

**Карпюк І. В.**

*здобувачка другої вищої освіти соціально-правового факультету,  
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова*

**Гальчич І. П.**

*викладач кафедри соціальної політики,  
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова*

## **МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

В умовах глобалізації сучасного світу й інформатизації суспільства розширюються можливості комунікації як між окремими індивідами, так і цілими культурами. Так, стрімка активізація міжнародних і міжнаціональних контактів спонукає дедалі більшу кількість українців долати перешкоди не лише власне мовного, але й культурно-ментального бар'єрів між представниками різних етнічних культур (наприклад, європейською чи латиноамериканською). З іншого боку, міжкультурна комунікація передбачає спілкування людей, які не обов'язково повинні належати до різних національних лінгвокультурних спільнот, адже і всередині однієї культури виокремлюють мікро- або субкультури, де також мають місце культурно специфічні смисли, а представники цих субкультур (наприклад, територіальної, регіональної, вікової, статевої та ін.) по-різному сприймають світ. Культурний поліморфізм втілюється також і в безлічі способів життя, культивованих різними соціальними групами. Таким чином, люди з відмінних соціальних або культурних середовищ, орієнтуючись на звичні для них правила і норми взаємодії, стандарти способу життя, потрапивши в інше соціокультурне середовище, можуть відчувати як внутрішній психологічний дискомфорт, так і проблеми в регуляції своєї поведінки, тобто проблеми міжкультурної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що феномен міжкультурної комунікації вивчали багато зарубіжних дослідників, зокрема М. Беннет, Р. Вайсмен, В. Гудайкенст, Ф. Джант, Д. Клоф, Р. Портер, Л. Самовар, Р. Сколлон, С. Сколлон, В. Хат, Е. Холл та ін.

В Україні, як і в інших поліетнічних країнах, де проживають представники різних етносів і культур, актуалізується проблема соціальної роботи з цими категоріями осіб. Високий рівень безробіття, бідності, дискримінація, які притаманні зазначеним групам,

посилюються конфліктами, кризовими явищами в міжкультурному середовищі.

Фахівці соціальної працівники покликані забезпечувати рівність прав і свобод людей незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних переконань, статі, етнічного та соціального походження, сприяти здійсненню громадянами своїх етнокультурних прав, запобігати міжетнічним конфліктам, утверджувати міжетнічну злагоду в суспільстві, протидіяти будь-яким проявам ксенофобії, розпалюванню расової, національної, етнічної, релігійної ворожнечі тощо [3, 184].

Становлення України як незалежної держави та її входження у Європейську та світову спільноту відбувається на фоні процесів глобалізації, яка створює передумови для зростання міжетнічної взаємодії представників різних народів та культур. Країни та народи активно співпрацюють та взаємодіють в усіх сферах життя на різних стадіях – від особистісного спілкування до міжнародних переговорів на вищих рівнях, використовуючи останні досягнення інформаційних технологій. Суспільство уже давно не стоїть перед дилемою – брати участь у нових міжнародних відносинах чи не брати, адже інтернаціональні стосунки уже давно змінили свої риси, а переформування соціальних, культурних, економічних та політичних умов розвитку світу встановлює нові правила гри для всіх учасників світового співіснування без винятку.

Результатом цього є актуалізація факторів, які дозволяють досягти ефективної міжкультурної взаємодії. Серед таких факторів перш за все слід виділити розуміння проявів іншої культури, визнання іншої культурної самотності, уміння налагоджувати діалогічні відносини та йти на розумний компроміс з іншими людьми.

Соціальний працівник з метою налагодження успішної цілеспрямованої соціальної діяльності в процесі міжкультурної комунікації повинен оволодіти і низкою культурних моделей (зразків, схем), технологій і символічних об'єктів, а також умінням використовувати їх знання в повсякденній практичній діяльності. Працюючи з клієнтами, соціальний працівник може постати перед необхідністю надати їм допомогу в налагодженні ефективних контактів із представниками різних культур чи субкультур (у випадку переїзду, еміграції, зміни роботи тощо), а також і сам відчувати труднощі міжкультурної комунікації, спілкуючись з індивідами, що належать до різних соціокультурних середовищ.

Це пов'язано з тим, що процес комунікації між представниками однієї культури/субкультури відбувається через повідомлення (слова, міміку, жести, пози, елементи одягу тощо), які притаманні їхній культурі, а тому й зрозумілі.

