

Л.М. Орел,
завідуюча науково-експозиційним відділом
Харківського історичного музею

А. О. Фененко,
науковий співробітник
Харківського історичного музею

ДО ПИТАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

На сьогодні, в умовах стрімких глобалізаційних процесів, що впевнено та масштабно охоплюють великий інформаційний простір, вельми актуальним постає вивчення питання міжкультурної комунікації в контексті сучасного інформаційного суспільства.

Масова культурна комунікація – одне з тих важливих явищ сучасного суспільства, яке помітно позначається на розвитку суспільних відносин всередині кожної країни, між країнами і народами.

Сучасний світ складний, різноманітний, динамічний, пронизаний протиборчими тенденціями. Він суперечливий, але взаємозалежний, багато в чому – цілісний.

Розвиток суспільних відносин супроводжується поглибленням відносин спілкування і розгалуженням зв'язків людини з людиною, народу з народом, товариства з суспільством, тобто розвитком процесів соціальної комунікації. Тривале революційне перетворення засобів масової комунікації надає зростаючий вплив як на матеріально-виробничу, так і на соціально-політичну, культурно-ідеологічну області життя всього людства і кожної окремої людини. У цьому середовищі відбуваються процеси, які ведуть до розширення рамок розвитку культури, спостерігається процес культурної взаємодії і взаємопроникнення.

Оскільки в сучасному світі культурний простір людини в основному формують різні засоби масової інформації: преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет,

кінематограф, звукозаписи і відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити і панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку [1], які в нашій державі регулюються законами «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [2], «Про інформацію» [3], «Про рекламу» [4], «Про телебачення та радіомовлення» [5] та низкою інших, де телебачення і інтернет майже повністю витіснили з культурних потреб сучасної людини відвідування театрів, бібліотек, музеїв. Така потреба як бажання, лишається тільки в окремій категорії суспільства – людей з галузі культури. Масова комунікація вплетена в тканину сучасного суспільства, в його економіку, політику і культуру, охоплює міжнародні, міжгрупові і міжособистісні відносини.

Варто відзначити, що комунікативна парадигма сьогодні формується в умовах постіндустріального та інформаційного суспільства, в контексті яких засоби масової інформації та інформаційно-комунікативні технології представляють собою найважливішу сторону цивілізації. В сучасних дискусіях переходу до інформаційного суспільства, до «суспільства знання» важливе місце займають антропологічні установки: пошуки смислу, моральності та цінності (аксіологічні та етичні); устремління до пізнання. В усіх цих установках важливу роль відіграє комунікація, світ і суспільство в умовах глобалізації та інформатизації все більше розуміють через призму комунікації [6].

Нині стрімкий розвиток культурної комунікації відбувається в самих різних сферах людського життя: туризмі, спорті, військовому співробітництві, особистих контактах і т.д.

У великих масштабах перехрещення різних інформаційних потоків, де основою слугує нащонайбільша подача великої кількості інформації, важливо звернутися до самого терміну «комунікація».

Комунікація (від лат. communicatio – єдність, передача, з'єднання, повідомлення, пов'язаного з дієсловом лат. communico – роблю спільним, повідомляю, з'єдную, похідним від лат. communis – спільний) – це процес обміну інформацією

(фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо) між двома або більше особами [7].

Загальновідомо, що в світі існує два типи засобів комунікації: природно виник (мова, міміка, жести) і штучно створений (технічний) – а) традиційний (преса, книгодрукування, писемність), б) типово сучасний (радіо, телебачення, кінематограф).

Комунікація – це особлива форма людського спілкування. Сама культура, при цьому, розглядається як динамічна система функціонування інформації, де вона (комунікація) буде специфічною, культурною формою духовного спілкування людей.

