роботи.

11. Мені було б важко написати серйозний лист, якби я не склав план.

12. Я вважаю за краще діяти, а не роздумувати над причинами своїх невдач.

13. Я досить легко приймаю рішення стосовно дорогої покупки.

14. Як правило, щось задумавши, я прокручую в голові свої задуми, уточнюючи деталі, розглядаючи всі варіанти.

15. Я турбуюся про своє майбутнє.

16. Думаю, що в безлічі ситуацій треба діяти швидко, керуючись першою думкою, що прийшла в голову.

17. Деколи я приймаю необдумані рішення.

18. Закінчивши розмову, я, буває, продовжую вести її в думках, приводячи все нові і нові аргументи на захист своєї точки зору.

19. Якщо відбувається конфлікт, то, роздумуючи над тим, хто в ньому винен, я в першу чергу починаю із себе.

20. Перш ніж прийняти рішення, я завжди намагаюся все ретельно обдумати.

21. У мене бувають конфлікти від того, що я деколи не можу передбачити, якої поведінки чекають від мене оточуючі.

22. Трапляється так, що, обдумуючи розмову з іншою людиною, я немов би в думках веду з нею діалог.

23. Я прагну не замислюватися над тим, які думки і відчуття викликають в інших людях мої слова і вчинки.

24. Перш ніж зробити зауваження іншій людині, я обов’язково подумаю, якими словами це краще зробити, щоб її не образити.

25. Вирішуючи важке завдачуння, я думаю над ним навіть тоді, коли

займаюся іншими справами.

26. Якщо я з кимось сварюся, то в більшості випадків не вважаю себе винуватим.

27. Рідко буває так, що я шкодую про сказане.

З цих 27 тверджень 15 є прямими (номера тверджень: 1, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 14, 15, 18, 19, 20, 22, 24, 25). Решта 12 – зворотні твердження, що необхідно враховувати при обробці результатів, коли для отримання підсумкового балу підсумовуються в прямих твердженнях цифри, що відповідають відповідям опитуваного, а в зворотному – значення, замінені на ті, що виходять при перевертанні шкали відповідей. Всі пункти можна згрупувати в чотири групи: 1) ретроспективна рефлексія діяльності (номери тверджень: 1, 4, 5, 12, 17, 18, 25, 27);

2) рефлексія реальної діяльності (номери тверджень: 2, 3, 13, 14, 16, 17, 18, 26); 3) розгляд майбутньої діяльності (номери тверджень: 3, 6, 7, 10, I, 14, 15, 20); 4) рефлексія спілкування і взаємодії з іншими людьми (номери тверджень: 8, 9,19, 21, 22, 23, 24, 26).

Інтерпретація отриманих даних.

Результати, що дорівнюють або більші за сім стенів, свідчать про високу рефлексивність. Людина з таким балом в більшій мірі схильна звертатися до аналізу своєї діяльності та вчинків інших людей, з'ясовувати причини і наслідки своїх дій як в минулому, так в сьогоденні і майбутньому. Їй властиво аналізувати свою діяльність у найдрібніших деталях, ретельно її планувати і прогнозувати всі можливі наслідки. Результати в межах від чотирьох до семи стен – індикатори середнього рівня рефлективності. Низькі результати – менше чотирьох стен – свідчать про низький рівень розвитку рефективності. Це проявляється в тому, що йому складно поставити себе на місце іншого й регулювати власну поведінку.

113 балів і нижче– низький рівень рефлексивності;

114–139 балів – середній рівень рефлексивності;

140 і вище балів – високий рівень рефлексивності.

C_8. Індекс підтримки національної гомогенності (за О. Шестаковським [167])

Індекс підтримки національної гомогенності (шкала національної інтолерантності) є шкалою лайкертівського типу і складається з п'яти пунктів. Респонденту пропонується висловити ступінь своєї згоди чи незгоди з п'ятьма судженнями.

Ступінь згоди оцінюється за 5-бальною метрикою: «повністю погоджуюсь» (5 балів), «скоріше, погоджуюсь» (4 бали), «важко сказати» (3 бали), «скоріше, не погоджуюсь» (2 бали), «повністю не погоджуюсь» (1 бал).

Шановний студенте! Оцініть, будь ласка, наскільки Ви згодні або не згодні з наведеними твердженнями, і відповідно до цього поставте галочку або будь-який інший значок навпроти кожного твердження.

№ з/п	*Твердження*	*Повністю погоджуюсь*	*Скоріше, погоджуюсь*	*Скоріше, не погоджуюсь*	*Повністю не погоджуюсь*
1.	Було б краще, якби люди брали шлюб лише з представниками своєї національності				
2.	Було б краще, якби різні народи жили окремо, кожен на своїй території				
3.	Можна почувати себе у безпеці лише, якщо більшість оточуючих людей є твоєї національності				
4.	Треба дати зрозуміти іноземцям, які живуть в Україні, що небажано, щоб їх тут було занадто багато				
5.	Проникнення в Україну інших культур та інших мов може зашкодити українській культурі та українській мові				

Індекс підтримки національної гомогенності може мати значення від 0 до 20. Ці значення можна інтерпретувати таким чином:

0–4 бали. Незгода зі шкідливістю національної гетерогенності.

