

Література

1. Культура в глобальному світі. Ред.-состав. Б.Ю. Сорочкин. Санкт-Петербург. Алетея. 2005. Т. 2.
2. Грищенко О. А. Культура і влада. Теорія і практика культурної політики в сучасному світі. Київ : УЦКД, 2000.
3. Положення про Український культурний фонд // Наказ Міністерства культури України від 30.06.2017 року №612: [сайт Мінкультури України]. Режим доступу: <http://195.78.68.75/mcu/control/publish/article?art-id=245257697>.
4. Указ Президента України "Про визначення осіб до складу Наглядової ради Українського культурного фонду" // Указ Президента України П.Порошенка від 14 грудня 2017 року № 416/2017. Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/416/2017>.
5. Міністерство культури України оголошує результати рейтингового інтернет-голосування з обрання відповідної частини Наглядової ради Українського культурного фонду. Режим доступу : <http://195.78.68.75/mcu/control/publish/article?art-id=245300992>.
6. Прес-конференція в Укрінформі представників Міністерства культури від 7 листопада 2017 року. Режим доступу: <https://www.ukr.inform.ua/rubric-culture/2339395-ukrainskiy-kulturniy-fond-poselitsa-u-mistechkomu>.

References

1. Sorochkin, B.Yu. (Eds.). (2005). Culture in the Global World. St. Petersburg : Aleteia, 2 [in Russian].
2. Hrytsenko, O. A. (2000). Culture and Power. Theory and Practice of Cultural Policy in the Modern World. Kyiv : UTsKD [in Ukrainian].
3. Regulations on the Ukrainian Cultural Foundation. Order of the Ministry of Culture of Ukraine (2017, June 30). Retrieved from <http://195.78.68.75/mcu/control/publish/article?art-id=245257697> [in Ukrainian].
4. Decree of the President of Ukraine "On Determination of People to the Supervisory Board of the Ukrainian Cultural Foundation" (2017, December 14). Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/416/2017> [in Ukrainian].
5. The Ministry of Culture of Ukraine announces the results of the rating Internet voting on the election of the relevant part of the Supervisory Board of the Ukrainian Cultural Foundation. Retrieved from: <http://195.78.68.75/mcu/control/publish/article?art-id=245300992> [in Ukrainian].
6. A press conference of representatives of the Ministry of Culture at the Ukrinform on November 7, 2017. Retrieved from: <https://www.ukr.inform.ua/rubric-culture/2339395-ukrainskiy-kulturniy-fond-poselitsa-u-mistechkomu-arsenali.html/> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 27.03.2018 р.

УДК 008+379. 85

Красовський Сергій Олександрович
асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Київського національного університету
культури і мистецтв

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ФОРМУВАННІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Мета статті – проаналізувати роль комунікативного потенціалу міжнародного туризму в формуванні міжкультурної компетентності. **Методологія** дослідження ґрунтується на міждисциплінарному поєднанні методів культурологічного, комунікативного, психологічного і педагогічного підходів. **Наукова новизна** полягає у першій спробі в українській культурології обґрунтувати провідне значення комунікативного потенціалу міжнародного туризму в формуванні міжкультурної компетентності. **Висновки.** Під час безпосереднього контакту з іншою культурою турист має змогу краще зрозуміти мотиви, емоції, бажання, цінності, особливості ментальних феноменів, вчинків і под. представників країни відвідування. Актуалізація культури та її представників у різних контекстах вимагає від туриста вміння застосовувати різні знання і навички, "підключати" нові емоції, які стають практичною основою формування навичок комунікування. Турист змушений активно відшукувати різну інформацію, залучаючи для цього всі ресурси – вербальні й невербальні, що стимулює у нього пізнавальні якості. Так турист стає не пасивним спостерігачем, а активним дослідником, який прагне знайти відповіді на безліч питань, які виникають у нього під час інтерпретації та порівняння явищ іншого культурного середовища з цінностями власної культури. Все це формує у нього вміння і навички, необхідні для успішної взаємодії і відповідальної поведінки у взаємовідносинах з представниками різних культур.