Значимі цінності культури відіграють роль певних інформаційних сигналів, які розповсюджуються в суспільстві в знаковій, символічній, а також образній формі. У ході спілкування культурні цінності сприяють передачі життєвого досвіду всередині між суб'єктами спілкування – носіями культури та інших культур, а також, між поколіннями. Таким чином, обмін духовними цінностями виявляється головним змістом в розвитку культури суспільства.

Міжкультурна комунікація – це обмін інформацією, почуттями, думками представниками різних культур [6].

Комунікація може здійснюватися вербальними і невербальними засобами. Розрізняють механістичний і діяльнісний підходи до комунікації. Комунікація у механістичному підході – це однонаправлений процес кодування і передачі інформації від джерела і до прийому інформації отримувачем повідомлення. Комунікація в діяльнісному підході – сумісна діяльність учасників комунікації (комунікантів), в ході якого виробляється загальний (до певної межі) погляд на речі та дії з ними.

Міжкультурна комунікація представляє собою атрибут соціокультурної життєдіяльності суспільства, в соціальному просторі якого відбувається взаємодія між підсистемами культури (в середині окремої культури, між різними культурами в просторовому і часовому вимірах, а також між суб'єктами – носіями на рівні окремої культури і на рівні

міжкультурного спілкування). Міжкультурна комунікація виступає індикатором розвитку культури у суспільстві: з однієї сторони, вона розкриває її здатність до сприйняття інокультурних елементів і породження нових форм, а з іншої – здатність транслювати свої цінності в інші культури [8].

Сучасна масова культура виступає як комплексна форма організації і структурування культурного життя суспільства, виробляючи і культурний продукт, і його споживача, що здійснюється багато в чому завдяки зусиллям ЗМІ.

Масові комунікації стали сьогодні могутнім засобом, який не тільки формує громадську думку, а й часто впливає на прийняття тих чи інших політичних рішень, сприяє взаємопроникненню культур і поширенню культурних зразків і стандартів за межі однієї культури, що створює глобальний культурний простір.

Висновки

Таким чином, розвиток засобів обробки і передачі інформації, зростання швидкості інформаційних процесів, а в другій половині ХХ ст. небачена їх інтенсифікація призвели до становлення нового типу організації суспільства, його функціонування та управління. Система засобів масової комунікації, забезпечила нову і ефективну зв'язаність суспільства, уніфікувала його життєдіяльність і психологію, тим самим сформувала основу для затвердження специфічного феномена масової культури.

Перспективами подальших наукових теоретичних досліджень стануть питання досконалого вивчення сучасних засобів масової комунікації як простору для діалогу та взаємовідносин різних культур.

ЛІТЕРАТУРА

1. Засоби масової інформації [Електронний ресурс]: Матеріал із Вікіпедії – вільної енциклопедії: версія, збережена 26 квітня 2012 р. // Вікіпедія. вільна енциклопедія. – Електрон. дан. – Сан-Франциско: Фонд Вікімедіа. 2012. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Засоби_масової_інформації.

2. «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»: закон України від 16.11.1992 № 2782-XII: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12.

3. «Про інформацію»: закон України від 02.10.1992 № 2657-XII // Відомості Верховної Ради України від 01.12.1992 – 1992 р., № 48, стаття 650.

4. «Про рекламу»: закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-vr

5. «Про телебачення і радіомовлення»: закон України від 21.12.1993: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-1221.

6. Аксьонова В.І. Методологічні засади міжкультурної комунікації в контексті сучасного інформаційного суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2011_49/Gileya49/F14_doc.pdf.

7. Комунікація [Електронний ресурс]: Матеріал із Вікіпедії – вільної енциклопедії: версія, збережена 26 квітня 2012 р. // Вікіпедія, вільна енциклопедія. – Електрон. дан. – Сан-Франциско: Фонд Вікімедіа, 2012. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Комунікація>.

8. Кавалеров А.І. Соціальна адаптація: феномен і прояви : монографія / А.І. Кавалеров, А.М. Бондаренко. – Одеса: Астропринт, 2005. – 112 с.
