

Морозова Є.С., Птащенко О.В.

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Анотація. У роботі представлено дослідження складових глобалізації інформаційних технологій і засобів масової інформації з точки зору їх впливу на суспільство та на розвиток міжнародного маркетингу. У глобальних масштабах інформаційні технології впливають на розвиток електронних засобів масової інформації, що дає ефект «скорочення» часі-простору при протіканні глобальних процесів, і формування як загального, так і індивідуального глобалізованого медіа-простору. Слід відзначити, що глобалізація ЗМІ поєднує специфічні взаємодії інтересів суспільства та інших діючих у суспільстві сил, а саме міжкультурну комунікацію.

Ключові слова: міжкультурні комунікації; міжнародний маркетинг; інформаційні технології; міжкультурні комунікації в глобалізаційному процесі; глобальні комунікації.

Морозова Е.С., Птащенко Е.В.

Харьковский национальный экономический университет им. Семена Кузнеця

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. В работе представлено исследование составляющих глобализации информационных технологий и средств массовой информации с точки зрения их влияния на общество и на развитие маркетинга. В глобальных масштабах информационные технологии влияют на развитие электронных средств массовой информации, дает эффект «сокращение» времени-пространства при протекании глобальных процессов и формирование как общего, так и индивидуального глобализирующегося медиа-пространства. Следует отметить, что глобализация СМИ сочетает специфические взаимодействия интересов общества и других действующих в обществе сил, а именно межкультурную коммуникацию.

Ключевые слова: межкультурные коммуникации; международный маркетинг; информационные технологии; межкультурные коммуникации в глобализационные процессы; глобальные коммуникации.

Morozova E., Ptashchenko O.

Simon Kuznetz Kharkiv National University of economics

THEORETICAL BASES FOR FORMING INTERCULTURAL COMMUNICATION IN MODERN SOCIETY

Abstract. The paper presents the study of the components of the globalization of information technologies and media in terms of their impact on society and on the development of international marketing. On a global scale, information technology has an impact on the development of electronic media, which gives the effect of reducing the time-space in the process of global processes, and the formation of both a general and individualized globalized media space. It should be noted that the globalization of mass media combines the specific interactions of the interests of society and other forces operating in the community, namely, intercultural communication.

Keywords: intercultural communications; international marketing; information technologies; intercultural communications in the process of socialization; global communications.

Вступ. Однією з головних тенденцій, що сьогодні характеризує сучасний розвиток світової економіки, є глобалізація. Глобалізація – це об'єктивний та всеосяжний процес. Змінюються структура і форма організації світової економіки, міжнародних економічних відносин, з'являються нові закономірності, які треба вивчати та свідомо використовувати.

Без урахування глобалізаційних процесів неможливо визначити перспективи розвитку сучасної держави. Глобалізація є одним з найсуттєвіших тенденцій розвитку людства на сучасному етапі. Глобалізація є феноменом, який у той чи інший спосіб зумовлює суспільно-політичне, економічне, культурне життя та будь-якої сучасної держави [1, с. 74].

Глобалізація засобів масової інформації, як частини загальносвітового процесу інформатизації, заслуговує окремого наукового розгляду, пояснення й аналізу з кількох причин, зокрема, в силу масштабів, наслідків і перспектив, складного та домінуючого економічного впливу на всі сторони економіки і гуманітарну сферу суспільного життя. При розгляді глобалізації через призму засобів масової інформації, як інструменту розвитку міжнародного маркетингу, стає зрозуміло, що вони є потужним, проте нажаль найчастіше, руйнівним засобом, який має можливість і здатність обійти різні формальні бар'єри, такі як суверенітет, незалежність, національні особливості і тому подібне.

Мета статті. Метою даної роботи теоретичне обґрунтування процесу формування міжкультурної комунікації в умовах прискорення глобалізаційних процесів.

Результати дослідження. Науковець А. Калмиков у публікації «Регіональна медіа-ідентичність під хвилину інформаційної глобалізації» розмірковує: «Основна загроза, яку містить в собі інформаційна глобалізація, полягає у втраті ідентичності, особистої, національної, конфесійної, тощо. Отже головним, про що треба дбати – це використання інформаційно-комунікативних технологій для формування, підтримки і зміцнення ідентичності. У цьому контексті доречно ввести поняття регіональна медіаідентичність, під якою будемо розуміти адекватність мови, стиля, змісту, контенту і формату конкретного медіа історичним і соціокультурним особливостям місця, а може бути навіть «землі», де це медіа прописано» [2].

