

Ціватий В. Г.

*кандидат історичних наук, доцент,
Заслужений працівник освіти України,
член правління Наукового товариства історії дипломатії
та міжнародних відносин,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В ПУБЛІЧНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ XXI СТОЛІТТЯ: МІЖНАРОДНО-ПОЛІТИЧНИЙ, ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИЙ ТА ОСВІТНЬО-НАУКОВИЙ АСПЕКТИ

Поліцентричний світ і сучасне глобалізоване суспільство XXI століття характеризуються такими міжнародно-політичними маркерами як – інституціоналізація, інтернаціоналізація, комунікація, інформатизація, цифровізація багатьох сфер життя, у тому числі – їх міжнародного, культурного, політико-дипломатичного, наукового та освітнього дискурсів [1, с. 26-29].

Глобалізація сприяє безперервним процесам культурного взаємообміну, інституціоналізації освітніх і наукових знань, збагаченню суспільного та соціокультурного досвіду, які тісно пов'язані з телекомунікаційними та інформаційно-комунікаційними технологіями (ЗМІ, інтернет-спілкування, автоматизований переклад мов, онлайн-навчання, відео-конференції тощо). У відповідь на нові інтелектуальні виклики сучасна система освіти і модель професійної освіти повинні оперативно оновлюватися, щоб відповідати актуальним вимогам часу, а сформовані професійні компетентності й актуалізовані здібності до міжкультурної комунікації та публічного спілкування – пріоритетна умова успішної інтеграції у світовий простір з використанням різного інноваційних інструментів і технологій освіти, науки і дипломатії [2; 6].

Концепт «міжкультуральність» означає відносини обміну та рівноправного спілкування між культурними групами, які різняться за критеріями, такими як етнічність, релігія, мова чи національність тощо. Інтеркультуральність та кросскультуральність мають на меті побудувати більш демократичне суспільство. Це стосується процесів взаємозв'язку і передачі знань, кодів, закономірностей і цінностей між різними культурними групами, розуміння того, що існує рівність між суб'єктами, незалежно від того, яке місце вони займають в інституціональній соціокультурній системі. UNESCO називає це

поняття на своєму вебсайті як «...побудова справедливих відносин між людьми, громадами, країнами та культурами» [7].

Інтеркультуральність в освіті і науці – це новий тренд сьогодення. Термін міжкультурність набирає важливого значення у визначенні державної політики для побудови більш справедливих соціальних відносин. У цьому сенсі існують різні ініціативи в галузі освіти, науки, бізнесу – як фундаментальний засіб формування цінностей. Кроскультуральність, інтеркультуральність і міжкультурна освіта стосується декількох стратегій, які необхідно поєднувати.

Термін «міжкультурна комунікація» виник у 1970-х роках у роботі Л. Самовара та Р. Портера «Комунікація між культурами» («Communication between Cultures») [8]. Сучасні ж вчені продовжують теоретико-методологічні дискусії з цієї проблематики, але більшість розуміють цей концепт як «спілкування носіїв різних культур, які для спілкування використовують мовне різноманіття (спілкування багатьма мовами)», «...міжкультурна комунікація є особливою формою комунікації двох або більше представників різних культур, у ході якої відбувається обмін інформацією та культурними цінностями взаємодіючих культур...». Дослідження міжкультурної комунікації інституціоналізується в міждисциплінарну предметну сферу, її широко досліджують міжнародники, філологи, історики, етнологи, етнолінгвісти, семіотики, психологи, етнопсихологи тощо. Об'єктом насамперед стають проблеми комунікативних невдач та їх наслідків для соціокультурного середовища, і насамперед у сфері та ситуаціях міжкультурної комунікації. Національно-культурні чинники істотно впливають як на елементи мовного коду, так і на власне процес міжкультурного спілкування. Для забезпечення ефективного спілкування між представниками різних культур подолання мовного бар'єру недостатньо, адже існує культурний бар'єр – національно-специфічні відмінності [5, с. 26–29; 9].