Ключові слова: міжнародний туризм, турист, культура, міжкультурна компетентність, комунікування.

Красовский Сергей Александрович, ассистент кафедры гостинично-ресторанного бизнеса Киевского национального университета культуры и искусств

Роль международного туризма в формировании межкультурной компетентности

Цель статьи – проанализировать роль коммуникативного потенциала международного туризма в формировании межкультурной компетентности. **Методология** исследования основывается на междисциплинарном сочетании методов культурологического, коммуникативного, психологического и педагогического подходов. **Научная новизна** заключается в первой попытке в украинской культурологии обосновать ведущее значение международного туризма для формирования межкультурной компетентности. **Выводы.** Во время непосредственного контакта с другой культурой турист имеет возможность лучше понять мотивы, эмоции, желания, ценности, особенности ментальных феноменов, поступков и под. представителей страны посещения. Актуализация культуры и ее представителей в различных контекстах требует от туриста умения применять различные знания и навыки, "подключать" новые эмоции, которые в совокупности становятся основой формирования практического опыта коммуницирования. Турист вынужден активно отыскивать различную информацию, привлекая для этого все ресурсы – вербальные и невербальные, что стимулирует у него познавательные качества. Так турист становится не пассивным наблюдателем, а активным исследователем, который стремится найти ответы на множество вопросов, которые возникают у него при интерпретации и сравнении явлений другой культурной среды с ценностями своей культуры. Все это формирует у него умения и навыки, необходимые для успешного взаимодействия и ответственного поведения во взаимоотношениях с представителями различных культур.

Ключевые слова: международный туризм, турист, культура, межкультурная компетентность, коммуницирование.

Krasovskyi Serhii, assistant to the chair of hotel and restaurant business Kiev National University of Culture and Arts

The role of international tourism in the formation of intercultural competence

The purpose of the article is to analyze the role of international tourism in the formation of intercultural competence. The **methodology** of the research is based on an interdisciplinary combination of cultural, communicative, psychological and pedagogical approaches. **Scientific novelty** lies in the first attempt in Ukrainian cultural studies to justify the leading importance of international tourism for the formation of intercultural competence. **Conclusions.** During direct contact with another culture, the tourist has the opportunity to better understand the motives, emotions, desires, values, features of mental phenomena, deeds and under. representatives of the country of visit. The actualization of culture and its representatives in different contexts requires from the tourist the ability to apply various knowledge and skills, "connect" new emotions, which together form the basis for the formation of practical experience of communication. The tourist is forced to actively search for various information, attracting for this all resources – verbal and non-verbal, which stimulates his cognitive qualities. So a tourist becomes not a passive observer, but an active researcher who seeks answers to many questions that arise in interpreting and comparing the phenomena of another cultural environment with the values of his culture. All this forms in him the skills necessary for successful interaction and responsible behavior in relations with representatives of different cultures.

Key words: international tourism, tourist, culture, intercultural competence, communication.

Актуальність теми дослідження. Реалії глобалізованого сьогодення вимагають від людини вміння вільно орієнтуватися в мультикультурному світі, з розумінням відноситися до особливостей інших культур, підтримувати їх традиції, цінності та й культурне розмаїття загалом. Здатність людини швидко орієнтуватися і адаптуватися в специфіці інших культур може бути природньою або набутою під час навчання і виховання або у процесі практичного досвіду.

Останніми роками до кола наукових інтересів та практичного формування відповідних навичок входить поняття "міжкультурна компетентність", яку нині вважають однією з ключових компетентностей особистості – незалежно від її професійної підготовки чи життєвих пререференцій, тому дослідження умов і засобів її формування є актуальним напрямом сучасних гуманітарних досліджень. Відтак мета статті – проаналізувати роль міжнародного туризму в формуванні міжкультурної компетентності.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретичними аспектами міжкультурної компетентності цікавляться такі зарубіжні дослідники, як О. Садохін, Дж. Равен, А. Кнапп-Поттхофф, Д. Мацумото та ін. Власне умовам та завданням формування міжкультурної компетентності присвячені праці М. Байрама, К. Моргана, М. Флемінга, Т. Овсяннікової, М. Кноулз, Н. Янкіної, Н. Козирєвої та ін.