У сучасному суспільстві, що трансформується світі питання ролі засобів масової інформації у формуванні толерантності суспільства набуває особливої актуальності. Мас-медіа формують картину світу сучасної людини – його цінності, концепти і стереотипи, тому в контексті їх діяльності діалог культур постає як процес «взаємодії» різних картин світу, втілених в текстах ЗМІ. У якій же мірі медіакультура і ЗМІ домінують над технологічними елементами універсальності глобалізації? Очевидно, що культурна спільність світу забезпечується завдяки засобам масової інформації значно більшою мірою, ніж технологічними складовими глобалізації – вона є просто ширшою за окремі складові, як мережеві, мобільний зв'язок, телебачення та інше. Проте незважаючи на це, безпосередньо ЗМІ, як глобальні засоби, розвиваються істотно повільніше, ніж відокремлені технологічні рішення та компоненти глобалізації.

Засоби масової інформації є каналом міжкультурної комунікації. Перш за все, необхідно зрозуміти який сенс вкладається сьогодні в саме поняття міжкультурної комунікації.

Міжкультурна комунікація, в загальноприйнятому її розумінні, – це зв'язок і спілкування між представниками різних культур, що передбачає як особисті контакти між людьми, так і опосередковані форми комунікації (такі як писемність і масова комунікація). В.В. Красних слідом за І.А. Стерніним визначає таке міжкультурна комунікація як процес безпосередньої взаємодії культур [3, с. 185]. Саме в цьому визначенні є видимими, на мій погляд ті «точки напруги», які виводять на постановку проблеми місця ЗМІ в МКК. Ми маємо справу з діалогом на рівні цілих культур в семіотичному і культурологічному сенсі, то навряд чи безпосередню взаємодію тут можна здійснити в принципі. Як правило, комунікація між культурами є суто опосередкованою, будь то, наприклад, синхронічний перетин сучасних західних і східних культур, або певний історичний тип проникнення елементів древніх культур в більш пізні культурні парадигми.

Для розуміння процесу становлення міжкультурної комунікації в сучасному суспільстві розглянемо головні її аспекти, серед яких є культурологічний, лінгвістичний, етичний, соціально-комунікативний, психологічний та професійно-прикладний.

Культурологічний аспект, він є ключовим у міжкультурній комунікації. Культура охоплює весь спектр людських надбань в історичному розвитку. У міжкультурній комунікації першорядну роль відіграє контактування, або інакше спілкування, діалог (полілог) культур. Варто розуміти, що традиції культури бувають непохитні, тому при міжкультурній взаємодії потрібно толерантно сприймати особливості побуту, мистецтва, вірувань та традицій інших народів.

Наступним є лінгвістичний аспект, який передбачає вивчення мовних відмінностей, які можуть суттєво вплинути на комунікацію між носіями різних мов. Даний аспект не обмежується виявленням семантичних особливостей різних мов. Він також охоплює зіставлення різних комунікативних ситуацій, способи членування світу мовними засобами, порівняння мовної поведінки представників різних культур.

Етичний аспект спрямований на розуміння відмінностей етичних норм, які притаманні різним країнам і націям. До них належать, зокрема, норми моралі, поведінки, міжособистісного спілкування, мовленнєвого етикету тощо. Важливим виразником інформації слугує жестикуляція. Проте варто пам'ятати, що однакові жести в різних культурах можуть мати відмінний етичний зміст. Так, великий палець руки, піднятий догори для українців, як і для більшості європейців, означає «дуже добре», «класно», «супер». В Сполученій штатах Америки за допомогою цього жесту зупиняють авто, а у Новій Зеландії тлумачать як сексуальну образу. Цей жест також має й різні цифрові значення: для італійців та французів це «один», для англійців і американців – «п'ять».

Соціально-комунікативний аспект являє собою прийняті суспільством моделі, норми і правила спілкування, налагодження і підтримання контактів загалом. Кожний соціальний прошарок у кожній країні має прийнятні правила соціальної поведінки і спілкування, зумовлені багатьма чинниками. Молодіжні соціуми практично в усіх країнах відрізняються від дорослих мовою (молодіжні сленги), зовнішністю, одягом, розкутістю в поведінці. Отже, суть соціально-комунікативного аспекту полягає у вивченні різноманітних стилів комунікативної поведінки, особливостей манери спілкування залежної від конкретної ситуації та соціального середовища співрозмовників.