5–10 балів. Невизначене ставлення до національної гомогенності.

11–15 балів. Помірна підтримка національної гомогенності: або позитивна її оцінка непослідовна (не включає в себе підтримку всіх суджень), або немає повної переконаності в цій оцінці.

16–20 балів. Виражена підтримка національної гомогенності. Респонденти, які потрапили до цієї категорії, проявляють послідовну інтолерантну установку (йдеться про інтолерантність як про певне ставлення, яке не обов’язково може проявлятися назовні).

Значення індексу, яке дорівнює 10, є своєрідною межею, яка відділяє тих, хто тією чи іншою мірою схвалює національну гомогенність, і тих, хто цього не робить або не вважає національну гетерогенність злом.

C_9. Діагностика схильності до конфліктної поведінки

Методика діагностики схильності особистості до конфліктної поведінки (К.Томаса) [328]

Мета: визначення переважного способу поведінки людини в конфліктних ситуаціях.

Опис методики

На ранніх етапах вивчення конфліктів широко використовувався термін «вирішення конфліктів», який має на увазі, що конфлікт можна і необхідно розв'язувати або елімінувати. Таким чином, метою вирішення конфліктів був деякий ідеальний безконфліктний стан, де люди працюють в повній гармонії.

Однак, останнім часом ставлення фахівців до цього аспекту дослідження конфліктів істотно змінилося. Це викликано, на думку К.Томаса, двома обставинами: усвідомленням марності зусиль з повного усунення конфліктів, а також підтвердженням наявності позитивних функцій конфліктів. Звідси, згідно з підходом К.Томаса, наголос повинен бути перенесений з усунення конфліктів на управління ними. Тому, автор вважає за потрібне сконцентрувати увагу на таких аспектах зміни конфліктів: які форми поведінки в конфліктних ситуаціях характерні для людей, які з них є більш продуктивними або деструктивними; яким чином можна стимулювати продуктивну поведінку.

Для опису типів поведінки людей в конфліктних ситуаціях, К.Томас запропонував двовимірну модель регулювання конфліктів, основними вимірами в якій є кооперація (пов'язана з увагою людини до інтересів інших людей, залучених до конфлікту) і напористість (для якої характерний акцент на захисті власних інтересів). Відповідно цим двом вимірам, автор виділяє наступні способи регулювання конфліктів:

1) змагання (конкуренція) як прагнення досягти своїх інтересів на шкоду іншому;

2) пристосування — на противагу суперництву, принесення в жертву власних інтересів заради іншого;

3) компроміс;

4) уникнення — відсутність як прагнення до кооперації, так і тенденції до досягнення власних цілей;

5) співпраця, коли учасники ситуації приходять до альтернативи, що повністю задовольняє інтереси обох сторін.



П'ять способів регулювання конфліктів за К. Томасом

К. Томас вважає, що при уникненні конфлікту жодна з сторін не досягає успіху. При таких формах поведінки, як конкуренція, пристосування і компроміс, або один з учасників виявляється у виграші, а інший програє, або вони обидва програють, оскільки йдуть на компромісні поступки. І тільки в ситуації *співпраці* обидві сторони виявляються у виграші. У своєму опитувальнику з виявлення типових форм поведінки К. Томас описує кожний з п'яти наведених можливих варіантів 12 судженнями про поведінку індивіда в конфліктній ситуації. У різних поєднаннях вони згруповані в 30 пар. Тест можна використати в груповому варіанті, як в поєднанні з іншими тестами, так і окремо.

Інструкція. У кожній з поданих пар виберіть те судження, яке є найбільш типовим для вашої поведінки. Відведений час — не більш 15-20 хвилин.

Типова карта методики

1. А. Іноді я надаю можливість іншим взяти на себе відповідальність за вирішення спірного питання.

Б. Замість того, щоб обговорювати те, в чому ми розходимося, я стараюся звернути увагу на те, з чим ми обидва не згодні.

2. А. Я стараюся знайти компромісне рішення.

Б. Я намагаюся улагодити справу з урахуванням інтересів іншого і моїх власних.

3. А. зазвичай я настійливо прагну добитися свого.

Б. Я стараюся заспокоїти іншого і, головним чином, зберегти наші відносини.

4. А. Я намагаюся знайти компромісне рішення.

Б. Іноді я жертвую своїми власними інтересами заради інтересів іншої людини.

5. А. Улагоджуючи спірну ситуацію, я весь час стараюся знайти підтримку у іншого.

Б. Я намагаюся зробити все, щоб уникнути напруженості, від якої немає ніякої користі.

6. А. Я намагаюся уникнути виникнення прикрощів для себе.

