

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ЛІТЕРАТУРНО-ХУДОЖНІХ ВИДАННЯХ

У статті досліджено теоретико-методологічні засади міжкультурної комунікації, проаналізовано підходи щодо розробки елементів її моделі та побудовано власну концептуальну модель міжкультурної комунікації в літературно-художніх виданнях, яка дає змогу з'ясувати, як на основі їх публікацій простежується міжкультурна взаємодія. Модель базується на системі соціальних комунікацій, до якої входить система міжкультурної комунікації, що як медіа-суб'єктів включає літературно-художні видання, які є особливим простором комунікації про літературу, культуру, систему людських цінностей.

Ключові слова: культура, комунікація, модель міжкультурної комунікації в літературно-художніх виданнях.

I. Вступ

У сучасних умовах суспільних змін дедалі більшої ваги набуває міжкультурна комунікація, тісно пов'язана зі зміною соціокультурних зв'язків, пошуком взаєморозуміння та компромісу між різними народами світу. Міжкультурна комунікація перетворилася на самостійну галузь комунікації, точніше, вона стала міждисциплінарною, що включає в себе дані й методи психології, етнографії, етнології, лінгвістики, соціології, філософії та ряду інших дисциплін.

Стрімке поширення засобів масової інформації, розвиток каналів зв'язку та зміна форм комунікації зумовили посилення формування ідеологічних і моральних стереотипів масової культури, де особливого значення набуває взаємодія культури й масових комунікацій як процесу, що формує "людський капітал" і моральний ресурс соціально-економічного розвитку держави [1]. Середовище, культурний та комунікаційний простір впливають на розвиток людини XXI ст., що створює платформу для подальшого пошуку цікавих тем для вивчення міжкультурної комунікації.

Варто зазначити, що в сучасному світі можливості культурної й міжкультурної комунікації не випадково привертають пильну увагу багатьох дослідників. Адже сучасні засоби масової інформації здатні залучати до комунікативного процесу широку аудиторію, для якої культура стає загальною суспільною потребою, в якій поєднується інформація про загальні суспільні проблеми. Тобто можна говорити про процес глобалізації культури як один з процесів інтеграції окремих етнічних груп у єдину світову культуру. Завдяки мас-медіа міжкультурна комунікація орієнтує людей на розуміння різних типів культур, розкриває особливості різноманітного способу життя людей, сприяє усвідом-

ленню культурних цінностей. Також вона допомагає дослідникам з'ясувати механізми соціальної інтеграції, які існують між різними групами людей, та протистояти міжкультурним конфліктам, спричиненим взаємною різноманітністю культур.

З розширенням та інтернаціоналізацією зв'язків, глобалізацією світових процесів роль міжкультурної комунікації безперервно зростає, з'являються нові засоби масової комунікації, за допомогою яких люди дізнаються більше різноманітної інформації одне про одного, завдяки чому відбувається не просто взаємодія, але взаємопроникнення культурних рис та ідеалів.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що глобалізація магістральних каналів зв'язку викликала до життя новий спосіб культурної експансії – шляхом передачі культурних моделей на інформаційному рівні, який перебуває на стадії соціокультурних трансформацій. Тобто утворюються нові форми відносин між людьми у сфері культури, особливі умови розвитку системи цінностей, потреби й принципи, засоби та способи їх задоволення. Одним із способів задоволення культурних потреб є літературно-художні видання, які виступають засобом масової комунікації, що охоплює велику аудиторію з різним типом мислення, способом життя, культурного буття, сприяючи взаємодії та взаємопроникненню культур. Це, у свою чергу, забезпечує формування нових типів культурної активності й духовних цінностей під впливом світових зовнішніх факторів.

II. Постановка завдання

Метою дослідження є побудова концептуальної моделі міжкультурної комунікації літературно-художніх видань, що дає змогу проаналізувати, як здійснюється міжкультурний вплив у суспільстві шляхом синтезу літературного дискурсу.

Для досягнення зазначеної мети поставлено такі завдання: проаналізувати теоре-

тико-методологічні засади міжкультурної комунікації; виявити та проаналізувати підходи щодо розробки моделі міжкультурної комунікації; на основі цих підходів побудувати концептуальну модель міжкультурної комунікації.

