

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 316.772

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ПРОДУКТИ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ МЕРЕЖ У ПРОЦЕСІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ІНТЕРАКЦІЇ

Лалак О.А.

Національний університет «Львівська політехніка»

Міжкультурна інтеракція, як одна із форм соціальної комунікації, сприймається як взаємодія представників культурних спільнот, орієнтована на досягнення порозуміння. Відтак, інтеркультурне співробітництво являється незмінним інструментом формування іміджу країни на світовій арені, напрямком діяльності якого є, силами культури, забезпечити сприятливі умови для впливу на громадську думку іноземних держав. Доказовим є взаємовплив інтелектуальних результатів масової комунікації та інформаційних продуктів на суспільно-політичний стан взаємин міжкультурних партнерів. Прагнення представників громади адаптуватися в інокультурному просторі, передбачає компетентний підхід до явища культурного шоку, бар'єрів та фізіологічних, мовних, поведінкових, психологічних, культурологічних поміх. Крім того, у процесі міжкультурної взаємодії, представники комунікативних систем повинні фільтрувати інтелектуальні продукти соціально-комунікаційних мереж, з обачністю реагувати на мас-медіа, на прикладні інформаційні технології впливу на суспільну свідомість.

Ключові слова: міжкультурна інтеракція, інтеркультурна взаємодія, культурний шок, соціальні комунікації, соціально-комунікаційний, засоби масової інформації і комунікації.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У даній статті автор прагне розглянути поняття міжкультурної комунікації та соціальних комунікацій як цілісних систем взаємопов'язаних дій, що регулюють соціально-комунікаційні процеси у суспільстві. У статті акцентовано на взаємовпливі інтелектуальних продуктів соціально-комунікаційних мереж та успішності міжкультурної інтеракції.

Стаття виконувалась в межах науково-дослідної роботи кафедри міжнародної інформації Національного університету «Львівська політехніка»: «Інформаційно-комунікаційні та політико-правові фактори трансформації системи міжнародних відносин на початку XXI ст.» (№ держреєстрації 0113U005278, 2013-2017 рр.). Наукове значення роботи полягає у розвитку теоретичних положень інституційної взаємодії у сфері міжкультурної комунікації з позиції наукового розуміння соціально-комунікаційних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій вкотре показав, що переважна більшість згадувань про міжкультурну комунікацію висвітлюють аспекти мовного порозуміння, правильного перекладу текстів та інтерпретації на живо. Вважаємо за доцільне акцентувати увагу саме на соціокультурному аспекті, адже при взаємодії суб'єктів інтеркультурних відносин слід враховувати етнокультурні особливості, про що згадаємо в наступному тексті. Стаття розкриває погляди вітчизняних та зарубіжних науковців на термінологічні трактування комунікацій в цілому (Саввіна Л.І.), міжкультурної комунікації та її місця в системі соціокультурних взаємин (Грушевицька Т.П., Садохін А.П., Коннікова Л.Ю. серед російських вчених, Подольська Є.А., Козак А.А. – серед українських). Явища діалогу культур та їх значення в контексті соціально-ко-

мунікаційних відносин досліджували Крос Кетлін, Гакет Роберт, Іжевська Г.Ф., Красільчук В.І. Супроводжуюче і невід'ємне явище культурного шоку, бар'єри і поміхи на шляху успішної міжкультурної комунікації висвітлювали Ковалінська І.І., Леонтович О.А. В статті наведені погляди вітчизняних дослідниць: Колбіної Т.В., Аксьонової В.І. на досліджувані поняття міжкультурної та соціальної комунікації. А також – основне бачення соціальних комунікацій О.М. Холодом.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. З-поміж численних наукових досліджень міжкультурної комунікації та соціально-комунікаційних технологій, не було виявлено проблеми взаємозалежності інтелектуальних продуктів інформаційно-комунікаційних мереж та успішного здійснення міжкультурної взаємодії громадськістю.