Психологічний аспект передбачає вивчення психологічної реакції людей в умовах спілкування з представниками інших держав і етносів. Психологи разом із фахівцями в галузі МК та етнології розробляють спеціальні рекомендації, дотримання яких зменшує дискомфорт перебування в чужинному середовищі і допомагає запобігти дискомфорту для інших від свого перебування або неадекватної для певного національного середовища поведінки. Даний аспект тісно взаємодіє з лінгвістичним, особливо коли йдеться про комунікативні стилі чи професійно зумовлені ситуації спілкування з іноземцями.

Професійно-прикладний аспект до якого належать сфери застосування знань із міжкультурної комунікації. Нині активно розвивається міжкультурний менеджмент, що ставить на меті навчити основ міжкультурної комунікації спеціалістів, які працюють у сфері міжнародного бізнесу чи полікультурних колективах. Згідно з дослідженнями німецьких вчених, від 10 до 20% співробітників, направлених на роботу за кордон, не можуть адаптуватися до іноземного середовища, і дочасово повертаються додому. Наслідком комунікативних невдач у сфері бізнесу стають економічні витрати. Наприклад, багато європейських компаній не змогли завоювати ринок Сходу через власну непідготовленість до соціокультурних особливостей інших країн.

Здебільшого розмежування аспектів міжкультурної комунікації має лише теоретичний характер. На практиці ці аспекти перетинаються, накладаються та інтегруються, що природно відображає людське життя і спілкування в усій їх повноті.

На мою думку, міжкультурна комунікація впливає на всі сфери життєдіяльності індивіда, що дає можливість говорити про інформаційну природу людського суспільства та його комунікативну природу. В науковому дослідженні поєднуються методологічні здобутки декількох парадигм: 1) синергетична дозволяє проаналізувати міжкультурну комунікацію як нелінійну систему, яка розвивається в нелінійному просторі; 2) системна та структурна дозволяють розглянути міжкультурну комунікацію як складну соціальну систему, яка має декілька підсистем, що постійно взаємодіють з навколишнім середовищем; 3) діалектико-синергетична дозволяє пояснити особливості розвитку міжкультурної комунікації в контексті самоорганізації зв'язків; 4) структурно функціональна та інституціональна дозволяють розкрити зміст політичних та економічних зрушень в суспільстві; 5) антропологічна дозволяє проаналізувати соціо-антропологічні, соціо-економічні та соціокультурні виміри міжкультурної комунікації в умовах інформаційної єдності людства [4]. При проведенні методологічного аналізу використовуються наступні методи комунікативістики: 1) порівняльний – для аналізу різних форм і видів міжкультурної комунікації; 2) метод конверсаційного (дискурсивного) аналізу мови; 3) метод контекстного аналізу; 4) метод фреймового моделювання; 5) метод комунікативної реконструкції. Кроскультурний підхід передбачає толерантність всіх етнічних менталітетів та їх мовленнєвих конструктів, що розуміється як взаємопроникнення мовленнєвих світів і культур. Досліджено, що міжкультурна комунікація як головний атрибут життєдіяльності суспільства виступає якісною характеристикою нового етапу людської цивілізації, що приводить до формування «цілісного поля» глобального соціуму і представляє собою соціо-регулятивний механізм впливу на процеси трансформації сучасного українського суспільства. Наукові підходи до вивчення міжкультурної комунікації у залежності від виду соціуму формують відповідні типи міжкультурної комунікації: 1) класично-традиційний; 2) модерноуніверсально-неомодерний; 3) відкрито-онтологічний соціум-інтерсоціум; 4) закрито-екзистенційний соціум-інтерсоціум; 5) дифузно-онтологічний соціальний соціум. Виокремлено роботи вчених, які внесли вклад в дослідження теорії інформації, пов'язаної з кібернетичними концепціями Н. Вінера і К. Шеннона, Р. Гіляревського, А. Урсула, В. Корогодіна. З позицій соціосинергетики теорія міжкультурної комунікації представлена у працях В. Беха, Л. Василенка, В. Воронкової, І. Добронравової, Д. Чернавського, які акцентують увагу на комунікації як самоорганізуючій системі. Термінологічний апарат постмодерністської філософії, сформульований в дослідженнях Ж. Бордрійяра, Ж. Делеза, Ж. Дерріда, Ж.-Ф. Ліотара. Проаналізовано, що термін «міжкультурна комунікація» базується: 1) на класичній позитивістській методології, яка представлена концепцією структурного функціоналізму; 2) системному методі; 3) концепції інформаційного суспільства. Важливе місце для розуміння терміну «міжкультурної комунікації» має концепція комунікативного дискурсу Ю. Габермаса. Вирішення фундаментальних проблем людського буття, висвітлених через призму комунікації, запропонували такі філософи як: К.-О. Апель, О.-Ф. Больнов, М. Бубер, Д. Бьоглер, Л. Вітгенштейн, Х.Г. Гадамер, І. Гофман, Е. Гуссерль, В. Дальмаєр, Г. Дебор, В. Кульман, Н. Луман, Г.М. Маклюєн, М. Рідель, П. Ульріх, Ю. Габермас, В. Хьосле, К. Ясперс та інші. Проблематику комунікативної філософії розробляють такі філософи, як: М. Гаврилов, Е. Герасимова, А. Єрмоленко, А. Ішмуратова, Н. Колотілова, С. Куцепал, В. Лях, В. Пазенок, Л. Ситниченко. Сучасні наукові дискурси міжкультурної комунікації розвиваються як: 1) розуміння діалогу на основі взаємодії комунікації і культури, яку розвиває (М. Бахтін); 2) інформаційного суспільства (Н. Віннер, Й. Масуда, М. Маклюєн, О. Тоффлер, Дж. Бенігер, М. Кастельс); 3) соціальної комунікації (Т. Дрідзе); 4) комунікативних здібностей суб'єктів. В результаті аналізу виокремлюються наступні види комунікації: 1) інформативний; 2) афективно-оціночний; 3) рекреативний; 4) переконуючий; 5) ритуальний.