Міжкультурна компетентність в межах української науки представлена переважно в педагогічних напрацюваннях: Н. Кобзар, А. Діордієва Т. Атрощенко, С. Александрова, К. Юр'єва, О. Тищенко, О. Слюсаренко, О. Данищенко та ін., тому загалом можна констатувати зростання інтересу до міжкультурної компетентності, утім, недостатність її розробок у межах культурології.

Виклад основного матеріалу. Міжкультурна компетентність характеризує вміння і навички, необхідні для успішної взаємодії і відповідальної поведінки у взаємовідносинах між представниками різних культур: вміння співпереживати і уважно слухати, позитивно сприймати і виявляти бажання

комунікації з представниками інших культур, бути поступливим у взаєминах, відчувати бажання до пізнання нових досвідів, характерних для інших культур [12].

Поняття компетентність (поінформованість, обізнаність, авторитетність) походить від латинського "компетентний" (competens) – відповідний, здатний, узгоджений" (від "взаємно прагнути, відповідати, підходити") [3] і стосується кола питань, в яких людина досконало обізнана, має відповідний базис знань та достатній практичний досвід. Також це поняття трактують як володіння знаннями, які дають змогу розмірковувати про що-небудь [4, 241]. Компетентність насамперед дає змогу людині ефективно вирішувати питання і продуктивно діяти у відповідній професійній галузі.

При цьому, на думку Е. Роджерза та Т. Стейнфатта, заявлена або замовчана ціль більшості досліджень, навчання та викладання у сфері міжкультурної комунікації – це підвищення міжкультурної компетентності [15, 221], до універсальних ознак якої російський дослідник О. Садохін відносить: відкритість до пізнання чужої культури, сприйняття психологічних, соціальних та інших міжкультурних відмінностей; вміння розмежовувати колективне й індивідуальне в комунікативній поведінці та психологічну налаштованість на кооперацію з представниками іншої культури; здатність долати соціальні, етнічні й культурні стереотипи; володіння комунікативними засобами, коректний їх вибір залежно від ситуації; дотримання етикетних норм у процесі комунікації [8, 133].

Вчений наголошує, що формування навичок компетентної міжкультурної комунікації вимагає від її учасників розуміння, що, коли, кому і як він може і повинен сказати або зробити, тому для успішної реалізації цих установок, на його думку, необхідні: соціокультурні (контекстні) знання, комунікативні навички, мовні знання, а також психологічні вміння. Соціокультурні знання формуються в результаті соціального і особистого досвіду і складають фонові знання про світ. Незнання особливостей національно-культурної специфіки призводить до комунікативних невдач і конфліктів, які найчастіше проявляються у поведінковій сфері, що включає невербальні засоби спілкування, народні традиції, манери вітання тощо. Комунікативні навички ("коли і кому") – це сукупність способів виразу ідей, думок, почуттів, переживань, способів впливу в процесі спілкування для досягнення цілей комунікації. Це теж результат досвіду спілкування з представниками інших культур. Мовні знання ("як") – інструмент пізнання своєї та іншої культури, який забезпечує адекватне розуміння культурних особливостей, дає змогу адаптувати свою поведінку до поведінки партнерів. Так формується більш висока здатність до адекватного взаєморозуміння. Психологічні вміння ("міжкультурна чутливість") також відповідають на питання "як", оскільки висловлюють тип реакції індивіда на явища іншої культури. В їх основі – природна товариськість, що виражається в здатності вступати в психологічні контакти, формувати довірчі взаємини; характеризується відсутністю напруги, досади, психологічного дискомфорту, стонем, який у соціальній психології називається емпатією [9, 164-165].

Отже, такі ознаки міжкультурної компетентності, як соціокультурні знання і комунікативні навички, на думку О. Садохіна, це результат попереднього досвіду спілкування з представниками інших культур. Водночас варто наголосити, що досконало вивчити іноземну мову, як відомо, теж можна тільки у процесі безпосереднього спілкування з носієм мови чи занурення в іншу культуру. Власне цей спосіб зазвичай і використовується для навчання мови, проте він є не менш ефективним засобом формування навичок міжкультурного спілкування.