Б. Я намагаюся добитися свого.

7. А. Я намагаюся відкласти розв'язання спірного питання з тим, щоб згодом вирішити його остаточно.

Б. Я вважаю за необхідне в чомусь поступитися, щоб домогтися іншого.

8. А. зазвичай я наполегливо прагну домогтися свого.

Б. Я насамперед стараюся ясно визначити те, в чому полягають всі порушені інтереси і питання.

9. А. Думаю, що не завжди варто хвилюватися через якісь розбіжності, що виникають.

Б. Я роблю зусилля, щоб домогтися свого.

10. А. Я твердо прагну досягнути свого.

Б. Я намагаюся знайти компромісне рішення.

11. А. Я насамперед стараюся ясно визначити те, в чому полягають всі порушені інтереси і питання.

Б. Я стараюся заспокоїти іншого, і головним чином, зберегти наші відносини.

12. А. Часто я намагаюся не займати позицію, яка може викликати суперечки.

Б. Я даю можливість іншому в чомусь залишитися при своїй думці, якщо він також іде мені назустріч.

13.А. Я пропоную середню позицію.

Б. Я наполягаю, щоб було зроблено по-моєму.

14. А. Я повідомляю іншому свою точку зору і питаю про його погляди.

Б. Я намагаюся показати іншому логіку і перевагу моїх поглядів.

15. А. Я стараюся заспокоїти іншого, і головним чином, зберегти наші відносини.

Б. Я стараюся зробити все необхідне, щоб уникнути напруженості.

16. А. Я стараюся не зачепити почуттів іншого.

Б. Я намагаюся переконати іншого в перевагах моєї позиції.

17. А. зазвичай я наполегливо стараюся домогтися свого.

Б. Я стараюся зробити все, щоб уникнути напруженості,

від якої немає ніякої користі.

18. А. Якщо це зробить іншого щасливим, я дам йому можливість наполягти на своєму.

Б. Я даю можливість іншому в чомусь залишитися при своїй думці, якщо він також іде мені назустріч.

19. А. Я, насамперед, стараюся ясно визначити те, в чому полягають всі порушені інтереси і спірні питання.

Б. Я стараюся відкласти розв'язання спірного питання з тим, щоб згодом вирішити його остаточно.

20. А. Я намагаюся негайно подолати наші розбіжності.

Б. Я стараюся знайти найкраще поєднання виграшів і втрат

для нас обох.

21. А. Ведучи переговори, я стараюся бути уважним до бажань іншого.

Б. Я завжди схиляюся до прямого обговорення проблеми.

22. А. Я намагаюся знайти позицію, яка знаходиться посередині між моєю позицією і точкою зору іншої людини.

Б. Я відстоюю свої бажання.

23. А. Як правило, я заклопотаний тим, щоб задовольнити бажання кожного з нас.

Б. Іноді я надаю можливість іншим взяти на себе відповідальність за розв'язання спірного питання.

24. А. Якщо позиція іншого здається йому дуже важливою, я постараюся піти назустріч його бажанням.

Б. Я стараюся переконати іншого прийти до компромісу.

25. А. Я намагаюся показати іншому логіку і перевагу моїх поглядів.

Б. Ведучи переговори, я стараюся бути уважним до бажань іншого.

26. А. Я пропоную середню позицію.

Б. Я майже завжди заклопотаний тим, щоб задовольнити бажання кожного з нас.

27. А. Часто уникаю займати позицію, яка може викликати суперечки.

Б. якщо це зробить іншого щасливим, я дам йому можливість наполягти на своєму.

28. А. зазвичай я настійно прагну добитися свого.

Б. Улагоджуючи ситуацію, я зазвичай стараюся знайти підтримку у іншого.

29. А. Я пропоную середню позицію.

Б. Думаю, що не завжди варто хвилюватися через якісь розбіжності, що виникають.

30. А. Я стараюся не зачепити почуттів іншого.

Б. Я завжди займаю таку позицію в спірному питанні, щоб ми спільно з іншою зацікавленою людиною могли домогтися успіху.

Обробка даних:

Питання	**Суперництво**	**Співпраця**	**Компроміс**	**Уникнення**	**Пристосування**
1				А	Б
2		Б	А		
3	А				Б
4			А		Б
5		А		Б	
6	Б			А	
7			Б	А	
8	А	Б			
9	Б			А	
10	А		Б		
II		А			Б
12			Б	А	
13	Б		А		

14	Б	А			
15				Б	А
16	Б				А
17	А			Б	
18			Б		А
19		А		Б	
20		А	Б		
21		Б			А
22	Б		А		
23		А		Б	
24			Б		А
25	А				Б
26		Б	А		
27				А	Б
28	А	Б			
29			А	Б	
30		Б			А

Під час обробки підраховується кількість відповідей, що припадають на кожну з колонок (одна відповідь дає 1 бал). Припустимо, ми отримали результати: суперництво – 3; співпраця – 5; компроміс – 12; уникнення – 6; пристосування – 4.

