

– націй, які формують відмінне уявлення про смішне.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Вовк К. Чому ми сміємося, коли треба плакати : феномен українського гумору. *Свідомі*. 16 лютого 2023. Режим доступу : <https://svidomi.in.ua/page/chomu-my-smiemosia-koly-treba-plakaty-fenomen-ukrainskoho-humoru> (дата звернення: 27.04.2025)
2. Гумор як складова культури спілкування. *Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації*. Режим доступу : [http://megalib.com.ua/content/8303\\_35\\_Gymor\\_yak\\_skladova\\_kyltyri\\_spilkyvannya.html](http://megalib.com.ua/content/8303_35_Gymor_yak_skladova_kyltyri_spilkyvannya.html) (дата звернення: 28.04.2025)
3. Манакін В. Мова і міжкультурна комунікація : навч. посібник для університетів. Київ : Академія, Серія «Альма-матер», 2012. 285 с.
4. Тарасова С., Сироватенко А. Сучасні підходи до вивчення гумору. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 28(2). С. 111-118. Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/trphst\\_2023\\_28%282%29\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/trphst_2023_28%282%29_22) (дата звернення: 27.04.2025)

### РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У РОЗВИТКУ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

**Ангеліна Велюш,**  
*студентка факультету іноземних мов,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка,*

У ХХІ столітті соціальні медіа стали одним із найвпливовіших інструментів комунікації в усьому світі. Такі платформи, як Instagram, Facebook, TikTok, Twitter, YouTube та інші, значно змінили спосіб, у який люди спілкуються, дізнаються новини та взаємодіють із представниками інших культур. Соціальні медіа не лише спростили міжособистісну комунікацію, а й стали потужним чинником розвитку міжкультурного діалогу.

Варто погодитись із думкою дослідників про те, що «ефективність мережевої комунікації як універсального соціокультурного механізму є результатом генезису й функціонування культури у взаємозв'язку із соціальними параметрами, а подолання культурних кордонів значно полегшує транскордонність інформаційнокомунікаційних технологій» [3, с. 22-23]. За допомогою онлайн-платформ користувачі з різних країн можуть спілкуватися в режимі реального часу, ділитися традиціями, цінностями, думками й поглядами. Наприклад, молодь з України може дізнаватися про повсякденне життя однолітків у Японії або Бразилії, не покидаючи власної кімнати. Завдяки перекладацьким функціям і візуальному контенту (фото, відео, меми) обмін інформацією стає простішим та доступнішим.

## VII МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

---

Соціальні мережі також сприяють формуванню толерантності, поваги до культурного розмаїття та зменшенню стереотипів. У процесі взаємодії з представниками інших культур люди починають краще розуміти традиції, вірування, мову, звички та побут інших народів [3, с. 24]. Наприклад, завдяки популяризації національних свят або культурних особливостей у TikTok та Instagram, користувачі можуть дізнаватися про Рамадан, Холі, День подяки чи інші події без участі в офлайн-заходах.

Водночас важливо враховувати й ризики, які спричиняють соціальні медіа. По-перше, через алгоритми, що підбирають контент за вподобаннями, користувачі можуть залишатися в «інформаційній бульбашці»: бачити лише схожі ідеї та не взаємодіяти з іншими культурами. По-друге, в соціальних мережах поширюються не лише позитивні думки, а й дезінформація, мова ворожнечі, стереотипи, які можуть викликати міжкультурні конфлікти або непорозуміння. Тому важливо розвивати медіаграмотність і критичне мислення, щоб правильно інтерпретувати отриману інформацію. До прикладу, «представлення однакової за змістом події у ЗМІ країн Сходу відрізнятиметься від американського способу висвітлення інформації. Відповідно до ментальних стереотипів східних народів повідомленню про факт має передувати підготовча преамбула, яка створює своєрідний настрій сприйняття події та забезпечує її адекватну оцінку. Характер медіакомунікації в американсько-європейських стандартах прямий, що передбачає безпосереднє і максимально чітке висвітлення події без додаткових нашарувань, що можуть заважати сприйняттю інформації» [3, с. 16].

Ще одним важливим аспектом є участь блогерів, інфлюенсерів і лідерів думок у популяризації культурного діалогу. Вони можуть виступати своєрідними «мостами» між культурами, поширюючи традиції своєї країни, а також розповідаючи про інші культури. Наприклад, тревел-блогери чи етнографи можуть показати життя племен Африки або побут людей у Південній Кореї, зменшуючи упередженість і незнання.

Окрім персонального спілкування, соціальні мережі стають ефективним інструментом для реалізації міжкультурних проєктів у сфері освіти, бізнесу та мистецтва. Наприклад, численні міжнародні програми обміну використовують платформи, як-от Zoom, Facebook або WhatsApp, для підтримки зв'язку між учасниками з різних країн. Студенти, які беруть участь у програмах Erasmus або United World Colleges, часто створюють спільні Instagram-блоги, де діляться своїм досвідом і розповідають про культурні особливості своїх країн. До того ж соціальні мережі відкривають нові можливості для вивчення іноземних мов у неформальному середовищі. Сьогодні багато користувачів вивчають мову, просто підписуючись на блогерів або сторінки, що ведуться іншими мовами. Це дає змогу краще розуміти мовний контекст, гумор, жаргон, що є важливою складовою міжкультурної компетентності [2].

У бізнес-середовищі соціальні медіа також відіграють важливу роль у встановленні партнерств між представниками різних культур. Маркетингові кампанії, створені з урахуванням культурного контексту цільової аудиторії,

## VII МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

дозволяють брендам ефективніше взаємодіяти зі споживачами у різних країнах. При цьому успішна міжкультурна комунікація через соціальні медіа вимагає розуміння мови, норм поведінки, символіки та культурних табу кожного окремого ринку [1].

Отже, соціальні медіа відіграють ключову роль у розвитку міжкультурної комунікації. Вони сприяють обміну досвідом, знаннями та цінностями, розширюють горизонти й поглиблюють розуміння між народами. Однак ефективність цього процесу залежить від свідомого та відповідального використання медіа, відкритості до нового й готовності до діалогу. У майбутньому значення соціальних мереж у культурній комунікації лише зростатиме, адже світ стає дедалі глобальнішим і взаємопов'язаним.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Белянська О., Огерчук Ю. Соціальні мережі та бізнес : значимість, переваги та проблеми. *Економіка та суспільство*. Вип. 32, 2021. Режим доступу : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/839/806> (дата звернення: 29.04.2025)
2. Калініченко О., Кошова Ю., Мельничук Ю. Використання соціальних мереж в освітньому процесі. *Актуальні питання педагогіки вищої медичної освіти* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. Харків : ХНМУ, 2023. С. 82-84. Режим доступу : <https://repo.knmu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/23059601-4694-4a39-b3a5-7475dd275bcb/content> (дата звернення: 28.04.2025)
3. Конюкова І., Сидоровська Є. Тенденції розвитку міжкультурної комунікації в соціальних мережах. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал, 2022. № 4. С. 21-25. Режим доступу : <https://journals.uran.ua/visnyknakkkim/article/view/269429> (дата звернення: 28.04.2025)
4. Манакін В. Мова і міжкультурна комунікація : навч. посібник для університетів. Київ : Академія, Серія «Альма-матер», 2012. 285 с.

### КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ЧИННИК У ВИМІРІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

**Ковальчук Н. В.**

*студентка факультету філології і журналістики  
Тернопільський національний педагогічний  
університет імені Володимира Гнатюка*

У сучасному глобалізованому світі, де різні культури тісно переплітаються, вивчення іноземних мов перестає бути лише засобом для комунікації. Сьогодні