

**Сарақун Л. П.**

*кандидат філософських наук, доцент,  
Національний університет харчових технологій*

## **МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ**

Зростання різноманітних потоків інформації в експоненціальному режимі та формування нового інформаційного простору породжує проблеми міжкультурної комунікації, яка є діалектичним процесом, у якому діють багатоманітні вектори соціокультурної взаємодії. На думку В. І. Аксьонової, міжкультурна комунікація в глобалізованому світі породжує таку проблему, як культурний шок, для подолання якого розкриваються напрями акультурації: асиміляція, сепарація, маргіналізація, інтеграція [1, с. 194]. Результатом акультурації є адаптація до життя у чужій країні, в «чужому» соціальному середовищі, де людина відчуває безпорадність, дезорієнтованість і культурну дистанцію, що постає головною детермінантою «культурного шоку». Адже кожна людина уособлює, окрім своєї власної культури, ще й власну індивідуальну субкультуру – мікрокультуру (традиції, звичаї, норми), що входить до складу макрокультури. Тому міжкультурна комунікація передбачає постійну готовність людини до сприйняття, розуміння і прийняття чужих етнічних стереотипів поведінки, звичаїв, інтересів, культурних цінностей тощо. Акультурація, як процес освоєння цінностей чужої культури, покликана вирішувати дві найважливіші проблеми: збереження своєї культурної ідентичності та включення в іншу культуру.

Проблема взаєморозуміння між представниками різних культур потребує не тільки готовності до міжкультурної комунікації, а й здатності до міжкультурної компетентності. Маючи систему прямих і зворотних зв'язків, міжкультурна комунікація сприяє постійному розширенню смислового потенціалу культури комунікації. Проблема розуміння у міжкультурній комунікації пов'язана з розумінням кодів та концептів культур. Завдяки цьому створюється атмосфера довіри, рівності та терпимості, що забезпечує ефективну взаємодію.

Домінуючим фактором сучасної культури постають засоби масової комунікації. Вони формують картину світу людини. Тому в контексті їх діяльності міжкультурна комунікація постає як процес взаємодії різних картин світу. Медіатексти посідають чільне місце у міжкультурному

діалозі як у плані широти охоплення аудиторії, так і за масштабами комунікативного впливу.

Глобалізоване суспільство неможливо уявити без величезних обсягів інформації, яка за допомогою комп'ютерних технологій активно циркулює у різних сферах людської життєдіяльності. Це докорінно змінило динаміку соціальних процесів, характер людського спілкування, процеси формування особистості, форми і способи пізнання і перетворення світу. Цифрові форми спілкування пов'язують нас скрізь і миттєво, професійна мобільність стає звичною, а національні кордони умовними. Транснаціональні корпорації та мультикультурні команди є рушійною силою міжнародного бізнесу в сучасному глобалізованому світі. Інтернаціоналізація та глобалізація в суспільстві потребують налагодження контактів на міжнародному рівні, в межах міжкультурної комунікації. Нинішній етап суспільного розвитку – це період кардинального зміщення акцентів в системі цінностей і норм соціальної поведінки. За допомогою нескінченної кількості потоків капіталу, інформації та технологій виникають нові просторові форми та процеси – цілеспрямовані, повторювані, програмовані послідовності обмінів та взаємодій. Мережа Інтернет та комп'ютерні технології загалом, є фундаментом усіх сучасних суспільств і умовою для виникнення та розвитку мережевого (цифрового) суспільства, яке функціонує завдяки цифровим комунікаційним технологіям. Необхідно пам'ятати, що за словом «інформація» сьогодні криється саме залучення людини до комунікації, в тому числі й міжкультурної, характерною рисою якої є усвідомлення відмінності самого партнера комунікації, а також відмінності його мотивацій, інтенцій, фонових знань, коду тощо.

Зростаюча взаємодія культур завдяки інформаційним технологіям і мережевим структурам, викликає значну зміну в культурних формах життєдіяльності (як на загальнонаціональному, так і на локально-груповому рівнях). При цьому масштаби нової інформації, що надходить з інокультурного середовища, настільки інтенсивні, що можуть викликати у представників культури, реципієнта, часткову втрату культурної ідентичності. Криза ідентичності породжує явища маргіналізації, аномії, дезадаптованості. Ознаками маргінальності є невпевненість особистості у власній повноцінності, невизначеність і постійний страх бути несприйнятим соціумом; схильність уникати невизначених ситуацій (для подолання принижень); самотність; надмірні переживання щодо майбутнього та страх перед будь-якою ризиковою справою; невміння насолоджуватися і впевненість у тому, що оточуючі ставляться до неї несправедливо.

Тому, саме в діалозі культур виявляється цілісність особистості, цілісність позиції, через відкритість суспільства, взаємозбагачення «інформаційного поля», постійну взаємодію. Міжкультурна комунікація – це сфера соціальної реальності, змістом якої є процес взаємодії культур, а основним посередником – людина, як носій (передавач, інтерпретатор, перекладач) інформації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аксьонова В.І. Міжкультурна комунікація як фактор формування глобального інформаційно-комунікативного простору. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2013. № 54. С. 190–202.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-281-7-75>

**Сарапій М. М.**

*аспірант I курсу факультету журналістики,  
Запорізький національний університет*

### **ФОРМИ МЕДІАТИЗАЦІЇ ПАМ'ЯТІ В ЗАПОРІЗЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

У час повномасштабної війни між Росією та Україною важливу роль відіграють журналісти. Даючи правдиві антитези російській пропаганді та формуючи власний український інформаційний простір, фахівці медіаіндустрії також наближають нашу перемогу. Одним із найважливіших компонентів роботи ЗМІ в умовах військового та інформаційного протистояння є медіатизація пам'яті.

Метою нашого дослідження є актуалізація та уточнення поняття «медіатизація пам'яті» в контексті реалізації політики пам'яті в запорізьких регіональних ЗМІ.

Медіатизація пам'яті – процес створення публічної зони перетину ЗМІ й пам'яті, в якій є місце для всіх соціокомунікаційних проявів пам'яті, а також соціальних і культурних феноменів, які вона продукує (наприклад, медіаосвіта, медіакультура). Ця зона перетину має власну структуру та медійні ефекти: інформаційні, соціальні, культурні, комунікаційні та технологічні [3]. У взаємозв'язку медійні ефекти породжують явище медіатизованої пам'яті – місце, час і простір якої є медійна реальність.