

УДК 338.48

ОЦІНКА МІЖКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ В РОЗВИТКУ
СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

МОРГУН А.В., ТОБА Е.А., КАМПО О.І.

Мукачівський державний університет

У статті розглядаються питання ролі міжкультурних комунікацій в сфері соціокультурної діяльності. Акцентується увага на оцінці міжкультурної комунікації та крос-культурної комунікації; дослідження міжкультурної комунікації як суспільного феномену. Аналізується прикладна орієнтованість міжкультурної комунікації в сфері соціокультурної діяльності; культурні відмінності в системах цінностей соціокультурної діяльності; основні напрямки міжкультурної комунікації в сфері соціокультурної діяльності.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, крос-культурна комунікація, міжкультурна комунікативна компетенція.

Актуальність теми дослідження. Феномен соціокультурної діяльності вбирає в себе якісні характеристики інформаційного суспільства - мобільність, акцентування споживацьких пріоритетів, віртуалізація, візуалізація, інформатизація, глобалізація. Разом з тим, соціокультурна діяльність як невід'ємний елемент соціальної системи впливає на буття окремого індивіда, соціальних груп, соціуму в цілому, що дозволяє позначити якісно нові характеристики феномену соціокультурної діяльності та осмислити їх у рамках соціально-філософського аналізу.

На відміну від вітчизняної науки проблематика міжкультурних комунікацій в сфері соціокультурної діяльності досить докладно тематизована в роботах західних дослідників останніх десятиліть. З певною часткою умовності можна виділити такі підходи до вивчення феномену соціокультурної діяльності та пов'язаних з ним явищ, як *соціологічний, психологічний, антропологічний*.

Соціологічний підхід при дослідженні соціокультурної діяльності включає численні статті та окремі наукові дослідження таких вчених, як: С. Коена, Д. Маккенела, Д. Херрісон, Д. Бурстін, Д. Уррі, С. Роджека, У. Ханнерза, Дж. Фроу, Н. Граберна. Важливе значення мають також концепції Ч. Мілса, Х. Ортеги-і-Гассета, Г. Маркузе, П. Сорокіна, Д. Белла, З. Баумана, Е. Гідденс, що містять культурологічний аналіз процесів, пов'язаних з феноменом соціокультурної діяльності. У роботах вищевказаних вчених містяться різні інтерпретації впливу феномену соціокультурної діяльності у соціокультурному просторі на регіональному, національному та глобальному рівнях.

У рамках *психологічного підходу* певний інтерес у світлі дослідження соціокультурної діяльності представляють роботи Е. Фромма. Проблема мотивації туристів, класифікації туристів по психографічних типами, ранжирування соціальних ролей у процесі подорожі, а також вивченню подорожей як форми ескапізму і стрессорезистентності присвячені численні роботи зарубіжних психологів А. Адлера, Дж. Адлера, Дж. Кромптона, Р. Кренделла, Дж. Денна, Р. Келентона. Слід зазначити, що зазначені питання трактуються західними дослідниками переважно в традиціях гуманістичної психології та соціальної психології. Ряд психологів розглядає проблему соціокультурної діяльності у зв'язку з дослідженнями способу життя, дозвілля, культури повсякденності.

Значення соціокультурної діяльності як *способу пізнання культур* розкривається в роботах західних антропологів Д. Кембелла, К. Леві-Стросса, М. Мід, Н.Х.Х. Греберна, Д. Неша, Л. Тернера, В. Сміт, Дж. Кліффорда.

Обряди та звичаї з культурологічної точки зору досліджують С. Безклубенко, М. Гримич, М. Пазяк, з правової – Б. Бачур, М. Косогутова.

Деякі аспекти вивчення феномену соціокультурної діяльності в контексті масової культури представлені культурологами А. Я. Флієр, Б. Єрасова, Е. А. Орлової, П. Вайлем, А. Генісом та іншими.