Така картина дозволяє зробити висновок: людина у конфліктній ситуації схильна до компромісу. Їй властиве прагнення уникати конфлікту, проте в разі виникнення конфлікту вона прагне до співпраці.

Пасивне пристосування до конфліктної ситуації, прагнення до співпраці за всяку ціну їй непритаманні. Аналіз відповідей дозволить оцінити рівень адаптації кожного члена колективу до спільної діяльності.

Додаток Т

Дані щодо складників мотиваційно-ціннісного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп на контрольному етапі

Рівень	КГ		ЕГ	
	83	%	81	%
Потреба в досягненнях				
Високий	20	24,10	34	41,98
Достатній	38	45,78	39	48,15
Низький	25	30,12	8	9,88
Потреба в спілкуванні				
Високий	18	21,69	30	37,04
Достатній	40	48,19	42	51,85
Низький	25	30,12	9	11,11
Рівень комунікативного контролю				
Високий	20	24,10	31	38,27
Достатній	38	45,78	41	50,62
Низький	25	30,12	9	11,11
Цінність «гуманність»				
Високий	20	24,10	35	43,21
Достатній	32	38,55	37	45,68
Низький	31	37,35	9	11,11
Цінність «справедливість»				
Високий	22	26,51	35	43,21
Достатній	32	38,55	36	44,44
Низький	29	34,94	10	12,35

Дані щодо складників соціально-когнітивного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп на контрольному етапі

Рівень	КГ		ЕГ	
	83	%	81	%
Прагнення до набуття знань і їх застосування у професійній діяльності				
Високий	22	26,51	29	35,80
Достатній	33	39,76	42	51,85
Низький	28	33,73	10	12,35
Індикатори когнітивного виміру культурного інтелекту				
Високий	18	21,69	29	35,80

Достатній	29	34,94	41	50,62
Низький	36	43,37	11	13,58
Повнота засвоєння знань				
Високий	19	22,89	33	40,74
Достатній	29	34,94	39	48,15
Низький	35	42,17	9	11,11
Міцність засвоєння знань				
Високий	23	27,71	35	43,21
Достатній	32	38,55	41	50,62
Низький	28	33,73	5	6,17
Коефіцієнт ступеня порівняння				
Високий	23	27,71	34	41,98
Достатній	32	38,55	42	51,85
Низький	28	33,73	5	6,17

Дані щодо складників комунікативно-діяльнісного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп на контрольному етапі

Рівень	КГ		ЕГ	
	83	%	81	%
Мовленнєві уміння				
Високий	18	21,69	32	39,51
Достатній	35	42,17	41	50,62
Низький	30	36,14	8	9,88
Перцептивно-прогностичні уміння				
Високий	19	22,89	34	41,98
Достатній	36	43,37	42	51,85
Низький	28	33,73	5	6,17
Інтерактивні уміння				
Високий	20	24,10	37	45,68
Достатній	32	38,55	38	46,91
Низький	31	37,35	6	7,41
Соціокультурні уміння				
Високий	18	21,69	33	40,74
Достатній	31	37,35	40	49,38
Низький	34	40,96	8	9,88
Організаційно-координаторські уміння				
Високий	20	24,10	34	41,98
Достатній	36	43,37	39	48,15
Низький	27	32,53	8	9,88

Дані щодо складників особистісного компонента сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму контрольної та експериментальних груп на контрольному етапі

Рівень	КГ		ЕГ	
	83	%	81	%
Рефлексивність				
Високий	22	26,51	27	33,33
Достатній	37	44,58	45	55,56
Низький	24	28,92	9	11,11
Толерантність				
Високий	19	22,89	30	37,04
Достатній	41	49,40	42	51,85
Низький	23	27,71	9	11,11
Бар'єропревентивність				
Високий	19	22,89	27	33,33
Достатній	39	46,99	42	51,85
Низький	25	30,12	12	14,81

Обчислення $\chi^2_{\text{експ.}}$ для досліджуваних рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти ЕГ та КГ на констатувальному етапі

	i = 1	i = 2	i = 3	N_1	N_2	$1/N_1N_2$
$ЕГ(Q_{1i})$	17,22	31,50	34,28	83	81	0,0001487
$КГ(Q_{2i})$	15,83	30,78	34,39			
$Q_{1i}+Q_{2i}$	33,05555	62,27777	68,66666			
N_1Q_{2i}	1314,1666	2554,5555	2854,2777			
N_2Q_{1i}	1395	2551,5	2776,5			
$N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i}$	-80,83333	3,05555	77,77777			
$(N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i})^2$	6534,02777	9,33642	6049,38271			
$\frac{(N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i})^2}{Q_{1i}+Q_{2i}}$	197,6680672	0,14991575	88,09780654			
$\chi^2_{\text{експ.(i)}}$	0,029401765	2,22989E-05	0,013103943			
$\chi^2_{\text{експ.}}$	**0,042528007**	χ2кр	**5,991**			