Методи дослідження зумовлені характером фактичного матеріалу та поставленою метою. Нами використано теоретичні методи, які базуються на доборі й узагальненні інформації щодо феномена міжкультурної комунікації та елементів її моделі й дали змогу проаналізувати літературні джерела інформації. Метод аналізу допоміг виокремити окремі складові елементи при побудові моделі міжкультурної комунікації літературно-художніх видань. Кожну з виділених складових проаналізовано окремо в межах єдиного цілого й показано багатовимірність культур різних народів на прикладі літературно-художніх видань. Метод синтезу допоміг вивчити об'єкт у його цілісності, у єдиному й взаємному зв'язку його частин: система соціальних комунікацій + система міжкультурної комунікації + літературно-художні видання як медіасуб'єкти + (повідомлення автентичного тексту від комунікатора (автора тексту) + повідомлення перекладеного тексту від комунікатора-реципієнта як перекладача тексту) + літературно-художні видання як канал комунікації, транслятор візуальної й вербальної інформації у вигляді текстів та ілюстрацій + концепти найбільш інтересів аудиторії, представлені у виданнях, які виступають інтегративним фактором для читацької аудиторії з різних країн світу.

III. Результати

Одним з основоположних факторів у теорії міжкультурної комунікації є поняття культури. Від того, як розкривається дефініція культури, залежить визначення підходів до цього виду комунікації.

Історик та культуролог А. Гуревич розглядає поняття культури як систему життєвих орієнтацій людини й називає формою та способом комунікації людей [6]. Тобто культура й комунікація йдуть паралельно та створюють безліч ареалів взаємовпливу, на основі якого створюється певне уявлення про час і простір як детермінанти буття людини.

Т. Парсонс вважав, що культура – це система цінностей, яка є частиною соціальної системи й відповідає за її керованість і впорядкованість [8]. Німецький філософ О. Шпенглер, розуміючи культуру як організм, органічну цілісність, підкреслював, що кожен такий організм абсолютно специфічний, унікальний і відмінний від інших, що не існує єдиної загальнолюдської культури, а історія людства є постійне співіснування й зміна цих унікальних культурних утворень [10].

Відомий сучасний представник культурно-історичної психології М. Коул пов'язує

поняття культури з поняттям артефакту. При цьому, як вважає вчений, артефакти – це “продукти історії людства”, які включають як матеріальне, так і ідеальне. Артефакти в цьому випадку розуміють у широкому значенні – як знаряддя, за допомогою яких людина взаємодіє з навколишнім світом і будує свій власний світ. У такому випадку в поняття артефакту включають, наприклад, і засоби масової інформації як засіб (“знаряддя”) життєдіяльності людини [12]. Артефакти мають не тільки матеріальну та ідеальну, а й матеріально-ідеальну природу. Артефакт існує матеріально – у просторі, часі, сприймається органами чуття. Ідеться про те, що в усіх артефактах як предметах культури й знаряддях культурної діяльності втілені ті чи інші цілі, що виявляються в певній формі, у певному способі використання того чи іншого артефакту.

М. Коул, посилаючись на ідеї М. Вартофського, виділяє три рівні артефактів: “Первинні артефакти – ті, які безпосередньо використовуються у виробництві: знаряддя матеріального й духовного виробництва, у тому числі слова, телекомунікаційні мережі, міфічні образи культури. Вторинні артефакти включають і самі первинні артефакти, і способи дії з їх використанням. Вторинні артефакти відіграють центральну роль у збереженні й трансляції уявлень і способів дії. Вони включають приписи, звичаї, норми, конституції тощо. Артефакти другого рівня називають також культурними схемами й сценаріями. До третинних артефактів належить автономний світ ігрової діяльності. Це, насамперед, художні образи й твори, включаючи феномени масової культури. Значущість артефактів третього рівня полягає в тому, що вони “можуть забарвлювати наше бачення “реального” світу, надаючи засоби для зміни поточної практики. Говорячи сучасною психологічною мовою, способи поведінки, набуті у взаємодії з третинними артефактами, можуть поширюватися за межі безпосереднього контексту їх використання [14; 11].

Як вважає Є. Омельченко, стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій надає людям ресурси для поглиблення соціокультурних взаємозв'язків [5]. Завдяки взаємозв'язкам соціокультурних процесів відбувається формування життєвих стратегій буття сучасних людей. Одним із взаємозв'язків соціокультурних процесів є літературно-художні видання, в яких міжкультурна комунікація виступає фактором, що сприяє створенню спільних цінностей, нового спільного пізнання та єдиного соціокультурного простору, де взаємодіють представники різних культур і народів. Аналіз соціокультурних трансформацій свідчить про існування глобальної культури, що є результатом процесу глобалізації сучасного світу, де

міжкультурна комунікація є одним із механізмів його регулювання.