На сьогодні значна увага приділяється відновленню культурної спадщини, традицій та звичаїв українського народу. Культура є важливим соціальним показником рівня розвитку суспільства та його перспектив. Українська культура – складний історико-культурний феномен. Проблеми взаємовпливу: особистість - культура - суспільство у нових умовах господарювання потребують пошуку шляхів розв'язання виниклих суперечностей на основі парадигми гуманізації освіти. Відбувається теоретична і методологічна рефлексія проблеми гуманізації всіх рівнів і ланок освіти в умовах інформатизації суспільства.

На сьогодні необхідна сучасна соціокультурна парадигма, яка в основу поставить духовне життя. Модифікація у цій сфері являє собою приведення духовних, культурних, економічних, ідеологічних, політичних показників до певних стандартів держав. В останні роки проявляються нові можливості для розвитку різних культурних контактів між Україною та іншими країнами.

Об'єкти та методи досліджень

Об'єкт дослідження – процеси оцінювання міжкультурної комунікації в розвитку соціокультурної діяльності.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методологічних та прикладних засад оцінювання міжкультурної комунікації в сфері соціокультурної діяльності.

Теоретико-методологічною основою дослідження є сукупність принципів, прийомів і методів наукового пізнання в сфері міжкультурної комунікації, а також наукові положення і сучасні здобутки теорії щодо оцінювання міжкультурної комунікації в сфері соціокультурної діяльності.

При написанні статті використовувалися такі методи дослідження: історичний, монографічний, дослідницький, експертний та інші.

Постановка задачі

Основним завданням даної статті є: оцінка міжкультурної комунікації та крос-культурної комунікації; дослідження міжкультурної комунікації як суспільного феномену; відзначення прикладної орієнтованості міжкультурної комунікації в сфері соціокультурної діяльності; культурні відмінності в системах цінностей соціокультурної діяльності; оцінка основних напрямків міжкультурної комунікації в сфері соціокультурної діяльності.

Результати та їх обговорення

Міжкультурна комунікація - спілкування, здійснюване в умовах таких значних культурно-обумовлених розходжень в комунікативній компетенції його учасників, що ці відмінності істотно впливають на успіх чи невдачу комунікативної події. Міжкультурна комунікація характеризується тим, що її учасники при прямому контакті використовують спеціальні мовні варіанти і дискурсивні стратегії, відмінні від тих, якими вони користуються при спілкуванні всередині однієї і тієї ж культури. Часто використовуваний термін «*крос-культурна комунікація*» зазвичай відноситься до вивчення деякого конкретного феномена у двох або більше культурах і має додаткове значення порівнювання комунікативної компетенції спілкування представників різних культур [4].

У процесі комунікації відбувається обмін повідомленнями, тобто здійснюється передача інформації від одного учасника до іншого. Комунікація має місце завжди, коли якій-небудь поведінки чи її результату приписується деяке значення і вони

виступають як знаки або символи. З усіх видів знакового (символьного) поведінки в людському співтоваристві найважливішими є використання мови (вербальна комунікація) і невербальна поведінка (невербальна комунікація). Комунікація є складний, символічний, особистісний, транзакційний і часто неусвідомлюваний процес, який з необхідністю є неточним. Комунікація дозволяє учасникам виражати деяку зовнішню по відношенню до самих учасників інформацію, внутрішній емоційний стан, а також статусні ролі, в яких вони перебувають один щодо одного.

Знання про зовнішній світ складаються з особистого досвіду індивідуума; базових, фундаментальних знань про світ, що є у всіх людей, і всіх інших знань, якими ми володіємо внаслідок приналежності людей до різних національних, етнічних, соціальних, релігійних, професійних та інших груп.

Відмінності в індивідуальному досвіді лежать в основі твердження про унікальність кожної комунікативної події, а також по принципу неоднозначності мови, що виникає при породженні та інтерпретації повідомлень у комунікативному процесі.