Обчислення $\chi^2_{\text{експ.}}$ для досліджуваних рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти ЕГ та КГ на контрольному етапах

	i = 1	i = 2	i = 3	N_1	N_2	$1/N_1N_2$
$ЕГ(Q_{1i})$	20,00	34,56	28,44	83	81	0,0001487
$КГ(Q_{2i})$	32,17	40,50	8,33			
$Q_{1i}+Q_{2i}$	52,16666	75,05555	36,77777			
N_1Q_{2i}	2669,83333	3361,5	691,66666			
N_2Q_{1i}	1620	2799	2304			
$N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i}$	1049,83333	562,5	-1612,33333			
$(N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i})^2$	1102150,028	316406,25	2599618,778			
$\frac{(N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i})^2}{Q_{1i}+Q_{2i}}$	21127,47657	4215,62731	70684,49849			
$\chi^2_{\text{експ.(i)}}$	3,142566796	0,627045562	10,51383289			
$\chi^2_{\text{експ.}}$	**14,2834**	χ2кр	**5,991**			

Обчислення $\chi^2_{\text{експ.}}$ для досліджуваних рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти КГ на констатувальному й контрольному етапах

	i = 1	i = 2	i = 3	N_1	N_2	$1/N_1N_2$
$ЕГ(Q_{1i})$	17,22	31,50	34,28	83	83	0,0001452
$КГ(Q_{2i})$	20,00	34,56	28,44			
$Q_{1i}+Q_{2i}$	37,22	66,06	62,72			
N_1Q_{2i}	1660	2868,111	2360,889			
N_2Q_{1i}	1429,444	2614,5	2845,055			
$N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i}$	230,556	253,6111111	-484,167			
$(N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i})^2$	53155,8642	64318,59568	234417,3611			
$\frac{(N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i})^2}{Q_{1i}+Q_{2i}}$	1428,067993	973,7045603	3737,389283			
$\chi^2_{\text{експ.(i)}}$	0,207296849	0,141341931	0,5425155			
$\chi^2_{\text{експ.}}$	**0,89115**	χ2кр	**5,991**			

Обчислення $\chi^2_{\text{експ.}}$ для досліджуваних рівнів сформованості полікультурної комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти ЕГ на констатувальному й контрольному етапах

	i = 1	i = 2	i = 3	N_1	N_2	$1/N_1N_2$
$ЕГ(Q_{1i})$	15,83	30,78	34,39	81	81	0,0001524
$КГ(Q_{2i})$	32,17	40,50	8,33			
$Q_{1i}+Q_{2i}$	48	71,28	42,72			
N_1Q_{2i}	2605,5	3280,5	675			
N_2Q_{1i}	1282,5	2493	2785,5			
$N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i}$	1323	787,5	-2110,5			
$(N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i})^2$	1750329	620156,25	4454210,25			
$\frac{(N_1Q_{2i}-N_2Q_{1i})^2}{Q_{1i}+Q_{2i}}$	36465,1875	8700,555339	104259,7978			
$\chi^2_{\text{експ.(i)}}$	5,55787037	1,326102018	15,89083947			
$\chi^2_{\text{експ.}}$	**22,7748**	$\chi 2_{\text{кр}}$	**5,991**			

Додаток У

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України, які входять до міжнародних наукометричних баз даних

1. Мединська С.І. Компетентнісний підхід до підготовки фахівців галузі туризму та індустрії гостинності для підвищення їх конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки.* Дніпро, Університет імені Альфреда Нобеля. 2019. № 2 (18). С. 208–214. DOI: 10.32342/2522-4115-2019-2-18-26.

2. Мединська С.І. Полікультурна, мультикультурна та міжкультурна компетентності: порівняльний аналіз на основі світового досвіду. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки*. 2021. № 2 (22). С. 25–33. DOI: 10.32342/2522-4115-2021-2-22-3.

3. Мединська С.І. Особливості професійної діяльності майбутніх фахівців у галузі туризму в контексті компетентнісного підходу. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2022. Вип. 49. Т. 2. С. 83–88. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/49-2-14.

4. Мединська С.І. Професійна підготовка майбутніх фахівців у галузі туризму: аналіз провідного світового досвіду. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2022. Вип. 52. Т. 2. С. 239–246. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/52-2-37.

5. Мединська С.І. Кейс-метод як інструмент підсилення ефективності комунікації в полікультурному середовищі (на прикладі вивчення ділової іноземної мови). *Освітологічний дискурс*. 2023. № 1(40). С. 113–133 DOI: https://doi.org/10.28925/2312-5829.2023.17.