Американський дослідник М. Кноулз виокремлює когнітивні та активні методи підготовки до ефективної міжкультурної комунікації, найбільшу вагу серед них приділяючи розробленим саме для формування міжкультурної компетентності: контрастування культур (contrast culture), культурне пристосування (culture assimilator), кроскультурний діалог (cross-cultural dialogue), культурний аналіз (culture analysis), культурне занурення (communitybased immersion) та країнознавство (area studies) [14].

Метою методу занурення, представленого у працях авторів М. Байрама, К. Моргана, М. Флемінга, є формування таких компонентів міжкультурної компетентності: вміння розпізнати та інтерпретувати явища іншої культури, порівнювати їх зі своїми, критично оцінювати власну культуру, формування доброзичливого ставлення до представників інших культур, подолання стереотипів. Дослідники виокремлюють декілька варіантів отримання культурологічної інформації, серед яких внутрішнє спостереження, коли людина бере участь у подіях, збір фактів і под. [13].

Навіть такий побіжний аналіз умов і методів формування міжкультурної компетентності дає змогу виокремити в них одну з ключових позицій, яка передбачає практичний досвід спілкування з представниками інших культур, безпосереднє занурення в культуру іншого народу. Без сумніву, якнайкраще це можна реалізувати у процесі відвідування інших країн.

Так туризм стає одним з найдійовіших засобів вивчення культури іншої країни, своєрідним методом занурення, який імплікує безпосередній контакт з матеріальною та духовною культурою іншого народу [1], є основою сучасної імерсійної моделі навчання міжкультурній комунікації, варіан-

том технологій концентрованого навчання (евристичні занурення (А. Хуторський), занурення в культуру (О. Євладова), занурення в порівняння (О. Тубельський)).

Як зазначають дослідники О. Ухтомський, В. Рогатін, С. Міхно, умови, які часто відносять до чинників навчання і виховання, – це середовище, в якому реалізується причинно-наслідковий зв'язок між предметами, подіями, явищами, процесами. При цьому діяльність людини значною мірою визначається домінантою – стійким осередком підвищеного збудження у корі та/або підкірці головного мозку, що здатна стягувати зовнішні подразники. З одного боку це – фізіологічна основа стереотипного мислення, з іншого – основа творчого осяяння. Виділяють три стадії розвитку домінанти: 1) виникає під впливом внутрішньої секреції та зовнішніх подразників; 2) формування умовного рефлексу, коли з попередньої кількості діючих збуджень домінанта виокремлює особливо "цікаву" групу; 3) між домінантою та зовнішнім подразником встановлюється міцний зв'язок, коли подразник буде викликати та підкріплювати її. Основні властивості домінанти – підвищене збудження, інерція у часі і здатність підсумовувати зовнішні подразники, "підживлюватися ними" [5].

Найкращими умовами для пізнання фахівці визначають задоволення, релаксацію (ненапруженість), позитивні емоції (радість) [7, 36]. Фактично, все те, що турист очікує і зазвичай отримує у процесі подорожі. Активізація різних психічних процесів, позитивні емоції стають домінантою уявлень про культуру країни відвідування, формуючи у туриста відкритість, інтерес, емпатію, толерантність і под.

Під час безпосереднього контакту з іншою культурою турист має змогу не лише отримати інформацію про характерні для країни способи життя, культурно-історичні пам'ятки, а й у процесі вирішення різних непередбачуваних ситуацій і проблем, з яким він без сумніву стикається у подорожі, краще зрозуміти мотиви, емоції, бажання, цінності, особливості ментальних феноменів, вчинків і под. представників країни відвідування.

Актуалізація культури та її представників у різних контекстах вимагає від туриста вміння застосовувати різні знання і навички, "підключати" нові емоції, які у сукупності стають основою формування практичного досвіду комунікування. Саме в безпосередній взаємодії з представниками інших культур засвоюються стереотипи їх поведінки, в яких проявляються характерні риси іншого народу. Незважаючи на негативне відношення до стереотипів, варто розуміти, що саме вони інколи допомагають краще зрозуміти причини поведінки й особливості ставлення комунікантів один до одного та уникнути непорозуміння.