Культурно обумовлені знання описуються, зокрема, у спеціально розроблених форматах сценаріїв і фреймів (наприклад, роботи М. Мінського і Р. Шенка); у них та чи інша сфера людської діяльності може бути концептуалізована як схема деяких більш простих кроків і навіть описана в термінах деякої базової метамови (одна з найбільш відомих семантичних метамов).

Термін «*міжкультурна комунікація*» у вузькому сенсі з'явився в літературі в 1970-х роках. У підручнику Р. Портера «Комунікація між культурами», вперше опублікованій у 1972 р., наводиться визначення, аналогічне даному вище. До цього часу сформувалося і науковий напрямок, основою якого стало вивчення комунікативних невдач та їх наслідків у ситуаціях міжкультурного спілкування. Згодом відбулося розширення поняття міжкультурної комунікації на такі області, як теорія перекладу, навчання іноземним мовам, порівняльна культурологія, контрастивна прагматика та інші. До справжнього моменту наукові дослідження в галузі міжкультурної комунікації фокусуються на поведінці людей, що стикаються з культурно зумовленими відмінностями в мовній діяльності та наслідками цих відмінностей. Результатами досліджень стали опис культурної специфіки при вираженні та інтерпретації ситуативних мовних дій комунікантів. З самого початку ці дослідження мали велике прикладне значення і використовувалися в численних розробках для практичних занять (тренінгів) з розвитку крос-культурної сприйнятливості [2].

Міжкультурна комунікація як суспільний феномен була викликана до життя практичними потребами повоєнного світу, які підкріплювалися ідеологічно тим інтересом, який з початку 20 ст. формувався в науковому середовищі і в суспільній свідомості по відношенню до так званих «екзотичних» культур і мов. Практичні потреби виникли внаслідок бурхливого економічного розвитку багатьох країн і регіонів, революційних змін у технології, пов'язаної з глобалізацією економічної діяльності. В результаті світ став значно менше – щільність та інтенсивність тривалих контактів між представниками різних культур дуже зросли і продовжують збільшуватися. Крім власне економіки найважливішими зонами професійної та соціальної міжкультурної комунікації стали освіта, туризм, наука.

Ці практичні потреби були підтримані змінами в суспільній свідомості. Визнання абсолютної цінності розмаїття світових культур, відмова від колонізаторської культурної політики, усвідомлення крихкості існування і загрози знищення величезної більшості традиційних культур і мов призвели до того, що відповідні дисципліни стали бурхливо розвиватися, спираючись на новий в історії людства феномен інтересу народів світу один до одного. Серед багатьох антропологів, етнографів, лінгвістів,

культурологів, чії праці за описом традиційних суспільств, культур і мов сприяли становленню ідеї багатополарності людської спільноти, слід особливо згадати американського антрополога і лінгвіста Франца Боаса і його роботи за мовами північноамериканських індіанців, що з'явилися в кінці 19 - початку 20 ст.

Як академічна дисципліна міжкультурна комунікація використовує перш за все досягнення культурної антропології і досліджень комунікативних процесів у суспільстві. Найбільш істотний внесок у вивчення комунікації вносять когнітивна та соціальна психологія, соціологія, когнітивна лінгвістика і типологія мов.

Комунікація може характеризуватися по тому, який тип комунікативної компетенції задіяний в комунікативній події. Для соціальної комунікації це схеми і сценарії поведінки у відповідних повсякденних ситуаціях; для професійної комунікації це сфера знань, пов'язаних з професійною діяльністю на робочому місці. На відміну від зазначених видів комунікації, міжособистісна комунікація спирається на індивідуальний досвід і можлива тільки при певному ступені його спільності в учасників спілкування. Виходячи з цього, можна говорити і про різні функціональні сфери міжкультурної комунікації: міжособистісна, соціальна, публічна, міжгрупових, професійна, масова комунікація та керування всередині малих груп.