6. Kyrylova O., Blynova N., Medynska S., Mykhailova A. M-learning у процесі медіаосвіти та вивчення іноземної мови. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Вип. 23. С. 108–115. DOI: 10.15421/292316

7. Мединська С.І. Компонентно-структурний аналіз полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у туристичній галузі. *Інноваційна педагогіка*. 2024. Вип. 71. Т. 2. С. 71–77. DOI: https://doi.org/10.32782/2663- 6085/2024/71.2.13.

8. Blynova N., Medynska S., Voloboieva A. Didactic potential of YouTube channels for enhanced English language learning in non-linguistic programs. *Alfred Nobel University Journal of Pedagogy and Psychology*. 2024. № 1 (27). С. 147–159. DOI: 10.32342/2522-4115-2024-1-27-16.

Статті у наукових виданнях інших держав, які входять до міжнародних наукометричних баз даних

9. Osadcha K. P., Osadchyi V. V., Symonenko S. V., Medynska S. I. Analysis of the state of the art of modern e-learning in higher education in Germany. *Journal of Physics: Conference Series*, ICon-MaSTEd 2023. 2023. Volume 2611, 012021. DOI:10.1088/1742-6596/2611/1/012021 (*журнал індексовано в наукометричній базі даних Scopus*).

10. Medynska S., Kramarenko T., Melnychuk L., Osadtsa I., Diedkov M. The role of communicative competence for international business relationship development in the multicultural context. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2024. Vol. 14, issue 1, special issue XL. P. 144–148. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140140/papers/A_24.pdf (*журнал індексовано в наукометричній базі даних Web of Science*).

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

11. Мединська С.І. Особливості міжкультурної комунікації в полікультурному середовищі. *Педагогіка та психологія: сучасний стан розвитку наукових досліджень та перспективи*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя: Класичний приватний університет. 2021. С. 161–163.

12. Мединська С.І. Аналіз зарубіжного досвіду щодо вимог до майбутніх фахівців у галузі туризму. Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку:* матер. І Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя: Запорізький національний університет. 2021. С. 182–185.

13. Мединська С.І. Діалогічно-дискусійні технології навчання як засіб формування полікультурної комунікативної компетентності. *Сучасна вища освіта: перспективні та пріоритетні напрями наукових досліджень:* матер. ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та науковців. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля. 2022. С. 123–126.

14. Мединська С.І. Культура як основа полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. *Міжкультурна комунікація і перекладознавство: точки дотику та перспективи розвитку*:

матер. V Міжнар. наук.-практ. конф.: збірник наукових праць (м. Переяслав, 9 червня 2022 року) / Гол. ред. К. І. Мізін; Університет Григорія Сковороди в Переяславі. Переяслав. 2022. 244 с. С. 63–65.

15. Мединська С.І. Роль технологій фасилітації у формуванні полікультурної комунікативної компетентності в умовах воєнного часу та змішаного навчання. *Реалізація освітніх ініціатив в умовах воєнного часу: вітчизняний та зарубіжний досвід:* матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Національний університет «Львівська політехніка»), м. Львів, 18–19 жовтня 2022 року / за заг. ред. О. М. Ієвлєва. Львів. 2022. 147 с. С. 43–46.

16. Мединська С.І. Культурологічні моделі та їх роль у формуванні полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму. *Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність:* матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля. 2022. 370 с. С. 339–342.

17. Мединська С.І. Особливості формування полікультурної комунікативної компетентності на засадах теорії комунікації. *Актуальні проблеми та перспективи технологічної і професійної освіти*: матер. VI Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., ТНПУ ім. Володимира Гнатюка, м. Тернопіль. 20-21 квітня 2023 р. С. 248–250.

18. Мединська С.І. Створення передумов для ефективної комунікації в полікультурному бізнес-середовищі. *Теорія і практика професійного становлення фахівця в інноваційному соціокультурному просторі*: матер. I Міжнар. наук.-практ. конф. науково-педагогічних, педагогічних працівників і молодих учених. Дніпро: Університет ім. Альфреда Нобеля. 2023. 285 с. С. 132–135.

19. Мединська С.І. Використання відеохостингу TED Talks як ресурсу для формування полікультурної комунікативної компетентності при застосуванні методики CLIL. *Філологічні й педагогічні студії*: матер. VI Міжнар. наук.-практ. конф. «Філологічні й педагогічні студії у вітчизняній та зарубіжній науці XXI сторіччя». К.: ПП АВІАЗ. 2023. 204 с. С. 168–174.

20. Мединська С.І. Особливості змішаного навчання при підготовці майбутніх фахівців у галузі туризму. *Теорія і практика професійного становлення фахівця в інноваційному соціокультурному просторі*: матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. науково-педагогічних, педагогічних працівників і молодих учених. Дніпро: Університет ім. Альфреда Нобеля. 2024. С. 287–293.