Метою дослідження є визначення впливу інтелектуальних продуктів соціально-комунікаційних мереж на процес здійснення міжкультурної взаємодії. Відповідно до поставленої мети, необхідно вирішити наступні дослідницькі завдання:

- охарактеризувати основні підходи до визначення поняття «міжкультурна інтеракція» в соціокультурному просторі;

- виокремити камені спотикання успішної міжкультурної комунікації (культурний шок, поміхи, бар'єри);

- довести вагомий вплив масово-інформаційних виробів на налагодження інтеркультурного порозуміння.

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжнародна культурна співпраця має давню історію. Діалог між державами не є новітнім досягненням людства, однак дедалі частіше міжкультурна співпраця виходить на нові рівні та осягає все більших масштабів. Потреба людства ділитися досвідом, передавати культурні ресур-

си і надбання зумовила постійний розвиток зовнішньої культурної політики.

Вважаємо, що культурна політика є складовою частиною державної політики країни на міжнародній арені. Вона охоплює культурно-гуманітарну сферу і зорієнтована на інтеграцію країни в світовий культурний простір. Партнерів по інтеграції керівництво обирає або серед однієї з іноземних держав, або ж посеред декількох, розпочинаючи співпрацю вже на міжнародному рівні. Відтак, інтеркультурне співробітництво являється незмінним інструментом формування іміджу країни на світовій арені, напрямком діяльності якого є, силами культури, забезпечити сприятливі умови для впливу на громадську думку іноземних держав. І хоча термін інтеркультурної комунікації у вузькому розумінні з'явився в науковій літературі в 1970-х роках, чимало сучасних вчених присвятили свою діяльність дослідженню міжкультурної комунікації та її функціонуванню. На практиці, міжкультурна інтеракція на етнічному рівні, виявляється у взаємодії між локальними етнічними групами, етновними, етноконфесійними та іншими спільнотами. У взаємодії культур на цьому рівні, з одного боку відбувається взаємне засвоєння досягнень іншої культури, взаємообмін та збагачення культур, розвиваються інтеграційні процеси, а з іншого – спостерігається посилення етнічної самосвідомості, прагнення до збереження та захисту етнічних особливостей народу [10, с. 80].

Українському суспільству, слідом за іншими розвиненими державами, властиве культивування міжкультурної комунікативної близькості народів, які проживають на території тих чи інших держав. До подібних взаємовідносин залучаються міністерства закордонних справ, державні та недержавні інститути, окремі суб'єкти міжнародної діяльності тощо. Відтак, в умовах створеного фундаменту довіри поміж країнами-партнерами, розвиваються дружні взаємозв'язки між людьми різних національностей. З іншого боку, недостатня обізнаність в іноземних культурах може негативно вплинути на підприємства, органи влади та управління, недержавні інституції, які співпрацюють в багатокультурних об'єднаннях. Успіх останніх є наймовірніше важливим для здійснення світової торгівлі і зовнішньополітичних зв'язків.

Існує три форми міжкультурної взаємодії, на думку Т. Колбіної: безпосередній контакт представників різних культур; опосередкована їх комунікація (посередниками можуть бути перекладачі, технічні засоби комунікації); через тексти на різних носіях (паперових, електронних, аудіо- та відеопристроях), завдяки яким люди вивчають особливості іншої культури [5]. Погоджуємося з трактуванням поняття міжкультурної комунікації як соціального феномену, сутність якого полягає у конструктивній чи деструктивній взаємодії між представниками різних культур (національних та етнічних), субкультурами в межах чітко визначеного просторово-часового континууму [8]. Загальною характерною рисою всіх рівнів і видів міжкультурної комунікації є неусвідомленість культурних розходжень її учасниками. Вони переконані, що їхній стиль і спосіб життя є єдино можливим і правильним, що цінності, на які вони орієнтуються, однаково