У процесі подорожі турист не може залишатися пасивним реципієнтом, а вимушений активно залучатися до пошуку різної інформації, залучаючи для цього всі ресурси – вербальні й невербальні, що, у свою чергу, стимулює у нього пізнавальні якості, цікавість до іншої культури. Як зазначає українська дослідниця Е. Слободенюк, глибина й ефективність міжкультурної комунікації визначається тим, як цей процес активізує екзистенційні структури особистості, її світогляд, ціннісні орієнтації та горизонти культурного освоєння світу [10].

Так турист стає не пасивним спостерігачем, а активним дослідником, який прагне знайти відповіді на безліч питань, які виникають у нього під час інтерпретації та порівняння явищ іншого культурного середовища з цінностями власної культури. Порівняння – це дієвий інструмент для відкриття нового, алгоритм його застосування в умовах занурення включає 4 рівня: спостереження; виявлення підстав для порівняння; пошук подібностей і відмінностей; висновки. Порівняння дає змогу щонайкраще наблизитися до розуміння сутності об'єктів, тобто вийти на формування концептуального мислення [7, 48-49]. Також порівняння активізує у туриста здатність через засвоєння іншої культури краще розуміти особливості власної. При цьому безпосереднє занурення в культуру іншої країни формує у туриста навички оцінювати дії її представників, не використовуючи власну культуру як своєрідну систему координат, в межах якої потрібно розглядати іншу культуру, чия як точку відліку для позитивної оцінки.

Отже, занурення туриста в іншу культуру – це процес, який поступово дає змогу реалізувати його універсальні якості як розвиненої креативної особистості.

Так інтеграція у процесі туристичної подорожі, яка дає можливість вийти за межі власної культури, оволодіти культурою інших народів за умови збереження власної культурної ідентичності, стає стратегією формування міжкультурної компетентності. Як зазначає Г. Ауернхаймер, формування міжкультурної компетентності має починатися зі спрямованого самоаналізу і критичної саморефлексії [1]. Н. Козирева зазначає, що туризм є діалогічною формою зустрічі культур, яка, з одного боку, сприяє поглибленню культурної самосвідомості й ідентифікації того, хто подорожує, а з іншого, призводить до взаємозбагачення культур завдяки взаємообміну культурним досвідом [2, 27].

З іншого боку, "в умовах глобалізації шанси забезпечити собі найоптимальніші умови розвитку мають культури, здатні вписатися у світовий контекст не як екзотичні релікти, а як джерела нових

творчих імпульсів, такі, що викликають до себе інтерес не лише оригінальністю, а й актуальністю своїх цінностей та ідей" [11, 21], засобом формування і ретрансляторами яких можуть стати безпосередні контакти між представниками населення різних країн.

Т. Овсянникова розуміє міжкультурну компетентність як здатність ефективно здійснювати міжкультурну взаємодію, виступаючи в ролі посередника між представниками своєї та іншої культури, усвідомлюючи себе представником певної етнічної спільноти, нації і всього людства і сприймаючи ситуацію міжкультурного діалогу як обов'язкову умову самореалізації і взаємозбагачення представників різних культур [6, 153].

Так високий рівень міжкультурної компетентності туриста уможливило формування у нього якостей своєрідного універсального медіатора культур.

Висновки. Під час безпосереднього контакту з іншою культурою турист має змогу краще зрозуміти мотиви, емоції, бажання, цінності, особливості ментальних феноменів, вчинків і под. представників країни відвідування. Актуалізація культури та її представників у різних контекстах вимагає від туриста вміння застосовувати різні знання і навички, "підключати" нові емоції, які у сукупності стають основою формування практичного досвіду комунікування.