Додаток Ф

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«Університет імені Альфреда Нобеля»
(ВНЗ «УАН»)
вул. Січеславська Набережна, 18, м. Дніпро, Україна, 49000
тел. +38(095) 7-0000-47, +38(063) 7-0000-47, +38(0562) 31-24-51, e-mail: info@duan.edu.ua, duan.edu.ua
код ЄДРПОУ 20201672

від 26.06.2024 № 293 на № _____ від _____

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Мединської Світлани Іванівни за темою
«Формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання», поданого на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 01 Освіта/ Педагогіка за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)

Результати дисертаційного дослідження С.І. Мединської було впроваджено в процес підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму, що здійснюється в Університеті імені Альфреда Нобеля на першому (бакалаврському) освітньому рівні за спеціальністю 242 Туризм, у 2021-2024 навчальних роках.

Наукові наробки авторки, її висновки й пропозиції становлять певний інтерес і прийняті до практичного використання в діяльності закладу вищої освіти, зокрема авторський спецкурс «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес середовищі», надані навчально-методичні матеріали для викладачів ЗВО (кейси, проекти, вправи, рольові та ділові ігри), опублікований в співавторстві навчальний посібник «Professional Communication and Vocabulary Bank for Tourism and HoReCa in Multicultural Settings». Розробленими С.І. Мединською матеріалами було збагачено зміст дисциплін «Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі», «Ділова іноземна мова», «Організація екскурсійних послуг».

Розробки С.І. Мединської було впроваджено також в позааудиторну роботу університету, зокрема організовано й проведено «Майстерню міжнародних бізнес-комунікацій у туризмі» (онлайн майстер-класи, воркшопи від спікерів-практиків з бізнесу), дискусійні клуби «Share & Care», «TED Talks Club» і «Business English Case Club».

С.І. Мединська представила основні результати дослідження в статтях у фаховому виданні «Вісник Університету імені Альфреда Нобеля»: Серія Педагогіка і психологія. Педагогічні науки (Вип. 2 (18), 2019, Вип. 2 (22), 2021), матеріалах міжнародних науково-практичних конференцій, які проводилися в Університеті імені Альфреда Нобеля протягом 2022-2024 н.р.

Діагностичні матеріали для визначення рівня формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму було використано під час проведення констатувального та контрольного етапів експерименту.

Уважаємо, що запропоновані С.І. Мединською практичні й методичні напрацювання щодо формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання сприяють ефективному формуванню зазначеної компетентності, є актуальними й доцільними для впровадження у практичну діяльність .

Проректор із забезпечення якості освітнього процесу Тетяна КОРОБЕЙНІКОВА

Міністерство освіти і науки України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ, 76018, тел. (0342) 75-23-51, факс (0342) 53-15-74
імейл office@pnu.edu.ua, сайт https://pnu.edu.ua, код ЄДРПОУ 02125266

02.01.2024 № 01-23/01 На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження Мединської Світлани Іванівни за темою «Формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання», поданого на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 01 Освіта/Педагогіка за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)

Складена довідка засвідчує, що протягом 2022-2023 р.р. на базі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника реалізовано дослідження С.І. Мединської з проблем формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання зі здобувачами вищої освіти, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Туризм».

Автором упроваджено в освітній процес модель формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання на основі системного, партисипативного, компетентнісного, контекстного, комунікативного, культурологічного, аксіологічного підходів. Зокрема, розробленими С.І. Мединською матеріалами було збагачено зміст освітніх компонентів професійного спрямування: «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Менеджмент в туризмі», «Маркетинг в туризмі», «Організація екскурсійної діяльності».

Наукові наробки авторки, її висновки й пропозиції становлять певний інтерес і прийняті для практичного використання в діяльності закладу вищої освіти, зокрема презентований і апробований на практиці авторський спецкурс «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес середовищі» за методикою CLIL (Content and Language Integrated Learning).

Наданий комплект навчально-методичних матеріалів (банк кейсів, ігрових, проєктних, діалогічно-дискусійних, колаборативних, фасилітативних технологій навчання) для використання в освітньому процесі викладачами кафедри туризмознавства і краєзнавства факультету туризму Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника під час організації та проведення практичних занять з дисциплін підготовки майбутніх фахівців за освітньо-професійною програмою «Туризм».

Розроблений С.І. Мединською пакет діагностичних методик, спрямованих на виявлення рівня сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, було апробовано серед здобувачів вищої освіти за спеціальністю 242 Туризм і визначено напрями її вдосконалення в умовах змішаного навчання.

Отримані результати слугують важливою підставою для підтвердження високої ефективності розробленої авторської моделі в рамках дисертаційного дослідження С.І. Мединської й можуть бути рекомендовані до використання під час професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі туризму у закладах вищої освіти.