зрозумілі й доступні всім людям. І тільки зіштовхуючись із представниками інших культур, виявляючи, що звичні моделі поведінки перестали працювати, людина починає замислюватися про причини своєї невдачі. Критичне осмислення процесу міжкультурної комунікації спонукає до акцентування на явищі культурного шоку. Досліджуючи концепцію останнього, А. Садохін та Т. Грушевицька, тлумачать її як «захисну реакцію психіки індивіда на надто великий об'єм нової інформації» [11, с. 271]. В ситуаціях безпосередньої інтеркультурної взаємодії, такий психологічний стан людини пов'язаний, насамперед, з тим, що люди, прямо чи опосередковано, потрапляючи в світ іншої культури, не можуть дотримуватися звичної для своєї культури системи ціннісних орієнтирів та поведінки, і не всім розуміють наміри й цінності представників іншої культури. Очевидно, виїжджаючи за межі власної країни, емігранти переживають глибоке почуття культурного шоку, спричинене неконтрольованим впливом інформації в новому середовищі проживання. Безперечно, матеріальна вигода відчувається, однак вона супроводжується шоківним станом, почуттям ностальгії, інколи – психічними відхиленнями, подекуди й негативною оцінкою культури материнської нації.

Безумовно, культурний шок надає певного впливу на хід міжкультурних інтеракцій. Ковалінська І. перелічила шість основних перешкод або «каменів спотикання» ефективній міжкультурній комунікації:

1. Допущення подібностей (йдеться про наївні сприйняття суб'єктів інтеркультурної взаємодії всіх суб'єктів як схожих, чи навіть однакових);

2. Мовні відмінності (комуніканти часто вважають, що подана ними фраза має лише одне смислове забарвлення);

3. Помилкові невербальні інтерпретації (адже невербальна поведінка становить більшу частину комунікативних повідомлень);

4. Упередження та стереотипи (необ'єктивне сприйняття іншого суб'єкта комунікаційної взаємодії внаслідок усталених психологічних бар'єрів);

5. Прагнення оцінювати (відмінність у цінностях може спровокувати конфлікт і непорозуміння);

6. Підвищена тривога або напруга (оскільки епізоди міжкультурних комунікацій часто пов'язані зі стресом перед незнанням) [3, с. 5-6].

Необхідно також вказати на два явища, що порушують комунікаційний процес. Леонтович О.А. відносить до таких:

1) бар'єри (фактори, котрі заважають комунікації відбуватись як такий – незнання іноземної мови; фізіологічні фактори – глухота, німота одного із співбесідників);

2) поміхи (фактори, що знижують якість комунікаційних процесів і призводять до спотворення інформації – асиметрія, стереотипні реакції, мовні помилки тощо). Російський науковець виділяє три види поміх:

– з боку оточення (шуми, фізична відстань, погана видимість);

– з боку отримувача;

– з боку джерела комунікативного повідомлення/відправника.

Останні два види поміх зі сторони учасників комунікативного процесу можна умовно по-

ділити на: фізіологічні (дефекти мовлення і слуху, втрата зору, порушення діяльності рухового апарату), мовні (лексичні і граматичні помилки, невірне інтерпретування семантики мовних одиниць), поведінкові (розсіяність, невідповідність вербальних і невербальних сигналів), психологічні (несприятливі риси характеру, замкнутість особистості, надмірна емоційність, конфліктні установки) і культурологічні (відмінності менталитетів, ціннісних установок) [7, с. 247-249].

