

2. Rong J. An Analysis on Stylistic Features of Donald Trump's Speech. *International Journal of English Linguistics*. 2021. Vol. 11, № 3. P. 11. DOI: 10.5539/ijel.v11n3p11 (date of access: 20.09.2024).

3. Kuriata Y., Kasatkina-Kubyshkina O. Stylistic Devices in Political DISCOURSE. *Naukovi zapiski Nacional'nogo universitetu «Ostroz'ka akademiâ». Seriâ «Filologiâ»*. 2022. Vol. 1, № 81. P. 27–30. DOI: 10.25264/2519-2558-2022-13(81)-27-30 (date of access: 20.09.2024).

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Яблонська Н. М.¹, Чмут К. В.²

^{1,2}Державний університет «Житомирська політехніка», Житомир (Україна)

e-mail: kfismk_yanm@ztu.edu.ua

Сучасний інформаційний простір насичений різноманітними видами інформації, які потребують достовірності й актуальності. Вагомим фактором у цьому є розвиток інформаційної культури реципієнтів загалом і фахівців медіагалузі зокрема. Міжкультурна комунікація, як складник інфокультури, спонукає до її повноцінного розуміння. Тому важливо детальніше розглянути міжкультурну комунікацію, що сприяє розвитку інформаційної культури у науковій та суспільній площині.

Поняття «міжкультурна комунікація» ввійшло у науковий обіг у 1954 році з виходом у світ доробку Е. Холла і Д. Трагера «Культура як комунікація: модель та аналіз», у якій міжкультурна комунікація розглядалася як особлива частина людських відносин. Також у праці «Німа мова» Е. Холл пропагує ідеї про взаємозв'язок культури і комунікації та вперше виводить проблему міжкультурної комунікації не лише на рівень наукових досліджень, але й на рівень самостійної наукової дисципліни. Подальшу розробку міжкультурної комунікації здійснили Дж. Кондон і Й. Фаті у праці «Вступ до міжкультурної комунікації». Зазначимо, що перші дослідження з міжкультурної комунікації орієнтувалися на проблеми міжкультурних відмінностей, аналіз відносин між ними і характерною поведінкою носіїв культур [1].

Аналіз проблематики міжкультурних відмінностей свідчить про III підходи до аналізу міжкультурної комунікації:

I. Позитивістський: методологія суб'єктно-об'єктних відносин, що представлена концепцією структурного функціоналізму, системним методом та концепцією інформаційного суспільства (Д. Белл, А. Тоффлер).

II. Когнітивний: базується на моделі суб'єкт-об'єктних відносин, в якій сфера комунікації виділяється в якості особливого онтологічного об'єкта (Ю. Габермас).

III. Постнекласичний: зводить природу соціального до суб'єктивно-об'єктивних відносин, коли суспільство розглядається як мережа комунікацій, комунікації створюють можливість для самоопису суспільства та його самовідтворення (Н. Луман).

Характерною особливістю початку ХХІ ст. є зростання ролі міжкультурної комунікації як об'єктивного фактора, що є вектором розвитку інформаційної культури [2, с. 223].

Міжкультурна комунікація, в межах якої відбувається самовизначення особистості, збереження самобутності етносів і національних меншин, реалізація творчості й самовизначення соціального суб'єкта в контексті етнонаціонального виміру, є важливим чинником, що надає особистості «укоріненості» у життєдіяльності нації, етносу; визначає міжкультурну комунікацію як головну тенденцію сучасного розвитку людства [3, с. 97–98].

Зауважимо, що міжкультурна комунікація – це смисловий та ідеально-змістовний аспект соціальної і культурної взаємодії, що змістовно орієнтований на їх смислове сприйняття. Основна функція комунікації – досягнення соціальної і культурної ідентичності за умови збереження індивідуальності кожного її елемента. Тому вона виступає як ціннісно-нормативний регулятор соціально-культурної діяльності, відрізняє одне суспільство від іншого, сприяє його інтеграції і надає йому культурної самобутності, а також виступає генератором сенсів культури, володіючи системою прямих і зворотних зв'язків, сприяє постійному розширенню смислового потенціалу культури, диференціації «свого» і «чужого» в культурі та інформаційному просторі.

Міжкультурна комунікація – базовий елемент формування, відтворення, збереження і трансляції культури як загалом, так і його складників. Вона закріплює у вигляді системи символів, знаків, мовленнєвого вираження культурне й суспільне значення інформації та створює особливий семіотичний простір, який забезпечує взаємопроникнення і відкритість культур та виступає найважливішою умовою свідомої суспільної діяльності людей та їх взаємодії, що є однією з характеристик інформаційної культури.

Основою інформаційної культури є знання про інформаційне середовище, закони його функціонування та розвитку, а головне – досконале вміння орієнтуватися в безмежному сучасному світі інформації [4, с. 28].

Наголосимо, що в умовах війни непросто окреслити межі публічності, і людина, активна у мережі Internet, живе, ніби в акваріумі виставкового центру під прицільним наглядом відвідувачів. Тому проблеми планетарного масштабу починають домінувати над проблемами індивідуального характеру: життя «десь там» стає більш важливим, ніж «тут і тепер». Епоха інформаційного хаосу породжена безупинним оновленням інформаційного контенту у різноманітних масштабах. Інформація не просто накопичується – вона самостійно циркулює Світом, змінюючи уявлення про нього та відкриваючи нові небезпеки та можливості [5, с. 121]. Тому важливість міжкультурної комунікації у сучасному житті загалом та професійності в інформаційному просторі зокрема спонукає до підвищення не лише за-

гальнокультурного рівня медіафахівців, але й удосконалення їхньої інформаційної культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Культура та інформаційне суспільство XXI ст. Матеріали науково-практичної конференції (10–11 квітня 2001 р.). Харків: ХДАК, 2001. 152 с.
2. Сміт Е. Д. Національна ідентичність / пер. з англ. П. Таращука. Київ: Основи, 2004. 223 с.
3. Кривега Л. Д. Світоглядні орієнтації особи в умовах трансформації суспільства: автореф. дис. ... д-ра філос. наук: 09.00.03. Ун-т внутр. справ. Харків, 2009. 30 с.
4. Моїсєєва Н. І. Методологічні аспекти розвитку дослідження соціальної комунікації. *Світ соціальних комунікацій*: наук. журнал / гол. ред. О. М. Холод. 2012. Т. 7. Київ: КиМУ, ДонНУ. С. 10–12.
5. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності: навчальний посібник, 2-ге вид., перероб. і доп. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.