Вивчення *міжкультурної комунікації* передбачає знайомство з наступними явищами і поняттями:

- принципи комунікації;
- основні функції культури;
- вплив культури на сприйняття і комунікацію в її різних сферах і видах;
- параметри для опису впливу культури на людську діяльність [6].

Важливо відзначити принципову прикладну орієнтованість багатьох досліджень: їх результати призначені для безпосереднього використання в сферах діяльності та професії, які здійснюються за допомогою комунікації (у таких випадках її називають професійною комунікацією). До таких відносяться освіта, суспільно-політична діяльність, управління, журналістика та інші операційні параметри для опису впливу культури на людську діяльність і розвиток суспільства, що були сформульовані в роботах антропологів Ф. К्लукхона і Ф. Шродбека, лінгвіста і антрополога Е. Холла, соціолога і психолога Г. Хофстеде.

Клукхон Ф. і Шродбек Ф. звернули увагу на *культурні відмінності* в системах цінностей, які в цілому складають картину світу даної культури. У цю картину входять такі фундаментальні речі, як ставлення до часу, до діяльності, до природи, уявлення про цінності міжособистісних відносин.

Едвард Холл у своїх книгах описав різні параметри культурно обумовлених комунікативних відмінностей. Так, зокрема, їм було введено розрізнення високо-і низькоконтекстних культур, що проявляються в кількості інформації, експліцитно виражаються в повідомленні. Виходячи з того, що культури можуть характеризуватися тенденціями до більш високо або низько контекстним повідомленнями, можна використовувати це як параметр для їх порівняння. У стандартному висловлюванні у рамках низькоконтекстної культури (швейцарської, німецької, північноамериканської) інформація, яка потрібна для правильної інтерпретації даного повідомлення, міститься в максимально вербалізованому вигляді. Висловлювання у висококонтекстній культурі (Китай, Японія) часто не можуть бути зрозумілі на основі власне мовних знаків. Для їх правильної інтерпретації потрібне знання контексту, причому не вузького, ситуативного, але дуже широкого, культурологічного. Тому на рівні буденної європейської свідомості японську бесіду часто описують як гру недомовок.

Відомий соціолог і фахівець з теорії управління Гірт Хофстеде в результаті проведеного ним наприкінці 1970-х років комплексного дослідження зумів

сформулювати чотири ознаки, які можуть описувати національні культури за їх положенням один щодо одного на шкалі кожного з чотирьох параметрів. Дослідження полягало в анкетуванні великого числа співробітників (більше 1000) транснаціональної корпорації в більш ніж ста країнах на предмет їхнього ставлення до роботи і поведінки на робочому місці. Отримані в результаті статистичної обробки кластерні ознаки дозволили сформулювати наступні *вісі культурних протиставлень*.

Дистанція влади. Ступінь, в якій суспільство сприймає нерівномірний розподіл влади між його членами. У культурах з низькою дистанцією влади (наприклад, в Скандинавії) комунікативний стиль політиків помітно різниться від, наприклад, Туреччини, де політик повинен випромінювати значущість, владність і могутність.

Індивідуалізм. Ступінь, в якій суспільство згідно з тим, що погляди та вчинки окремої особистості можуть бути незалежні від колективних або групових переконань і дій. Так, в США успіх формулюється в термінах індивідуальних досягнень і підкреслюється індивідуальна відповідальність за вчинки. Колективізм, навпаки, означає, що люди повинні пов'язувати свої погляди і вчинки з тим, що вважає група (сім'я, організація, партія). У таких культурах (Латинська Америка, арабський Схід, Південно-Східна Азія) у виборі, який здійснює індивідуум, дуже велика роль групи - наприклад, сім'ї.

Уникнення невизначеності. Ступінь, в якій члени суспільства відчують себе невпевнено в невизначених, задалегідь не структурованих ситуаціях і намагаються уникнути їх, виробляючи правила, формули і ритуали і відмовляючись миритися з поведінкою, що відхиляється від стандарту. Товариства з високим ступенем уникнення невизначеності бояться інновацій, вітають пошуки абсолютної істини. На виробництві і в освітньому процесі представники таких товариств віддають перевагу добре структурованій ситуації.