Враховуючи той факт, що глобалізаційні процеси сприяють посиленню міжкультурної взаємодії, дослідники розробляють різні моделі міжкультурної взаємодії, одна з яких полягає в діалозі культур, де кожна культура породжує свою специфічну раціональність, свою моральність, своє мистецтво, виражається у відповідних символічних формах.

В. Різун наводить приклад моделі культурної комунікації А. Молеса (Моля) та А. Тудора. Перший створив модель мозаїчної культури, де сучасна культура виступає неупорядкованою цілісністю, має мозаїчну структуру з елементами різної цінності та вартості. Така культура є продуктом функціонування засобів масової комунікації й впливає вона з надбань минулого, колись сучасного, а сукупність її висловлювань творить суспільно-культурний образ, який формує сучасний споживач інформації. Основу моделі А. Тудора становить суспільно-культурна складова комунікації, яка полягає в тому, що процес спілкування, з одного боку, зумовлений суспільною структурою, з іншого – культурою. Виходячи зі сказаного, комунікація виступає засобом забезпечення, продукування, поширення та споживання культурних цінностей, їх зберігання й передачі, що сприяє освоєнню нових знань, продукуванню нових ідей і процесу взаємопроникнення культури та комунікації [13].

При міжкультурній комунікації відбувається не тільки уніфікація мов видів культури, але і їх взаємне збагачення, що особливо помітно в мовах науки й техніки, де народження нового поняття, як правило, супроводжується появою нового терміна, що входить у міжнародний обіг. Тому майбутнє культури (як і майбутнє національних мов) бачиться не як синтез національних культур, а як “єдність у різноманітті”. У літературно-художніх виданнях прототекст, будучи перекладеним на іноземну мову, як метатекст входить у корпус творів тієї національної культури, якій належить мова перекладу. Це помітив і дуже чітко описав Н. І. Конрад, що оперував прикладом з міжкультурної комунікації на рівні художньої літератури: “Пані Боварі” у своєму французькому мовному образі – часточка французької літератури, в російському мовному образі – надбання російського літературного світу, в японському – японського, а в своєму багатомовному вигляді – часточка світової літератури” [2].

Дослідниця А. Нароєнкова на прикладі думки американського політолога й соціолога, одного із засновників Чиказької школи соціології Г. Лассуелла, наводить деякі елементи моделі міжкультурної комунікації, яка представлена за допомогою комунікативного

акту, що включає такі складові: комунікатор, одержувач, повідомлення, канал, ефект [4]. За цією моделлю дослідниця під повідомленням розуміє складову комунікативного акту – повідомлення, передане певною мовою. “Комунікатор” і “одержувач” у міжкультурній комунікації – це представники двох (і більше) різних культур, які вступили у взаємодію за допомогою обміну повідомленнями з певною метою. Кожна культура має безліч символів соціального оточення, як вербальних, так і невербальних способів спілкування, за допомогою яких люди орієнтуються й діють у повсякденному житті [3]. Таким чином, кожне повідомлення має культурний контекст, зумовлений належністю комунікантив до певної культури, що визначає його образ думки.

Основним сучасним каналом комунікації є міжнародні комп’ютерні мережі, які здатні забезпечити практично моментальне переміщення будь-якої інформації [7]. Інтернет-сервіси дають людям змогу брати участь у створенні інформаційного універсаму. А. Фернхем і С. Бочнер описують чотири типи взаємодії культур: геноцид, асиміляція, сегрегація та інтеграція [9]. Запропоновані авторами типи – це кінцевий підсумок взаємодії, але ж існує те, що передує йому. Це і є процес міжкультурної комунікації (у тому чи іншому вигляді), за підсумком якого буде визначено кінцеве співвідношення сил між комунікантами. Отже, кожен комунікативний акт має ефект, який є черговою “сходінкою” до одного із чотирьох запропонованих варіантів взаємодії.