Турист змушений активно відшукувати різну інформацію, залучаючи для цього всі ресурси – вербальні й невербальні, що стимулює у нього пізнавальні якості. Так турист стає не пасивним спостерігачем, а активним дослідником, який прагне знайти відповіді на безліч питань, які виникають у нього під час інтерпретації та порівняння явищ іншого культурного середовища з цінностями власної культури. Все це формує у нього вміння і навички, необхідні для успішної взаємодії і відповідальної поведінки у взаємовідносинах між представниками різних культур.

Література

1. Атрощенко Т. О. Теоретичні основи процесу формування міжкультурної компетенції майбутніх фахівців: зарубіжний досвід / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Педагогіка. Соціальна робота. 2016. Вип. 2. С. 11-14.
2. Козырева Н.Е. Межкультурная коммуникация в содержании туристского образования: дис.. на соискание уч. степени канд. пед. наук: спец 13.00.08. – "Теория и методика профессионального образования". Сходня, 2001. 148 с.
3. Компетентія // Юридична енциклопедія : В 6 т. [Електронний ресурс] / редкол.: Ю. С. Шемшученко (голова редкол.) та ін. – К. : Укр. енцикл., 1998. URL: <http://leksika.com.ua/16890902/legal/kompetentsiya>.
4. Локшина С. М. Краткий словарь иностранных слов.. М.: Русский язык; 1985. 352 с.
5. Міхно С. В. Занурення в об'єкт пізнання як умова формування пізнавально-творчої самостійності студентів в евристичному навчанні / Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2008. № 4. С.145-149.
6. Овсянникова Т. В. Педагогические условия формирования межкультурной компетентности студентов / Вектор науки ТГУ. 2011. №2 (5). С. 152–155.
7. Олешков М.Ю. Современные образовательные технологии: учебное пособие. Нижний Тагил: НТГСПА, 2011. 144 с.
8. Садохин А. П. Межкультурная компетентность: понятие, структура, пути формирования / Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Том X. №1. С. 125–139.
9. Садохин А. П. Межкультурная компетенция и компетентность в современной коммуникации (Опыт системного анализа) / Общественные науки и современность. 2008. № 3. С. 156-166
10. Слободенюк Е. В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами: Автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.03 / Ін-т філос. ім. Г.С.Сковороди НАН України. Одеса, 2003. 19 с.
11. Чечель О. М. Державна політика у сфері культури як елемент стратегії національної безпеки України / Вісник національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2017. Вип. 2. С. 19-23.
12. Arasaratnam Lily A. Міжкультурна компетентність. URL: [Australiahttps://centerforinterculturaldialogue.files.wordpress.com/2017/07/kc3-intercultural](https://centerforinterculturaldialogue.files.wordpress.com/2017/07/kc3-intercultural).
13. Byram M., Morgan C. Teaching-and-learning language-and-culture. Clevedon; Avon, 1994. P. 203-209.
14. Knowles Malcolm. The definitive classic in adult education and human resource development. Amsterdam, Boston: Elsevier, 2011. 406 p.
15. Everett M. Rogers, Thomas M. Steinfatt. Intercultural Communication. Waveland Press, Inc. Prospect Heights, Illinois, 1999. 292 p.

References

1. Atroshchenko, T.(2016). Theoretical basis of the process of formulating the artistic and cultural competence of the Maybutn faculties: Zarubizhny dosvid / Naukovy visnik Uzhgorodskogo natsionalnogo university, 2, 11-14. [in Ukrainian].
2. Kozyreva, N.(2001). Intercultural communication in the content of tourism education: dis .. for the competition uch. degree of Cand. ped. Sciences: special 13.00.08. "Theory and methodology of professional education". Skhodnya. [in Russian].