Змагання. Ступінь, в якій суспільство орієнтоване на досягнення успіху, напористість, вирішення завдань.

У дослідженнях міжкультурної комунікації можна виділити психологічні, соціологічні та лінгвістичні напрямки. Цей поділ залежить як від об'єкта дослідження, так і від застосовуваних методик.

Соціологи, що працюють в області міжкультурної комунікації, використовують традиційні для цієї науки методи анкетування певним чином вибраних груп респондентів. Їх анкети спрямовані на виявлення ціннісних установок і стереотипів, що виявляються в поведінці людей. В основному розглядається поведінка на робочому місці, в діловій взаємодії та бізнесі. Це пов'язано з тим, що соціологічні дослідження знаходять своє практичне застосування, у першу чергу, в сучасних транснаціональних корпораціях. На основі отриманих соціологами узагальнень про характерні і бажані для тієї або іншої культурної групи типи поведінки формулюються відповідні практичні рекомендації, які реалізуються у вигляді спеціальних міжкультурних тренінгів. Типовими об'єктними зонами анкетування є наступні: обмін інформацією, взаємодія з колегами, прийняття рішень, поведінку в конфліктних ситуаціях, ставлення до лідера, зв'язок між роботою та приватним життям, ставлення до інновацій. Зрозуміло, що більша частина досліджуваних культурно обумовлених поведінкових стереотипів може бути зведена до культурних параметрів, введених Хофстеде. Тому подібні роботи носять характер перевірки того, як ці параметри діють у деякому конкретному середовищі: вивчаються зміни щодо даного періоду часу, віку досліджуваної групи, частіше - двох або більше культурних груп.

Більш загальні соціологічні проблеми пов'язані з соціальною адаптацією мігрантів, збереження або втрати традиційних культур у національних меншинах і т.п.

Психологів в області міжкультурної комунікації цікавлять, в першу чергу, вплив культурних відмінностей на процеси інтерпретації і категоризації, а також природа відповідних поведінкових стереотипів. Починаючи з 1970-х років важливі поняття тривожності, невизначеності, потенційного обсягу категорій, особливостей міжгрупової категоризації.

Поняття *акомодації* застосовується до таких параметрів комунікації, як темп мови, вибір відповідної лексики, спрощена або ускладнена граматична структура. Акомодація може бути позитивною (підстроювання під співрозмовника) або негативною (використання максимально відмінного від співрозмовника стилю). Спрямованість акомодації при спілкуванні представників різних груп залежить від того, як одна група відноситься до іншої. Структура відносин включає в себе шкали «погано - добре», «знизу - згори», «близько - далеко». Особливо розглядаються такі протиставлення, як функції, власне мовлення і мовчання як відсутність промови.

Другий важливий напрямок лінгвістичних досліджень пов'язаний з бурхливим розвитком в останні десятиліття вивчення *дискурсу* як деякого інтегрального процесу, центрального для комунікативної діяльності. Складність і багатогранність такого явища, як дискурс, і спроби виділити основні фактори, що впливають на його форми, досить швидко привели до розвитку ряду напрямків, що вивчають невласне мовні (крім граматики і лексики) чинники існування дискурсу. У рамках прагматичних чинників дискурсу виявлено чинники культурного характеру. Так, у Південно-Східній Азії текст ділового листа будується індуктивно: спочатку причини, обставини і лише в кінці власне вимоги або ділові пропозиції. Представникам європейської та північноамериканської традиції цей стиль здається не діловим. З їхньої точки зору, такий лист має починатися з формулювання основної вимоги чи пропозиції з подальшим його обґрунтуванням і деталізацією.

Міжкультурну комунікацію слід розглядати як: 1) саму діяльність, 2) умову і організаційний принцип цієї діяльності, 3) фактор і критерій якості турпродукту, 4) професійно значущу якість і компетенцію фахівця в сфері туризму, 5) обов'язковий компонент змісту професійного туристської освіти.