Зазначимо, що В. Аксьонова, аналізуючи основоположні принципи міжкультурної комунікації, наголосила, що вони можуть бути досяжними лише в умовах відсутності мовних, мовленнєвих, етнічних, расових і культурних бар'єрів у сучасному соціальному світі [11, с. 139]. Можемо підсумувати, що основним досягненням міжкультурної співпраці стає толерантне світосприйняття і придушене стереотипне мислення. Успішне здійснення міжкультурної політики дає змогу державі: отримати особливий поважний статус у міжнародному товаристві, відкривати людям інших національностей її культуру, збільшувати кількість міжкультурних зв'язків між громадянами, проводити відкритий діалог між приватними особами та недержавними структурами, здійснювати вплив на громадську думку серед іноземців тощо. Відтак, інтеркультурна комунікація слугує пропагуванню вдалого образу успішної держави, політичних ідеалів, загальних цінностей нації в очах іноземної публіки. Не зважаючи на те, що взаємодія відбувається між державами, сфера міжкультурного діалогу не являється монополізованою. Кожна країна має власний рівень причетності держави до культурних обмінів, зібрань і інституцій. Тут основну роль відіграє фінансове становище країни, ступінь розвитку культурної політики держави, національних традицій і мистецького потенціалу, а також наявність пріоритетів щодо розвитку тих чи інших сфер суспільно-політичної діяльності. Відповідно, не кожна держава регулярно втручається у галузь культурної взаємодії. В окремих випадках цим займаються компетентні організації.

Розглядаючи комунікацію як чинник розвитку суспільства, Л. Саввіна припускає, що соціальна комунікація уможлиблює участь суб'єкта в діяльності суспільних інститутів. Крім того, автор наголошує на важливості послідовного здійснення інтегративних зусиль соціальної комунікації для досягнення взаєморозуміння і солідарності. А отже, заохочує створення в суспільстві різних самостійних, автономних об'єднань і організацій [9, с. 6-11]. Цитуючи авторів журналу «Комунікація», О. Холод пропонує визначати соціальну комунікацію як «обмін між людьми або іншими соціальними суб'єктами цілісними знаковими повідомленнями, у яких відображені інформація, знання, ідеї, емоції тощо, обумовлений цілим рядом соціально значимих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві». Він також використовує дані Ф.І. Шаркова щодо трактування соціальної комунікації як обміну інформацією між наступними соціальними суб'єктами: індивідами, індивідом і суспільством, спільнотами, спільнотами й інститутом, соціальними інститутами тощо [12]. Необхідно також навести тракту-

вання поняття «сфера соціальних комунікацій»: це простір синтезування інформації і результатів культурної діяльності (під час якої культура сприймається як інформаційний фонд) [13, с. 12].

В контексті даного наукового дослідження, автор прагне наголосити на суміжності понять міжкультурної комунікації та соціальних комунікацій. Розуміючи під інтеркультурної взаємодією також визначення А. Козак, котра вважає, що міжкультурна комунікація – це функційно зумовлена комунікативна взаємодія людей як носіїв різних культурних спільнот, що орієнтована на взаємопроникнення культурно-комунікативних смислів, досягнення взаєморозуміння з урахуванням і збереженням «національної картини світу», їх взаємозбагачення в соціокультурному й духовному планах», помічаємо поєднуваність явища міжкультурної комунікації та соціальних комунікацій в цілому [4, с. 109].

Вважаємо, що сьгодні соціально-комунікаційні зв'язки становлять основу для духовного існування суспільства. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій для згуртування соціуму відбувається через масові комунікації. Щодня громада споживає інформаційний продукт, створений медіазнавцями, що в певній мірі поступово формує світогляд конкретних членів суспільства. Серед завдань соціальної комунікації, виокремлюємо наступні: надавати інформацію стосовно суспільно-політичної діяльності, ознайомлювати населення з поточним станом справ, полегшувати життєдіяльність особистості, задавати характер емоційного сприйняття даних, спонукати до активних дій тощо.