Досліджуючи літературно-художні видання, важливо зазначити, що вони виступають певними медіасуб’єктами соціокультурних цінностей, які репрезентують історію минулого, сучасності та майбутнього. Міжкультурна комунікація у виданнях спрямована на соціальну, політичну, економічну й культурну взаємодію багатьох народів і забезпечує культурний обмін та доступ до літературної спадщини письменників, сприяє міжкультурному діалогу. Літературно-художні видання створюють базу для формування різних культурних утворень як континентальні, національні, регіональні, соціально-демографічні тощо. Ці видання виступають одним із чинників створення сучасної моделі міжкультурної комунікації. Тому в контексті розвитку світової культури важливо вміти гідно представляти не тільки свою культуру, а й іншу, тим самим збагачуючи культурні цінності різних народів, і знаходити взаєморозуміння в процесі міжкультурної комунікації.

На основі аналізу елементів моделей міжкультурної комунікації запропонована власна концептуальна модель міжкультурної комунікації в літературно-художніх виданнях, яка дає змогу проаналізувати, як здійснюється міжкультурний вплив у суспі-

льстві шляхом синтезу літературного дискурсу (див. рис.). Модель базується на системі соціальних комунікацій, до якої входить система міжкультурної комунікації, що як медіа-

суб'єктів включає літературно-художні видання, які виступають особливим простором комунікації про літературу, культуру, систему людських цінностей.

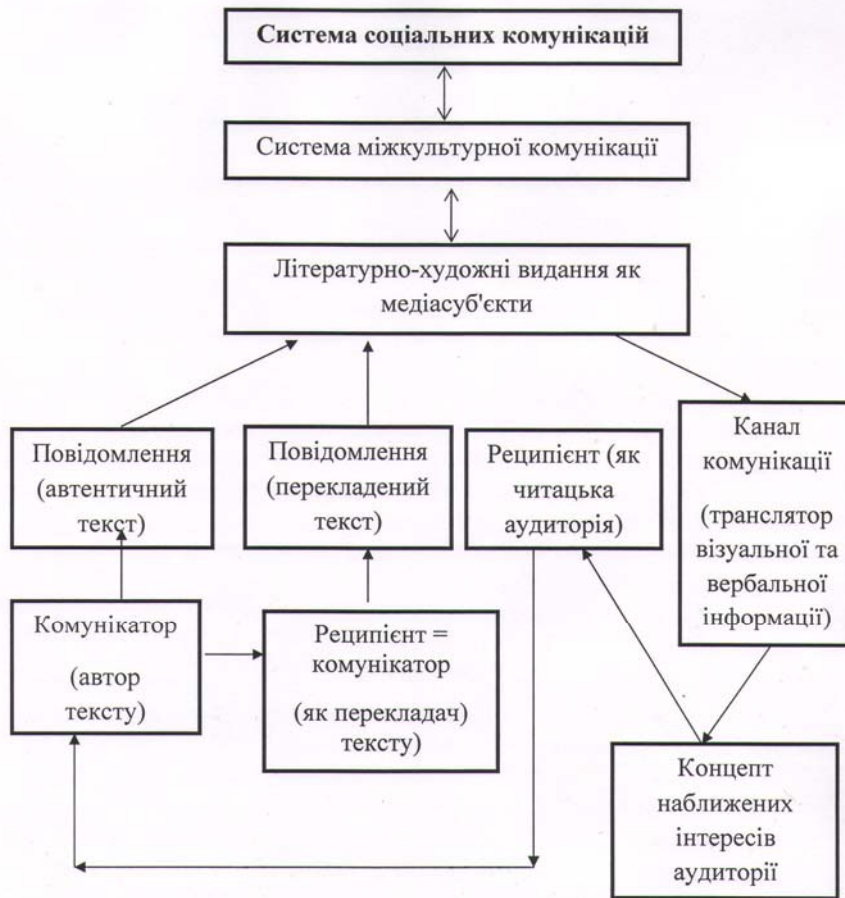


Рис. Концептуальна модель міжкультурної комунікації в літературно-художніх виданнях

Важливе місце в моделі посідає комунікатор, тобто автор тексту, який кодує інформацію, необхідну для орієнтації реципієнта й організації сприйняття смислу тексту. Отже, комунікатор добирає факти, образи, відповідно до своєї мети та уявлення реципієнта, а той, сприймаючи повідомлення, декодує його. Також варто зауважити, що у виданнях перекладної літератури є не лише автор тексту, а й перекладач, який виступає як комунікатором, так і реципієнтом. Адже він отримує автентичний текст для перекладу як реципієнт, але, перекладаючи його та надсилаючи повідомлення для розміщення у виданні, виступає комунікатором. Це людина, що володіє знаннями мовної норми й комунікативними навичками, здатністю досягати консенсусу, позитивно ставитися до представників інших культур світу, мати полікультурність поглядів, метою якого є збереження своєї культури й збагачення її завдяки визнанню та прийняттю іншої культури. При цьому варто зазначити, що кожен автор перекладних літературно-художніх видань представляє, крім своєї власної куль-