Міжкультурна комунікація як діяльність передбачає взаємодію представників різних культур в процесі спільної професійної діяльності у туризмі: в рамках діяльності ТНК, партнерської діяльності постачальників турпослуг і туроператорів, ініціативних і рецептивних туроператорів, рецептивної спільноти з прийому та обслуговування іноземних туристів.

Міжкультурна комунікація як умова і організаційний принцип може використовуватися при проектуванні та розробці турпродукту, розвитку маркетингових комунікацій, плануванні та здійсненні рекламної та виставкової діяльності, організації прийому та обслуговування іноземних туристів на території приймаючої етнокультурного або полікультурного співтовариства [4].

Міжкультурна комунікація як професійно значуща якість і як компонента змісту професійної освіти в туризмі повинна розглядатися в різних площинах: як інваріантна і як варіативна складова компетенції фахівця в сфері туризму. Це означає, що вимоги до рівня міжкультурної комунікативної компетенції різні для контактного і неконтактного туристського персоналу.

Базовий рівень міжкультурної комунікативної компетенції кадрів, що забезпечують організаційні та комунально-побутові послуги, послуги транспортування, розміщення, харчування, що мають обмежений або вузькоспеціалізований контакт з іноземними туристами, кардинально відрізняється від рівня вимог, що пред'являються до контактного персоналу, що забезпечує соціокультурні, і особливо екскурсійні, послуги. Крім того, очікуваний рівень міжкультурної комунікативної компетенції

залежить від специфіки контактів: видів і форм, умов перебігу, характеру, тривалості, інтенсивності і т.п. Вимоги до міжкультурної комунікативної компетенції фахівців у сфері туризму залежать і від специфіки туристської аудиторії, наприклад, чи є вони первинними або повторними клієнтами; позитивно, нейтрально або негативно налаштованими; від її вікового, статевого, професійного складу, освітнього цензу і т.п. [7].

Найбільш високі вимоги в цьому контексті мають пред'являтися до маркетологів, фахівців з туристської реклами та громадських зв'язків, гідам-екскурсоводам, гідам-перекладачам, аніматорам. Від їх міжкультурної компетенції залежать багато якостей турпродукту, включаючи пізнавальність, достовірність інформації, безпека, естетичність, новизна.

У **змістовному сенсі міжкультурна комунікація** як професійна діяльність в туризмі може бути диференційована у вигляді чотирьох основних інформаційних напрямків: 1) новаційна, 2) орієнтаційна, 3) стимуляційна, 4) кореляційна.

Новаційна комунікація долучає туриста як реципієнта інформації до нових для нього знань про властивості та ознаки явищ, об'єктів і процесів, про технології і норми здійснення будь-якої діяльності, актів поведінки і взаємодії, про мови, знаки і засоби соціокультурної комунікації в новому для нього лінгвокультурному оточенні країни відвідування.

Орієнтаційна комунікація допомагає туристу як реципієнту інформації орієнтуватися в системній структурі природного та соціокультурного простору, в ієрархічній співвіднесеності його елементів, частково інкультує його в лінгвокультурному співтоваристві тимчасового проживання туриста, задає критерії оціночних суджень і пріоритетів вибору.

Стимуляційна комунікація впливає на мотиваційні підстави соціокультурної активності туриста як реципієнта інформації, актуалізує його знання про навколишню лінгвокультурну дійсність, а також прагнення до здобуття знань, заради задоволення його соціокультурних очікувань і потреб.

Кореляційна комунікація уточнює або оновлює окремі параметри перерахованих вище видів знань, орієнтацій і стимулів, які певною мірою визначають життєдіяльність споживача цих послуг.