Звернення до нової наукової парадигми в педагогіці та психології навчання, а саме – формування навичок та професійних компетентностей міжкультурної комунікації та майстерності публічних виступів, зумовлене розширенням ділових міжнародних контактів України, появою нових сфер та напрямів професійної діяльності, призвели до радикальних змін вимог, що висуваються перед власником диплома про вищу освіту в гуманітарній сфері. На сьогодні ми спостерігаємо перехід до нових/інноваційних форм культурних і креативних індустрій. У них зникає чіткий розподіл на виробників і споживачів контенту. Культурні та креативні галузі вважаються попередниками нових, динамічних форм економічної діяльності. У міру

переходу від індустріального суспільства до інтелектуального (цифрового; інформаційного), творчий підхід до вирішення завдань стає важливим фактором конкурентоспроможності [3, с. 24–28; 6].

Креативні індустрії – це один із нових підходів інноваційного розвитку культури інформаційного суспільства. Він володіє великими можливостями і величезним потенціалом для розвитку культурного кластера в сучасних умовах. Креативні (творчі) індустрії – це тип соціально-культурних практик, домінуючою і об'єднуючою ідеєю в яких виступають творчі й культурні компоненти. Виходячи зі сформованих на сьогодні концепцій і підходів, до креативних індустрій відносять діяльність в області виконавських і візуальних мистецтв; дизайну і ремесел (виробів ручної роботи); кіно, телебачення і медіа, історико-культурного туризму тощо. Креативні індустрії можна також визначити як галузь економіки, сфера бізнесу, що об'єднує підприємців та підприємства, продукція яких несе в собі потенціал створення, виробництва та експлуатації творчої інтелектуальної власності [2].

Розвиток креативних індустрій виступає як один із вагомих факторів соціально-економічного розвитку постіндустріальної економіки та туристичних регіонів України [1; 5, с. 175-185].

Успішна міжкультурна професійна взаємодія ділових партнерів та інституціональних акторів у сфері міжнародних відносин – це означає адекватну комунікативну поведінку в процесі взаємопізнання (перцептивний рівень), взаєморозуміння (комунікативний рівень), встановлення взаємовідносин професійного співробітництва (інтерактивний рівень) і, отже, передбачає поряд з іноземною мовою, вміння адекватно інтерпретувати та приймати соціокультурне різноманіття партнерів і відповідні моделі міжкультурного спілкування [1; 2].

В умовах професіоналізації соціокультурного середовища та нової вищої освіти інституціоналізується концепт «професійна міжкультурна комунікація»: поєднання двох типів комунікативної поведінки – загальнокультурні норми (етикетні норми) та норми професійної поведінки (професійна етика та службовий етикет). Важливо також наголосити, що комунікативно-поведінкове вміння визначається сукупністю норм і традицій спілкування та етикетних норм народу тієї чи іншої лінгвокультурної сукупності [4, с. 154–156].

Сумісність аспектів реалізації зазначених підходів дозволяє інтегрувати їх у викладанні іноземної мови з метою формування навичок міжкультурної (крос-культурної) комунікації та крос-культурних компетентностей. У процесі навчання професійному міжкультурному спілкуванню необхідно формувати у студентів оволодіння

компетентностями стратегічного інструментарію для ведення професійного комунікативного діалогу [1; 3, с. 24–28; 9].

Таким чином, інноваційність міжкультурної комунікації та «поворот до культури» у нових умовах модернізації України, вимагає інших культурологічних, інституціональних, туристичних і громадських систем відповідно до вимог часу та їх адаптації в умовах поліцентричного світу XXI століття (інтеркультуральність, інтернаціоналізація освіти, кросскультуральність, міжкультурна комунікація тощо). Культурні та креативні індустрії – це новий інструментарій культурної, гастрономічної та публічної дипломатії України в умовах культурного й туристичного простору комунікаційного та інформаційного суспільства XXI століття.