Так, сьгодні дедалі частіше зауважуємо застосування самоорганізованих ідентифікаційних груп. Адже представники меншин, нетрадиційних груп і особливих рухів тепер надають своїй специфічній діяльності культурного і політичного змісту. Саме завдяки ЗМІ, спеціально адресованим публікаціям і передачам, кабельному телебаченню та іншим проявам медіа-впливу, цей бурхливий соціальний процес отримує значне прискорення. Однак видається, що органи державної влади та управління вдаються до масових комунікацій в залежності від поточного стану справ в країні. Інколи вони активно залучають населення до певних програм культурної політики з метою загального згуртування громадян, нав'язування конкретних ідеологічних цінностей, формування поведінкових стереотипів тощо. В іншому випадку, на державному рівні, громадськість мобілізується з метою відведення погляду від політичної чи економічної ситуації в країні. Наприклад, щоб не допустити молоде покоління до повноважень впливати на процеси прийняття рішення щодо покращення політичної ситуації, владні інституції відвертають увагу громадськості на підвиди культури, на специфічні течії масової поведінки і т.д.

При здійсненні заходів щодо популяризації власної культури за кордоном, економічно-розвинені держави (Франція, США, Німеччина, Італія, Великобританія та ін.) залучають значні ресурси приватних фондів. Як ми вже досліджували в попередніх публікаціях, високорозвинені країни дбають про свій статус та імідж на міжнародній арені і налагоджують міжкультурну

діяльність в містах-партнерах за кордоном. Так, культурні інтереси Іспанії в Україні представляє Інститут Сервантеса, здобутки Франції – Альянс Франсез, з великим розмахом діє Інформаційна служба США (USIS), Великобританію представляють центри Британської Ради, Ізраїль – Хесед Ар'є тощо. Названі організації сприяють налагодженню культурного співробітництва, обміну ідеями, інформацією, цінностями, традиціями, переконаннями і іншими аспектами з метою підтримки національних інтересів, будівництва відносин і посилення соціокультурного взаєморозуміння. В контексті даного дослідження, слід підкреслити ефективність зазначених центрів як комунікаційних каналів, як джерела збагачення інформаційної культури суспільства, як таких, що застосовують прикладні технології стосовно інтеркультурної взаємодії.

Очевидно, інформаційна сфера допомагає економічному і політичному становленню країн. Вона дає можливість, вкладаючи менший ресурс, отримувати більший результат. На превеликий жаль, Україна живе начерками, які дають їй більш потужні інформаційні системи інших країн. Медіа-організації сприймаються не як ті, що детермінують, а як такі, що беруть участь у багатосторонніх взаємовідносинах з іншими політичними силами; взаємовідносинах, які обмежені стійкими структурними особливостями [6, с. 105].

Найпростішим прикладом є домінування на українських теле- і радіоканалах інформаційної продукції зарубіжного виробництва. Проникнення в українську культуру західних постмодерних цінностей теж нерідко викликає занепокоєння: комерціалізація вестернізованої масової культури, її бруталність, низький рівень, негуманність, жорстокість справедливо критикуються представниками української інтелігенції [2, с. 28-31]. Ми спостерігаємо експансію країнами світу в українську культуру, а також намагання скоротити використання рідних мов як засобів спілкування, формуючи наше бачення світу за власним бажанням. Австрія та Німеччина, наприклад, розмовляють майже однією мовою, але вони є різними країнами, бо по-різному бачать світ. І поки Україна не буде мати за собою єдиної інтерпретації подій своїми громадянами, вона не відчуватиме себе єдиною державою.

Поява інформаційного суспільства створює нову тенденцію, згідно якої інформація є не наслідком події, а її основою та творцем. Оскільки масова свідомість не здатна інтерпретувати всі події, вона покладається на готові здобутки, що їй надає масова комунікація, в першу чергу – телебачення. Цьому прикладом є останні події (2014-2015 рр.) на Сході України та реагування світової спільноти на них. Жителі Російської Федерації не мають аналогового джерела інформації, тому доволі суб'єктивно інтерпретують ситуацію. Власне така одностороння поінформованість породила відповідну реакцію у росіян, посіявши ненависть, агресію і