Основне навантаження в області міжкультурних комунікацій лягає на контактний персонал приймаючих турцентрів, і головним чином, супроводжуючих, гідів-екскурсоводів, гідів-перекладачів. З точки зору забезпечення високого рівня якості культурного турпродукту ключову роль тут крім наявності самих артефактів етнокультури грає гід-екскурсовод або гід-перекладач, а саме, його кваліфікація (знання маршруту та об'єктів показу, крос-культурні знання, тобто знання своєї культури і культури туристів, етика поведінки, рівень вербальної та невербальної комунікації) і особистісні якості (психографічні, психологічні, комунікативні характеристики). Саме гідів доводиться вирішувати проблеми туристів, викликані їх перебуванням у чужому для них лінгвокультурному середовищі. Одну з таких типових проблем можна характеризувати як культурний шок, що є психологічною реакцією людини, що опинилася в незнайомій йому соціолінгвокультурному середовищі. Дана проблема також вирішується за допомогою комунікації та інформування туристів про основні особливості і нормах поведінки, обмеження, заборони або соціальних табу.

Так, вчений і педагог М.Я. Блох, розглядаючи проблеми прагматики, етики та естетики комунікації, визначив десять правил для мовця в рамках кооперативного міжкультурного спілкування, для гіда-екскурсовода або гіда-перекладача: 1) виразність мови, 2) зрозумілість мови, 3) ввічливість (поведінкова доречність) мови, 4) стилістичність мови, 5) кооперативний виклик на потрібну реакцію, 6)

переакцентування осіб 7) оптимальна довжина мови, 8) розумність (логічність), 9) інтерес для слухача, 10) кооперативна паралінгвальна поведінка.

З урахуванням перерахованих вимог завдання гіда-перекладача ускладнюється, якщо він працює «під переклад», тобто виступає як мовний посередник, транслюючи не свій авторський текст. *Мовне посередництво* передбачає перетворення в процесі міжмовної комунікації вихідного повідомлення в таку мовну форму, яка може бути сприйнята реципієнтом, не володіють мовою оригіналу. Для міжмовної комунікації в туризмі надзвичайно важливий ситуативний або екстралінгвальний контекст, тобто обстановка, час і місце, до яких відноситься висловлювання, а також будь-які факти реальної дійсності, знання яких допомагає реципієнту (туристові) правильно інтерпретувати значення мовних одиниць у висловлюванні.

Від кваліфікації і майстерності перекладача залежить оптимальний вибір у кожному конкретному ситуативному контексті виду перекладу для збереження комунікативної рівноцінності тексту оригіналу і тексту перекладу: буквального перекладу, тобто дослівно відтворює елементи оригіналу, чи адаптованого перекладу, при якому в процесі перекладу здійснюється спрощення структури та змісту оригіналу з метою перетворення тексту перекладу у форму, доступну для реципієнтів, що не володіють знаннями, які потрібні для повноцінного розуміння повідомлення, що міститься в оригіналі, а також способів перекладу (калькування, лексико-семантичної заміни, варіантного відповідності, модуляції або смислового розвитку). В умовах незнайомого для туристів лінгвокультурного оточення значно частіше застосовується адаптований переклад, тому що інформація про артефактах етнокультури, як правило, будується на незнайомих для них лінгвокультурних реаліях. Таким чином, потрібно прагматична адаптація перекладу, тобто зміни, що вносяться перекладачем у текст перекладу з метою досягнення необхідного розуміння сенсу і змісту сказаного з боку реципієнтів перекладу [5].

Міжкультурна комунікація будується на знанні багатьох факторів і реалій іншокультурного середовища, таких, як цінності, поняття, моделі поведінки, соціальна структура, практика ведення бізнесу та управління, розумінні комунікацій усередині культурного середовища, вербальних і невербальних форм комунікації, усних і письмових, особистих, виробничих і ділових відносин, у різних соціальних контекстах.

Так, дослідник Ю.В. Курбакова зазначає, що комплекс прецедентних феноменів фіксує та закріплює ціннісні установки лінгвокультурної спільноти, регулюють діяльність його членів, в тому числі і вербальну. Прецедентні феномени, виникаючи в тексті або мові, викликають у реципієнта певні національно-специфічні асоціації, які є загальними для всіх або більшості членів даної лінгвокультурної спільноти.