3. Competence / Legal Encyclopedia: In 6 tons. [Electronic resource / rare: Yu. S. Shemshuchenko (head of the rare.) That in. K.: Ukr. Encyclopedia, 1998. URL: <http://leksika.com.ua/16890902/legal/kompetentsiya>. [in Ukrainian].
4. Lokshina, S. (1985). M Short dictionary of foreign words. Edition of the 8th, Sr. M. : Russian language. [in Russian].
5. Mihno, S. (2008). Immersion into the object of cognition as a condition for the formation of cognitive and creative independence of students in heuristic learning / Herald of the Vinnytsia Polytechnic Institute, № 4, 145-149. [in Ukrainian].
6. Ovsyannikova, T. (2011). Pedagogical conditions of formation of intercultural competence of students / The science vector of TSU, № 2 (5), 152-155. [in Russian].
7. Oleshkov, M. (2011). Modern educational technologies: a manual. Nizhny Tagil: NTGSPA. [in Russian].
8. Sadokhin AP Intercultural competence: concept, structure, ways of formation / Journal of Sociology and Social Anthropology. 2007. Tom H. No. 1. Pp. 125-139. [in Russian].
9. Sadokhin, A. (2008) Intercultural competence and competence in modern communication (Experience of system analysis) / Social Sciences and Modernity. N. 3, 156-166. [in Russian].
10. Slobodenyuk, E. (2003). Tourism yak chinnik gumanitsatsii vidnosin mizh peoples: Author's abstract. dis ... cand. the philosopher. Sciences: 09.00.03 / Ін-т філос. ім. GS Skvorodi National Academy of Sciences of Ukraine. Odesa. [in Ukrainian].
11. Chechel O. (2017). State cultural policy as an element of the national security strategy of Ukraine / National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald, 2. P. 19-23. [in Ukrainian].
12. Arasaratnam, Lily A. Intercultural Communication. URL: Australia https://centerforinterculturaldialogue.files.wordpress.com/2017/07/kc3-intercultural-competence_ukrainian.pdf. [in English].
13. Byram, M., Morgan, C. (1994). Teaching-and-learning language-and-culture. Clevedon; Avon, 203-209. [in English].
14. Knowles, Malcolm. (2001). The definitive classic in adult education and human resource development. Amsterdam, Boston: Elsevier. [in English].
15. Everett M. Rogers, Thomas, M. (1999). Steinfatt. Intercultural Communication. Waveland Press, Inc. Prospect Heights, Illinois. [in English].

Стаття надійшла до редакції 23.01.2018 р.

UDC [659.148].477

Nazarenko Kateryna

PhD-candidate, Kyiv National University
of Culture and Arts

SOCIOCULTURAL POTENTIAL OF TV ADVERTISEMENT

Purpose of Research. The purpose of the research is to analyse the sociocultural potential of the commercial and its main elements influence on the consumers' minds, including children and young people and their perception of the quality or low-quality television product. **Methodology.** Methodology of the research is based on the using of different groups of methods: theoretical (analysis and synthesis of empirical material, its classification, systematization, generalization); diagnostic (questionnaires, interviews, interviews with journalists, psychologists, pediatricians, employees of TV companies) to determine the main areas of the studying the problem of using the socio-cultural potential of TV commercials; conceptual and structural ones (analysis of the subject and the genre palette of TV commercials, interest of its audience). **Scientific Novelty.** The scientific novelty of the study is to highlight the socio-cultural potential of the commercial as an effective instrument to manipulate the consciousness of consumers and to form the worldview of the individual. **Conclusions.** Television advertisements provide the broad communication. In addition, commercials actively affect the human consciousness. We can list up the following positive features of the advertising: information and cognitive function of TV commercials; social TV commercials, which attract viewers to socially important problems; the competition, generated by the television advertisements, which is a necessary component of the state's development; the improvement of telecommunication, etc. However, TV advertising is not always safe for watchers, who often "consume" teleproducts, which make them, be "dependent" on television. It leads to the detriment of physical health (especially children and adolescents) and the reduction of the criticality of the consumer's perception. TV and radio companies do not have the technology of forecasting and using the sociocultural potential of TV commercials. In our opinion, TV programs should be created according to the programmatic approach to the preparation, creation and release of television advertising, redistribution of functions of advertising managers, advertising agents and director of television programs. To develop of the domestic social institution of advertising, we have to significantly improve the educational activities among advertisers and specialists in the field of developing promotional products, in order to prevent the spread of low-quality advertising, which can damage the consumers' mind. All in all, in our opinion, the production and placement of television advertising must be controlled by the state.

Key words: commercial, consciousness, sociocultural potential consumers, viewers, advertising, TV program, manipulation.