**МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ**

**Яблонська Н. М., Чмут К. В.**

*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 у цілому і фахівців медіа галузі зокрема. Міжкультурна комунікація, як складова 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 самостійної наукової дисципліни. Подальшу розробку міжкультурної комунікації здійснили Дж. Кондон і Й. Фаті у праці «Вступ до міжкультурної комунікації». Відмітимо, що перші дослідження із міжкультурної комунікації орієнтувалися на проблеми міжкультурних відмінностей, аналіз взаємовідносин між ними і характерною поведінкою носіїв культур [1].

Аналіз проблематики міжкультурних відмінностей, свідчать про ІІІ підходи до аналізу міжкультурної комунікації:

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

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

ІІІ. Постнекласичний: зводить природу соціального до суб’єктивно-об’єктивним відносинам, де 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 фактору, 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, c. 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 при збереженні індивідуальності кожного її елемента. Тому вона виступає як ціннісно-нормативний регулятив 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 у цілому, так і його складових. 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 одною із 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, c. 28].

Наголосимо, що в умовах війни не просто 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 важливішим, 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 в цілому та професійності в інформаційному просторі зокрема спонукає до підвищення не лише загальнокультурного рівня медіа фахівців, але й удосконалення їхньої інформаційної культури.

**Література:**

1. Культура та інформаційне суспільство XXI ст. Матеріали науково-практичної конференції 10-11 квітня 2001. Х.: ХДАК, 2001. 152 с.
2. Сміт Е. Д. Національна ідентичність [пер. з англ. П.Таращука]. К.: Основи, 2004. 223 с.
3. Кривега Л. Д. Світоглядні орієнтації особи в умовах трансформації суспільства : Автореф. дис.…. д-ра філос. наук.: 09.00.03. Унт внутр. справ. Х., 2009. 30 с.
4. Моісєєва Н. І. Методологічні аспекти розвитку дослідження соціальної комунікації. Світ соціальних комунікацій: наук. журн. За ред. О. М. Холод. Т. 7. Київ : КиМУ, ДонНУ, 2012. 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.