За твердженням дослідника К. Касьянової, в основі етнічного характеру лежить набір предметів чи ідей, які в свідомості кожного носія певної культури пов'язані з інтенсивно забарвленою гамою почуттів або емоцій. Ціннісна орієнтація лінгвокультурної спільноти, що визначає ціннісну структуру окремої особистості, відбивається в системі прецедентних феноменів цієї спільноти і задається цією системою.

Дослідники поділяють *прецедентні феномени лінгвокультурної спільноти* на: 1) прецедентні імена, 2) прецедентні вислови, 3) прецедентні тексти, 4) прецедентні ситуації. Крім того, прецедентні феномени можуть підрозділятися на соціумно-прецедентні, національно-прецедентні і універсально-прецедентні.

Якщо *реципієнта інформації* доступна лише для буквального сприйняття тексту, що містить посилання на прецедентні феномени, то він приречений на нерозуміння або неадекватне розуміння інформації. Це пов'язано з тим, що зміст будь-якого

прецедентного висловлювання прояву в міжкультурному спілкуванні не в його буквальному лексичному значенні, а в прагматичному наповненні та посиланні.

Висновки. Для ефективного міжкультурного спілкування необхідно, щоб комуніканти володіли загальною когнітивною базою, властивою тому чи іншому лінгвокультурного спільноті, тобто певною сукупністю знань і уявлень. В основі когнітивної бази лежать так звані прецедентні феномени, що відображають специфіку національного характеру, етнічного та мовної свідомості. Прецедентні феномени є специфічні знаки, символи або сигнали певних культурно-історичних фактів, що характеризують ціннісну базу лінгвокультурного спільноти.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Безклубенко С. Етнокультурологія. Критичний аналіз наукових засад. – К., 2002. – С. 104
2. Зильберман Д.Б. Традиция как коммуникация: трансляция ценностей, письменность // Вопросы философии. – 1996. – № 4. – С.72-82.
3. Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності [Електронний ресурс] / О. Кузьмук. - Режим доступу: // http://tourlib.net/statti_ukr/kuzmuk.htm
4. Лапин Н.И. Проблема культурной трансформации // Вопросы философии. - 2000. - № 6. - С.18.
5. Парфьонова О. Традиційні механізми спадкоємності морального досвіду в культурі // Вісник Книжкової Палати. – 2004. – № 2. – С.50-53.
6. Саак А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 421 с.
7. Тронько П.Т. Краєзнавство у відродженні духовності і культури. Досвід. Проблеми. Перспективи / П.Т Тронько. - К. : Наук. думка, 1998. - 98 с.

АННОТАЦІЯ

ОЦЕНКА МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РАЗВИТИИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассматриваются вопросы роли межкультурных коммуникаций в сфере социокультурной деятельности. Акцентируется внимание на оценке межкультурной коммуникации та кросс-культурной коммуникации; исследуется межкультурная коммуникация как общественный феномен. Анализируются прикладная ориентация межкультурной коммуникации в сфере социокультурной деятельности; культурные отличия в системах ценностей социокультурной деятельности; основные направления межкультурной коммуникации в сфере социокультурной, деятельности.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, кросс-культурная коммуникация, межкультурная коммуникативная компетенция.

SUMMARY

ASSESSMENT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN DEVELOPMENT OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITIES

The article deals with the role of intercultural communication in the field of socio-cultural activities. Attention is focused on the evaluation of intercultural communication and cross-cultural communication; study of intercultural communication as a social phenomenon. The applied focus of intercultural communication in the field of social and cultural activities; Cultural differences in the value systems of social and cultural activities; main areas of intercultural communication in the field of socio-cultural activities have been analyzed

Keywords: intercultural communication, cross-cultural communication, intercultural communication competence.