тури, ще й власну індивідуальну субкультуру. Кожен індивід має свою культурну систему, що сформувалася відповідно до його політичного та географічного середовища, під впливом успадкованих у сім'ї традицій, звичок, норм і правил поведінки та професійної термінології, отриманої від найближчого кола співрозмовників, тощо. Це свідчить про те, що, створюючи переклади матеріалів, людина вже сама є носієм певної культури чи виступає таким собі "соціальним інститутом культури".

У нашій моделі міжкультурної комунікації літературно-художні видання виступають не лише медіасуб'єктами, а й каналами комунікації, трансляторами візуальної й вербальної інформації у вигляді текстів та ілюстрацій, серед яких є певні концепти наближених інтересів аудиторії, спільні для читацької аудиторії різних країн світу незалежно від територіального розташування, соціального статусу, вікової категорії, віросповідання тощо. Вони виступають по суті ефектом, спрямованим на читацьку аудиторію та соціум. Ці концепти можна виділити за допомогою "закона близькості", який уособлює

все те, що становить інтерес для публіки, що її хвилює, що може бути їй корисним. Одним з компонентів “закону близькості” є “психічно афективний компонент”, який складається з “базових інстинктів” (усе, що стосується людської істоти в її основних принципах, викликає інтерес і збуджує цікавість: інстинкт збереження життя, любов, радість, смерть, ненависть, насильство). Важливо зазначити, що “закон близькості” має вплив на все, що пов'язано із щоденними діями й проблемами. Він зачіпає всі сфери нашого життя та може виступати не тільки як фактор інтересу людей до подій і явищ, які відбуваються ближче до них, а й за допомогою спільних для всіх людей понять бути інтегративним фактором.

IV. Висновки

У ході досліджень з'ясовано, що міжкультурна комунікація в літературно-художніх виданнях, спрямована на соціальну, політичну, економічну й культурну взаємодію різних народів світу народів, сприяє створенню бази для міжкультурного діалогу. При цьому майбутнє культури бачиться не як синтез національних культур, а як їх єдність у різноманітті.

Аналіз літературних джерел засвідчив, що в основу елементів різних моделей міжкультурної комунікації покладено той факт, що остання виступає засобом забезпечення, створення, поширення та споживання культурних цінностей, їх зберігання й передачі, що сприяє освоєнню нових знань, продукуванню нових ідей і процесу взаємопроникнення та взаємозбагачення культур.

Побудовано власну концептуальну модель міжкультурної комунікації в літературно-художніх виданнях, яка дає змогу проаналізувати, як на основі їх публікацій простежується міжкультурна взаємодія. Модель базується на системі соціальних комунікацій, до якої входить система міжкультурної комунікації, що як медіа-суб'єктів включає літературно-художні видання. У моделі міжкультурної комунікації літературно-художні видання виступають не лише медіа-суб'єктами, а й каналами комунікації, трансляторами візуальної та вербальної інформації у вигляді текстів й ілюстрацій. У цих виданнях є спільні концепти наближених інтересів аудиторії, які є спільними для читацької аудиторії незалежно від її територіального розташування.

Запропонована концептуальна модель міжкультурної комунікації може бути використана для подальших досліджень різних літературно-художніх видань з метою визначення, як функціонують і взаємопроникають образи свого нормативного та чужого, де проходить межа наших спільних і відмінних зацікавленостей.