вороже ставлення до української нації. Отже, особливо увагу слід приділити питанню суспільного телебачення та інших засобів масової комунікації. Внаслідок спостережень за продуктом інформаційно-комунікаційних мереж, між соціальними інститутами формуються особливі взаємовідносини, що, з одного боку, піддаються впливу і корегуванню, а з іншого, набувають певної єдності і могутності як окремий елемент суспільства.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку в цьому напрямку. Узагальнено, що міжкультурна інтеракція – це взаємодія представників культурних спільнот, орієнтована на досягнення порозуміння, їх взаємозбагачення в соціокультурному й духовному планах. Вона відбувається на макрорівні (політичні інституції) і на мікрорівні (міжособистісне спілкування людей у побуті, неформальних контактах). Дослідження інституційно-процедурних механізмів взаємодії між представниками суспільних груп і творцями інформаційно-комунікаційних мереж, підкреслює актуальний статус соціальних комунікацій у соціумі. Використання результатів масової комунікації та інформаційних продуктів, в певній мірі, поступово формує світогляд конкретних членів суспільства. Адже продукти засобів масової інформації і комунікації ознайомлюють населення із поточним суспільно-політичним станом справ, проникають у життєдіяльність особистості, задають характер емоційного сприйняття даних тощо.

Логічно підсумувати, що процеси кроскультурної інтеракції посідають важливе місце в системі соціально-комунікаційних зв'язків. Відповідно, специфіка інтеркультурної взаємодії, як однієї із форм соціальної комунікації, полягає в тому, що вона відбувається в міжкультурному контексті. Будучи постійними суб'єктами процесу спілкування, співрозмовники повинні відкинути власні психологічні проблеми неприйняття, адаптуватися до відмінностей і проявляти толерантне ставлення до всіх учасників взаємодії, минаючи стереотипні судження. Прагнення представників громади адаптуватися в інокультурному просторі, передбачає компетентний підхід до явища культурного шоку, бар'єрів та фізіологічних, мовних, поведінкових, психологічних, культурологічних поміх, а також – необхідність вчитися орієнтуватися в новій культурі і засвоювати правила соціальних комунікацій. Крім того, у процесі міжкультурної взаємодії, представники комунікативних систем повинні фільтрувати інтелектуальні продукти соціально-комунікаційних мереж, з обачністю реагувати на мас-медіа, на прикладні інформаційні технології впливу на суспільну свідомість. Основні положення та науково-теоретичні узагальнення статті можуть бути використані для подальшого дослідження міжкультурної комунікації через призму глобальної трансформації значення та прикладних аспектів соціальних комунікацій.

Список літератури:

1. Аксьонова В.І. Міжкультурна комунікація як атрибут соціокультурної життєдіяльності суспільства [Електронний ресурс] / В. І. Аксьонова // Гуманітарний вісник ЗДІА. – № 45, Філософія. – Кіровоград: Державна льотна академія України, 2011. – С. 128-140. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_45_128.pdf. – Дата доступу: 09.11.2014

