

**Слинько В. О.**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності  
014.022 Середня освіта. Німецька мова та зарубіжна література  
Полтавського національного педагогічного університету  
імені В. Г. Короленка*

## **МОДА ЯК НЕВЕРБАЛЬНА СКЛАДОВА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Наслідки глобалізації можна знайти в багатьох сферах повсякденного життя. І вони особливо очевидні у збільшенні та прискоренні міжнародних міграційних процесів. Крім того, відбуваються масштабні зміни в багатьох сферах сьогоденного суспільства: політиці, економіці, культурі. Наприклад, в економічному контексті з'являються нові форми організації, зростає міжнародне співробітництво і все більше людей працюють за кордоном. В результаті цих подій за останні сто років кількість зустрічей між людьми різних культур значно зросла. Це підкреслює як важливість сфери міжкультурної комунікації, так і інтерес до цієї теми. Спілкуючись з людьми з інших культур, ми відчуваємо, що ми відрізняємося не лише мовою, але й певними культурними моделями та поведінкою. Ми сприймаємо це як належне, розуміючи, що, очевидно, не скрізь ми однакові. Брак знань і розуміння інших культур може призвести до непорозумінь або навіть конфліктів між їх носіями. Тому важливо подумати про деякі особливості міжкультурної комунікації та набути базових знань і основних навичок. У багатьох людей міжкультурна компетентність розвивається ще в дитинстві. Значний внесок у це вносять освіта, ставлення батьків та шкільне середовище. Міжкультурна компетенція та міжкультурна комунікація також можуть і повинні бути вивчені та навчені.

Культурні відмінності впливають на спілкування, методи управління, ставлення до роботи чи переговори. Посилення інтернаціоналізації змушує компанії мати справу з іншими країнами, культурами, економічними та соціальними системами. Це сприяло виробленню корпоративної культури,

що створюється людьми, які несуть свої цінності та поведінку в компанію. Менеджери міжнародних компаній визнали, що недостатньо просто мати техніко-економічний досвід і знання іноземних мов, а й необхідно також узгоджувати власну корпоративну поведінку з міжкультурними стандартами. Це сприяє успішній діяльності в середовищі, що характеризується чужою культурою. Якщо компанія хоче вижити на міжнародному рівні, вона повинна мати можливість заздалегідь спрогнозувати і оцінити, який вплив культурні відмінності можуть мати на спілкування з партнерами чи, навіть, і на результати переговорів.

Ще одна потенційна складність у міжкультурній комунікації – це відмінності в невербальній комунікації між культурами. Для деяких культур невербальне спілкування є ключовим інструментом для ефективного спілкування, тоді як в інших культурах невербальні сигнали зведені до мінімуму. Хоча є певні частини невербальної комунікації, які є універсальними, наприклад: усмішка, коли людина щаслива, деякі невербальні жести можуть мати різне значення в різних культурах, а також одяг людини, і, власне, мода. Мода є відображенням культури та суспільства, в якому вона існує. Це форма вираження, яку можна використовувати для передачі ідентичності, цінностей і переконань. Культурні впливи відігравали значну роль у моді протягом всієї історії і продовжують це робити сьогодні. Від традиційного етнічного одягу до сучасного вуличного одягу, культурні впливи можна побачити в кожному аспекті моди. У стародавніх цивілізаціях одяг був символом статусу та влади, а матеріали, що використовувалися для його виготовлення, часто визначалися ресурсами, доступними в певному регіоні. Шовк, наприклад, високо цінувався в Стародавньому Китаї і використовувався для виготовлення розкішного одягу, призначеного для багатих і всесильних. У стародавньому Єгипті льон був найпоширенішим матеріалом для виготовлення одягу, оскільки він був легким і дихаючим, що робило його ідеальним для жаркого клімату.

Мода є формою мови та вираження, що базується на її історичному підґрунті, вона може бути надзвичайно елітарною, розділяючою та водночас об'єднуючою. Вона також може відігравати певну роль у збереженні культурних традицій і звичаїв. Традиційний одяг і текстиль можна розглядати як культурні артефакти, які розповідають про історію та ідентичність певної спільноти.

Невербальна комунікація така ж давня, як і людство. Сучасний стан знань говорить про те, що невербальне спілкування в багатьох ситуаціях так само важливе або навіть важливіше, ніж вербальне.

*Мельник Г. М.*

*кандидатка педагогічних наук, доцентка,  
доцентка кафедри технологічної та професійної освіти  
Дрогобицького державного педагогічного  
університету ім. Івана Франка*

## **НАСТУПНІСТЬ НАВЧАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ВИШИВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ТЕХНОЛОГІЙ**

Вишивання є найпопулярнішим видом українського декоративно-ужиткового мистецтва, адже ним до снаги займатися як справжньому майстру, так і простому поціновувачу й навіть новачку. Нині серед молоді спостерігається зростання інтересу до індивідуального виготовлення вишитих виробів. На фоні сучасної тенденції до стандартизації й уніфікації промислових виробів, оригінальні роботи, створені власними руками, набувають особливої цінності, бо відображають творчий потенціал молодої людини, її індивідуальну й неповторну манеру, водночас розвиваючи художню культуру народу.

Зміст праці сьогодні визначається зростаючою часткою творчості в діяльності та результатах. У зв'язку з цим, перед закладами освіти стоїть завдання закласти підґрунтя майстерності й виховати молоде покоління самостійним, творчим, ініціативним. У реалізації цього завдання важливе