Список використаної літератури

1. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. / В. Ф. Іванов. – Київ : 2000. – 210 с.
2. Кияк Т. Р. Перекладознавство (німецько-український напрям) : підручник / Т. Р. Кияк, А. М. Науменко, О. Д. Огуй. – Київ : Київ. ун-т, 2008. – 543 с.
3. Кочетков В. В. Психология межкультурных различий / В. В. Кочетков. – Москва : ПЕРСЭ, 2002. – 416 с.
4. Нароенкова А. С. Роль межкультурной коммуникации в многополярном мире [Электронный ресурс] / А. С. Нароенкова // Информационно-аналитический портал ГЕОПОЛИТИКА. – Режим доступа: <http://www.geopolitica.ru/article/rol-mezhkulturnoy-kommunikacii-v-mnogopolyarnom-mire#.VTUQ2dK8PGd>.
5. Омельченко Е. Л. Идентичности и культурные практики российской молодежи на грани XX–XXI вв. : автореф. дис. ... д-ра социол. наук / Е. Л. Омельченко. – Москва, 2004. – 34 с.
6. Парахонский Б. А. Язык культуры и генезис знания / Б. А. Парахонский. – Київ : Наук. думка, 1988. – 211 с.
7. Соколова М. Е. Социальные научные сети Рунета и “открытый код” “поколения Google” / М. Е. Соколова // Социологический ежегодник. – 2010. – Т. 2. – 421 с.
8. Теремко В. Г. Соціологія : підручник / В. Г. Теремко. – Київ : Академія, 2005. – 432 с.
9. Фернхем А. Культурный шок: психологические реакции на незнакомые условия / А. Фернхем, С. Бочнер. – Лондон ; Нью-Йорк : Изд-во Оксфорд. ун-та, 1986. – 298 с.
10. Шпенглер О. Закат Европы / О. Шпенглер // Самосознание европейской культуры XX века. – Москва : ИПЛ, 1991. – Т. 2. – 366 с.
11. Cole M. Cultural-historical psychology: A meso-genetic approach / M. Cole // L. M.W. Martin, K. Nelson, & E. Tobach (eds.), Sociocultural psychology: Theory and practice of doing and knowing. – New York : Cambridge University Press, 1995. – P. 168–204.
12. Cole M. Cultural mechanisms of cognitive development. In E. Amsel & K. A. Renninger (Eds.), Change and development: Issues of theory, method, and application / M. Cole. – New Jersey : Erlbaum, 1997. – P. 245–263.
13. Rizun V. V. The vital questions of mass communication theory : monograph / V. Rizun; ed. by prof. O. M. Kholod ; Taras Shevchenko National University of Kyiv. – Kyiv, 2009. – 168 p.
14. Wartofsky M. W. Models (Representations and the scientific Understanding) / M. W. Wartofsky. – Boston-London, 1979. – 508 p.

Стаття надійшла до редакції 13.05.2015.

Покляцкая Е. А. Концептуальная модель межкультурной коммуникации в литературно-художественных изданиях

В статье исследованы теоретико-методологические основы межкультурной коммуникации, проанализированы подходы к разработке элементов ее модели и построена собственная концептуальная модель межкультурной коммуникации в литературно-художественных изданиях, которая позволяет выяснить, как на основе их публикаций прослеживается межкультурное взаимодействие. Модель базируется на системе социальных коммуникаций, в которую входит система межкультурной коммуникации, включающая в качестве медиасубъектов литературно-художественные издания, выступающие особым пространством коммуникации о литературе, культуре, системе человеческих ценностей.

Ключевые слова: культура, коммуникация, модель межкультурной коммуникации в литературно-художественных изданиях.

Pokliatska K. Conceptual Model of Intercultural Communication in the Literary-Artistic Publications

In the article the theoretical and methodological foundations of intercultural communication, analyzed approaches to the development of elements of its model and built a conceptual model of intercultural communication in the literary-artistic publications, which allows to find out how on the basis of their publications can be traced intercultural interaction. The model is based on the system of social communications, which includes intercultural communication system, comprising as mediasubjects literary-artistic publications, acting special space communication about literature, culture, and human values. Also, in the model of intercultural communication literary-artistic publications appear yet as channels of communication, translators visual and verbal information in the form of text and illustrations. Among which there are certain concepts approximate audience interests common to readers of different countries of the world, regardless of geographic location, social status, age group, religion, and so on. The study used theoretical methods based on the selection and compilation of information on the phenomenon of intercultural communication and elements of its model and helped analyze literary sources of information. The method of analysis helped identify the individual components of the elements in the construction of model of intercultural communication of literary-artistic publications. The synthesis method helped learn the object in its entirety, in a single and mutual connection of its parts. Analysis of the references showed that in the basic of elements of various models of intercultural communication assigned the fact that the latter is a means of ensuring, creation, distribution and using of cultural values, their storage and transmission, which contributes to the development of new knowledge, new ideas and the process of interpenetration and mutual cultures.

Key words: culture, communication, model of intercultural communication in literary-artistic publications.