Професійним самовдосконаленням повинен зайнятися і фахівець, який навпаки надмірно загострює свою увагу на культурних, регіональних, мовленнєвих, статусних чи інших соціокультурних особливостях клієнтів, адже це також може загострити переживання клієнтом своєї «чужинності», викликавши труднощі адаптації в новому соціокультурному середовищі [4, 25].

Проблема міжкультурної комунікації в процесі євроінтеграції фахівців соціальної сфери діяльності є надзвичайно важливим показником професійної компетентності, та означає сформованість полікультурної особистості, здатної засвоїти та практично використовувати необмежений спектр компетенцій, знань, умінь, соціокультурну грамотність та науковий світогляд для ефективного вирішення актуальних проблем в сучасному полікультурному соціальному середовищі.

Фахівець соціальної сфери в умовах багатонаціонального українського суспільства має бути підготовленим до міжкультурної взаємодії та спілкування в полікультурному соціальному середовищі, бути компетентним та ефективним у міжкультурній комунікації в сучасних євроінтеграційних процесах. Соціальні працівники мають забезпечувати рівність прав і свобод людей, сприяти здійсненню громадянами своїх етнокультурних прав, сприяти злагоді в суспільстві, запобігати міжетнічним конфліктам. Тому міжкультурна компетентність визнається як одна з важливих професійних вимог до сучасних фахівців соціальної сфери [1, 12]. Володіння міжкультурною компетентністю є основою досягнення успіху в між- культурній взаємодії та ефективному виконанні своїх професійних обов'язків.

Отже, Україна вирізняється культурним різноманіттям, населенню якого притаманні проблеми дискримінації, конфлікти, асиміляція тощо. Це вимагає професійного втручання з боку фахівця соціальної сфери, які володіють високим рівнем міжкультурної компетентності. Міжкультурна комунікація передбачає застосування всього арсеналу знань, умінь та навичок надання допомоги індивідам, групам, громадам, які належать до різних етносів і культур.

#### **Список використаних джерел:**

1. Атрощенко Т. Формування міжкультурної компетентності майбутніх фахівців: зарубіжний досвід. Науковий вісник ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота». 2016. Вип. 2(39). С. 11–14.
2. Браніцька Т. Р. Конфліктологічна культура фахівців соціономічних професій: технологія формування: монографія. Вінниця: ТОВ «Нілан ЛТД», 2018. 462 с.

3. Поліщук В.А. Підготовка майбутніх соціальних працівників США до вивчення полікультурного середовища як складова формування міжкультурної компетентності. Науковий вісник ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота». 2016. Вип. 2(39). С. 183-185.

4. Козак А. В. Феноменологія міжкультурної комунікації: теоретичні аспекти / А. В. Козак // «Педагогічні науки». Педагогічна наука: теорія, історія, інноваційні технології: зб. наук. праць, № 6(8). – Суми, 2010. – С. 23–27.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-281-7-99>

**Ковальова Т. В.**

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
доцент кафедри журналістики та філології,  
Сумський державний університет*

## **РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ЧИННИК ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ**

Сьогодні в умовах повномасштабної війни в Україні бренди втрачають ринки й аудиторію, навіть вимушені змінювати виробництво. Переміщення ринків збуту в Україні або ж просування на світові ринки – це один із виходів із ситуації, що склалася. Варто зауважити, що в час російсько-української війни українським контентом цікавляться у світі значно більше, ніж до цього, тому й наші національні виробники є досить популярними та затребуваними серед міжнародних споживачів. Такі засоби комунікації, як соціальні мережі та месенджери, українському виробнику забезпечують, по-перше, можливість захоплення нових європейських ринків збуту, по-друге, збереження постійних клієнтів і продовження комунікації з ними. Отже, виникла необхідність модернізувати рекламну комунікацію зі споживачем, аби не загубити потенційних клієнтів. Це засвідчує *актуальність* обраної теми.

Використання реклами в соціальних мережах досліджували Гринкевич С., Сорокіна Ж., Сітарчук М. [2], Кітченко О., Приходько Є. [3], Підлісна О., Виборнов А. [5], Романова А., Андрушкевич З., Вальков О. [6]. Науковці окреслили теоретичні аспекти проблеми, однак не вивченими є питання євроінтеграції українських брендів в умовах російсько-української війни.