Як свідчить аналіз, специфіка ціннісних орієнтацій комунікативної практики виходить з методологічних здобутків декількох парадигм, які є основою філософського плюралізму. Онтолого-аксіологічна парадигма реалізується в контексті особистісного розвитку і допомагає виявити специфіку ціннісних орієнтацій комунікативної практики на чотирьох рівнях: 1) глобальному чи загальнолюдському; 2) етнокультурному чи рівні визначення культур; 3) соціальних спільнот – соціальних суб'єктів, що вибудовують внутрішні і зовнішні комунікації; 4) рівні особистості – особистісного спілкування. Запропоновано розрізнення двох сторін міжкультурної комунікації як цілісного явища – техніко-технологічної і змістовної. Синтез ціннісного (аксіологічного) і компаративістського (порівняльного) підходів дозволяє визначити висхідні параметри комунікативного простору, у якому відбувається процес спілкування. Використання компаративно-аксіологічного методу для вирішення задач міжособистісного, мікро- і макрогрупового спілкування зумовлено фактором росту частоти, регулярності і швидкості комунікативних транзакцій внаслідок розгортання інформаційної революції, детермінованої глобалізацією. Основним механізмом, який приводить у дію аксіологічну складову міжкультурної взаємодії, являються ціннісні орієнтації. Проаналізовано онтологічні та аксіологічні засади міжкультурної комунікації, в основі яких компаративно-аксіологічний метод, що розглядає цінності як «культурні коди», розшифрування яких дозволяє здійснювати міжкультурний вплив у «цивілізаційних формах» і/чи з максимальною ефективністю, сформовано методологію аксіологічного моделювання міжкультурної комунікації з акцентом на особистісний розвиток, який передбачає побудову системи цінностей на наступних рівнях: глобальному, загальнолюдському, етнокультурному чи рівні певних культур, рівні соціальних спільнот і рівні особистості, а також аксіологічних принципів, що забезпечують реалізацію і узгодження систем цінностей різних рівнів як у внутрішніх, так і в зовнішніх комунікаціях.

У сучасному світі посилюються різноманітні потоки інформації, їх об'єм зростає в експоненціальному режимі. Проблеми міжкультурної комунікації пов'язані з глобальною культурою, вестернізацією, культурною глобалізацією що потребує виявлення об'єктивно-цивілізаційних і суб'єктивно-цивілізаційних причин. Динаміка міжкультурної комунікації розглядається як процес безперервного розвитку і зростання інформації у різних сферах соціального життя і на різних рівнях – цивілізаційному, національному, міжгруповому, міжособистісному.

Міжкультурна комунікація представляє собою діалектичний процес, у якому діють різноманітні вектори соціокультурної взаємодії: інтеграція – диференціація; універсалізація – партикуляризація; конфлікти – співпраця. Міжкультурна комунікація породжує таку проблему, як культурний шок, для подолання якого розкриваються напрями акультурації: 1) асиміляція (людина повністю приймає норми і цінності чужої культури); 2) сепарація (негація чужої культури при збереженні ідентифікації тільки зі своєю культурою); 3) маргіналізація (втрата ідентичності з власною культурою і відсутність ідентифікації з культурою більшості); 4) інтеграція (ідентифікація як з власною, так і новою культурою).