Декан
факультету туризму — Володимир ВЕЛИКОЧИЙ

Перший проректор — Валентина ЯКУБІВ

ПІДПИС Великочий В.С.
Якубів В.І.
ЗАСВІДЧУЮ
Начальник відділу кадрів
Орест СМ...
«___» _____ 20___

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ * Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника * і.к. 02125266

УКРАЇНА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, МСП-41, 69600, Україна
тел.: (061) 764-45-46, факс: (061) 228-75-08, e-mail: znu@znu.edu.ua, Код ЄДРПОУ 02125243

22.12.2023 № 01101-13/163 На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження Мединської Світлани Іванівни за темою «Формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання», поданого на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 01 Освіта/Педагогіка за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)

Складена довідка засвідчує, що С.І. Мединською на базі Запорізького національного університету протягом 2021-2023 р.р. проводилося експериментальне дослідження з розробки та впровадження моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання зі здобувачами вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 Туризм на першому (бакалаврському) освітньому рівні. Викладачами кафедри туризму та готельно-ресторанної справи було перевірено на практиці ефективність моделі формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання, яка містить такі блоки, як концептуально-цільовий, змістово-реалізаційний і результативно-оцінювальний.

Основні практичні розробки автора впроваджено в діяльність університету. Результати дослідження С.І. Мединської використовуються при викладанні ряду навчальних дисциплін, а саме: «Іноземна мова професійно-комунікативної спрямованості (англійська)», «Менеджмент туризму», «Маркетинг туризму», «Організація екскурсійних послуг», які оновлені інформацією, спрямованою на опанування майбутніми фахівцями в галузі туризму системи знань про сутність полікультурної комунікативної компетентності, набуття ними вмінь і навичок щодо її практичної реалізації. Викладачі кафедри туризму та готельно-ресторанної справи були ознайомлені з авторським спецкурсом «Ефективна комунікація в полікультурному

туристичному бізнес середовищі» з застосуванням методики CLIL (Content and Language Integrated Learning), спрямованим на формування й розвиток практичних умінь щодо полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. Надано комплект навчально-методичних матеріалів (банк кейсів, ігрових, проєктних, діалогічно-дискусійних, колаборативних, фасилітативних технологій навчання) для проведення практичних занять, матеріали для проведення позааудиторної роботи, зокрема для організації дискусійних клубів англійською мовою «Share & Care» на тему «Voluntourism» і «TED Talks Club» на теми «How to build trust» і «Why we ignore obvious problems». Також автором було презентовано пакет діагностичних матеріалів для визначення рівня сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Туризм» на першому (бакалаврському) освітньому рівні.

Впровадження навчально-методичних матеріалів, наданих С.І. Мединською, в освітньому процесі Запорізького національного університету засвідчило їх ефективність, отримано позитивні результати щодо динаміки формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму, що розлянуто та обговорено під час засідання колективу кафедри туризму та готельно-ресторанної справи (протокол №4 від 21.11.2023 р.).

Проректор
з науково-педагогічної та навчальної роботи
Запорізького національного університету
доктор педагогічних наук, професор Олександр ГУРА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Юридична адреса: вул. Гетьманська, 20, м. Мелітополь, Запорізька область, Україна, 72312,
Фактична адреса: вул. Наукового містечка, 59, м. Запоріжжя, Запорізька область, Україна, 69000,
тел. (061).286-23-60, (096) 21-61-372 E-mail: rectorat@mdpu.org.ua, www.mdpu.org.ua,
код ЄДРПОУ 02125237

28 ЛИС 2023 № 01-15/936 На № _____

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Мединської Світлани Іванівни за темою
«Формування полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання», поданого на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 01 Освіта/Педагогіка за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)

Довідка засвідчує, що результати дисертаційного дослідження С.І. Мединської було впроваджено в процес фахової підготовки здобувачів першого освітнього рівня (бакалавр) спеціальності 242 Туризм у Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького в 2021-2022 р.р.

Наукові дослідження авторки, її висновки й пропозиції становлять певний інтерес і були включені до змісту навчальних дисциплін «Іноземна мова», «Менеджмент та маркетинг в туризмі», «Організація екскурсійної діяльності», а також презентовано авторський спецкурс «Ефективна комунікація в полікультурному туристичному бізнес середовищі» за методикою CLIL (Content and Language Integrated Learning), надані навчально-методичні матеріали (банк кейсів, рольових та ділових ігор, проєктів), матеріали для діагностики та контролю. Зазначені навчально-методичні матеріали було використано викладачами кафедри соціально-економічної географії, туризму та краєзнавства в освітньому процесі університету.

Розробки С.І. Мединської було впроваджено в позааудиторну роботу університету, зокрема організовано засідання дискусійного клубу «TED Talks Club» на тему «Effective ways to have a better conversation» та проведено воркшоп «Professional communication across borders: how to find a common language».

Спостереження викладачів та результати дослідно-експериментальної роботи дозволили зазначити суттєві позитивні зміни в рівні сформованості полікультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців у галузі туризму в умовах змішаного навчання. Дослідження С.І.Мединської відповідає всім вимогам до організації наукового пошуку та демонструє позитивний результат при практичному застосуванні.

Ректор Наталя ФАЛЬКО

Тетяна Коноваленко
0 97 506 54 30