Міжкультурна комунікація є важливим новим напрямом у формуванні професійних компетентностей випускників закладів вищої освіти (ЗВО) та їх систематичне оновлення через постійно діючу систему підвищення кваліфікації. Пріоритетними та актуальними питаннями для наукових досліджень є наступні: публічний простір і міжкультурна комунікація; освітня дипломатія і наукова дипломатія в контексті міжкультурної комунікації; інтернаціоналізація освіти і міжкультурна комунікація в умовах поліцентричності; інформаційний простір і міжкультурна комунікація; мовна міжкультурна комунікація; міжкультурні історичні зв'язки; міжкультурна комунікація студентів-іноземців у процесі фахової підготовки; міжкультурна комунікація в процесі європейської та євроатлантичної інтеграції; міжкультурна комунікація в умовах глобалізації та ін.

Інституціональна історія та розвиток міжнародних контактів, метою яких є обмін інформацією та застосування її в подальшій міжнародній, політико-дипломатичній і діловій діяльності, в умовах глобалізаційних процесів – сприяє зацікавленню в розробці стратегій розвитку міжкультурних комунікацій, моделей міжкультурної комунікації, у підвищенні рівня міжкультурної комунікації та якості практичного володіння іноземними мовами в умовах поліцентричного та глобалізованого соціокультурного простору XXI століття.

Список використаних джерел:

1. Культурологічний альманах: збірник наукових праць / За ред. С.С. Русакова. Вінниця–Київ, 2019. Вип. 11. 126 с.
2. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація. Київ: ЦУЛ, 2012. 288 с.
3. Ціватий В.Г. Культурна спадщина, культурні та креативні індустрії в умовах поліцентричного світоустрою XXI століття:

інституціональна історія і сучасні міжнародні відносини (темпоральний дискурс). *Креативний простір: електрон. науковий журн.* 2022. № 10. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2022. С. 24–28.

4. Ціватий В.Г. Культурні та креативні індустрії в публічному просторі України: наука, освіта, інтеркультуральність (теоретико-методологічний, історичний та інституціональний дискурси). *Розвиток освіти, науки та бізнесу: результати 2021*: збірник наукових праць. Дніпро: ФОП Мареніченко ВВ, Україна, 2021. С. 154–156.

5. Ціватий В.Г. Поліцентричність сучасного світоустрою: мегатренд ХХІ століття (інституціональний контекст). *Зовнішні справи.* 2014. № 08. С. 26-29.

6. *Global Diplomacy: An Introduction to Theory And Practice.* (The Sciences Po Series in International Relations and Political Economy). Thierry Balzacq, Frédéric Charillon, Frédéric Ramel, William Snow. 1st ed. Paris, 2020. 374p.

7. Knight, J. Internationalization: A Decade of Changes and Challenges. *International Higher Education.* 2008. N. 50. P. 6–7.

8. Samovar L. *Communication Between Cultures* / L. Samovar, R. Porter, E. McDaniel, C. Roy. Belmont, 2013. 432 p.

9. Scollon R. *Intercultural Communication: A Discourse Approach* / R. Scollon, S. W. Scollon, R. H. Jones. John Wiley & Sons, 2012. 311 p.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-281-7-82>

Шотурма Н. В.

кандидат політичних наук,

доцент кафедри журналістики,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ЗОБРАЖУВАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Дослідники світового ринку візуальних маркетингових комунікацій прогнозують успіх новітніх тенденцій, які будуть сприяти залученню уваги аудиторії. За версією журналу Forbes використання саме цих ЗМК дозволять компаніям утримувати своїх споживачів, які є фрагментованою і різноманітною групою, з високими очікуваннями та відсутністю терпіння. Щоб залишатися конкурентним, необхідно бути на виду, а це потребує значних витрат, тому як більшість нових трендів