2. Іжевська Г. Діалог культури чи монолог західної культури? До питання розвитку міжнародних культурних зв'язків України / Г. Іжевська, В. Красільчук // Політика і час. – 1998. – № 1.
3. Ковалінська І. Проблеми міжкультурної комунікації / Інна Ковалінська // Наукові записки. – 2012. – 11 с. – Режим доступу: http://elibrary.kubg.edu.ua/4499/1/I_Kovalynska_NZ_2012_GL.pdf – Дата доступу: 21.01.2015.
4. Козак А. Міжкультурна комунікація в контексті діалогу культур [Електронний ресурс] / А. Козак // Наукові записки. – Серія: філологічні науки. – Вип. 118. – Луцьк. – С. 106-109. – Режим доступу: <http://esnuir.eunu.edu.ua/bitstream/123456789/3429/3/kozak.pdf> – Дата доступу: 18.03.2015.
5. Колбіна Т. В. Сутність міжкультурної комунікації як особливої форми соціальної взаємодії представників різних культур [Електронний ресурс] / Т. В. Колбіна // Вісник ХДАК. – Випуск 31, 2010. – Режим доступу: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v31/31-2-05.pdf> – Дата доступу: 21.01.2015.
6. Крос, Кетлін, Гакет, Роберт. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах: Перспективи конкуренції / Пер. з англ. Р. Ткачук. – К.: «Основи», 2000. – 142 с.
7. Леонтович О. А. Введение в межкультурную коммуникацию: Учебное пособие. – М.: Гнозис, 2007. – 368 с.
8. Подольська Є. А. Культурологія: навч. посібник для студентів вищ. закладів / Є. А. Подольська, В. Д. Лихвар, К. А. Іванова. – Київ: Мінохоронздрав України. – Нац. фармацевтич. ун-т, 2003. – 287 с.
9. Саввіна Л. І. Комунікація як чинник розвитку суспільства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Л. І. Саввіна. – Одеса, 2004. – 20 с.
10. Садохин А. П. Теория и практика межкультурной коммуникации: Учеб. пособие для вузов / А. П. Садохин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 271 с.
11. Садохин А. П., Грушевицкая Т. Г. Этнология: Учебник для студ. высш. заведений. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 320 с.
12. Холод О. М. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Психолінгвістика. – Вип. 12, 2003. – С. 286-293. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?...DOWNLOAD...PDF/...pdf – Дата доступу: 18.03.2015.
13. Ценностные основания коммуникаций в культуре. Конникова Лилия Юрьевна. Автореферат дисс. на соискание ученой степени кандидата культурологии. Спец. 24.00.01 – теория и история культуры. – Кемерово, 2005. – 20 с.

Лалак О.А.

Национальный университет «Львовская политехника»

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕТЕЙ В ПРОЦЕССЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ИНТЕРАКЦИИ

Аннотация

Межкультурная интеракция, как одна из форм социальной коммуникации, воспринимается как взаимодействие представителей культурных сообществ, ориентированное на достижение понимания. Следовательно, интеркультурное сотрудничество является неизменным инструментом формирования имиджа страны на мировой арене, направлением деятельности которого является, с посредничеством культуры, обеспечить благоприятные условия воздействия на общественное мнение иностранных государств. Доказательным является взаимовлияние интеллектуальных результатов массовой коммуникации и информационных продуктов на общественно-политические взаимоотношения межкультурных партнеров. Стремление представителей общества адаптироваться в инокультурном пространстве, предусматривает компетентный подход к явлению культурного шока, барьеров и физиологических, языковых, поведенческих, психологических, культурологических помех. Кроме того, в процес межкультурного взаимодействия, представители коммуникативных систем должны фильтровать интеллектуальные продукты социально-коммуникационных сетей, с осмотрительностью реагировать на масс-медиа, на прикладные информационные технологии влияния на общественное сознание.

Ключевые слова: межкультурная интеракция, интеркультурное взаимодействие, культурный шок, социальные коммуникации, социально-коммуникационный, средства массовой информации и коммуникации.

Lalak O.A.

«Lviv Polytechnic» National University

INTELLECTUAL PRODUCTS OF SOCIAL AND COMMUNICATIVE NETWORKS IN THE PROCESS OF INTERCULTURAL INTERACTION

Summary

Being one of forms of social communication, cross-cultural interaction is the cooperation of representatives of cultural associations, oriented to the achievement of mutual understanding. Consequently, intercultural collaboration is the unchanging instrument of forming of country image on a world arena. It's activity is directed to the providing of favourable terms for affecting on foreign public opinion. There is well-proven the mutual influence of intellectual results of mass communication and information on social and political relations of cross-cultural partners. Representatives of society, who want to adapt oneself in intercultural space, have to perceive adequately: the phenomenon of cultural shock, some barriers and hindrances (physiological, language, behavioral, psychological and cultural). Also, the members of communicative systems have to: filter themselves the intellectual foods of social communication networks; with circumspection react on mass-media, on applied informative technologies of influence on public consciousness during the process of intercultural interaction.

Keywords: intercultural interaction, cross-cultural cooperation, cultural shock, social communications, social and communicative, mass and communication medias.