Результатом акультурації являється адаптація до життя у чужій країні, яка проявляється у формах – соціопсихологічна, соціокомунікативна, економічна. В «чужому» суспільстві людина відчуває складнощі, безпорадність і дезорієнтованість, що породжують конфлікт на рівні індивідуальної свідомості, що являє собою культурну дистанцію. А. Фернхам та С. Бочнер довели, що культурна дистанція є головною детермінантою «культурного шоку». Аналіз соціодіагностики деформацій міжкультурної комунікації сприяє формуванню загальнолюдських універсальних принципів кооперації, подолання різноманітних суперечностей, що виникають в міжособистісному спілкуванні і визначаються лінгвістичними, когнітивними, соціальними, психологічними чинниками.

Висновки. В контексті формально дискутовано-логічного аналізу розроблено теоретико-методологічні засади міжкультурної комунікації як головного атрибуту життєдіяльності суспільства, яка виступає якісною характеристикою нового етапу людської цивілізації, що приводить до формування «цілісного поля міжкультурної комунікації» глобального соціуму. З'ясовано наукові підходи до феномена міжкультурної комунікації, в контексті яких дане авторське визначення міжкультурної комунікації як соціального явища, зумовленого сукупністю різноманітних соціокультурних дій, що проявляються у вигляді культурного капіталу і представляють собою процес передачі і сприйняття інформації. Наукові підходи до вивчення феномена міжкультурної комунікації виходять з того, що формування глобального інформаційного суспільства являється об'єктивно зумовленим процесом, в основі якого – всезростаючий вплив нових інформаційно-комунікаційних технологій на економіку, соціальну структуру, право, культуру, взаємовідносини держави і суспільства, міжнародні відносини.

Список використаної літератури

1. Кармазіна М. Глобалізація: місце і роль суб'єктів та об'єктів процесу / М. Кармазіна // Людина і політика. – 2003. – № 4. – С. 73–75.
2. Калмыков А. А. Региональная медиаидентичность под волной информационной глобализации [Электронный ресурс] / А. А. Калмыков. – Режим доступа: <http://jarki.ru/wpress/2012/05/13/3044>.
3. Красных В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: курс лекций / В. В. Красных. – М., 2001. – С. 185.
4. Аксьонова В. І. Формування комунікативної культури особистості в умовах глобалізації та інформаційного суспільства / В. І. Аксьонова // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: Філософські науки. – 2011. – Вип. 10. – С. 239–258.
5. Аксьонова В. І. Онтологічні та аксіологічні засади міжкультурної комунікації в умовах формування і розвитку інформаційного суспільства / В. І. Аксьонова // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії і практики: зб. наук. пр.; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2011. – Вип. 51. – С. 340–350.
6. Антропова А. Г. Место средств массовой информации в процессе межкультурной коммуникации / А. Г. Антропова // Молодой ученый. – 2017. – № 15. – С. 204–207.
7. Пинчук З. Е. Особенности межкультурной коммуникации в контексте переводного периодического печатного издания / З. Е. Пинчук // Вестник Адыгейского государственного университета. – М., 2012. – С. 31–35.
8. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохина. – М., 2002. – С. 45–46.
9. Засоби масової інформації: матеріал із Вікіпедії – вільної енциклопедії: версія, збережена 26 квітня 2012 р. [Електронний ресурс] // Вікіпедія, вільна енциклопедія. – Сан-Франциско: Фонд Вікімедіа, 2012. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Засоби_масової_інформації.
10. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 № 2782-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>.
11. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 01.12.1992. – № 48. – Стаття 650.
12. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>.
13. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21.12.1993 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-1221>.

14. Аксьонова В. І. Методологічні засади міжкультурної комунікації в контексті сучасного інформаційного суспільства [Електронний ресурс] / В. І. Аксьонова. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gurn/Gileya/2011_49/Gileya49/F14_doc.pdf.
15. Кавалеров А. І. Соціальна адаптація: феномен і прояви: монографія / А. І. Кавалеров, А. М. Бондаренко. – Одеса: Астропринт, 2005. – 112 с.
16. Ровинская Т. Интернационализация и глобализация средств массовой информации / Т. Ровинская // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 6. – С. 80.
17. Скаленко А. К. Глобальные резервы роста: Информация + интеллект + инновации / А. К. Скаленко; Ин-т мировой экон. и междунар. фин. отношений НАН Украины. – К.: Интеллект, 2002. – 85 с.