

## АНАЛІЗ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «КОМУНІКАЦІЙНА КУЛЬТУРА СУСПІЛЬСТВА»

**Актуальність теми дослідження.** Досягнення комунікаційних технологій досягли значного прогресу у подоланні часу та відстані, але соціальні та культурні відмінності все ще є значними перешкодами ефективному спілкуванню. Процеси спілкування відбуваються коли є конкретний культурний контекст, з унікальними нормативними переконаннями, припущеннями та спільними символами. Культура впливає на те, про що люди спілкуються і як вони спілкуються. Ця стаття пропонує культурний вплив на уявлення про ефективність засобів масової інформації. Автори просувають концептуальні знання шляхом представлення нових поглядів на культурний вплив на сприйняття медіа людей та їх ефективність. **Мета дослідження:** показати вагомість якості комунікації, дати визначення поняттю «комунікаційна культура суспільства» і провести розмежування між поняттями «комунікаційна культура» та «комунікативна культура», та показати, що, саме, культура впливатиме на те, як буде розвиватись комунікація. **Об'єкт дослідження:** людина в соціумі, комунікаційна культура, взаємодія між людьми різних країн. **Предмет дослідження:** соціальні та культурні відмінності, аналіз світоглядних, соціальних і методологічних аспектів проблеми комунікаційної культури. **Завдання дослідження:** зробити аналіз особливостей формування і розвитку комунікаційної культури, дослідити проблеми комунікаційної культури у філософському аспекті, розмежування понять «комунікативна культура» та «комунікаційна культура». Іноземні інвестиції продовжують різко зростати підживлюючись пошуком нових ринків, скороченням витрат на робочу силу, аутсорсингом операцій, підвищенням якості та інших конкурентних переваг. Одною з найбільш критичних проблем, з якими стикаються організації, коли вони розширюють свою діяльність, в нових країнах вчиться спілкуванню з місцевою робочою силою. Хоча досягнутий прогрес, у комунікаційних технологіях, великий прогрес у подоланні часу та відстані, а також пропонується більше можливостей спілкування та розвитку. Соціальні та культурні відмінності можуть зробити процес спілкування загадковим та складним. Розумно припустити, що суспільство, в якому знаходиться організація, впливатиме на спосіб діяльності організації[1]. Зростаюча глобалізація вимагає обих менеджерів і вчених розуміти складні наслідки різних методів спілкування для розуміння та реакції одержувача, фактичного повідомлення, яке надсилається. У багатьох організаціях міжкультурне спілкування є щоденною нормою, але менеджери та дослідники лише починають розуміти проблеми, які можуть відбуватися через варіації міжособистісних взаємодій. Дослідження показало, що більша частина невдач або успіхів міжнародних підприємств є пов'язані з якістю комунікації. Дослідження особливостей формування і розвитку комунікаційної культури визначається практичними потребами, тому що сприяє осмисленню якісних змін суспільства, глибоких соціальних трансформацій, особливо характерних для сучасного етапу розвитку цивілізації. Важливість осмислення проблеми комунікаційної культури визначається недостатністю її дослідження в рамках окремих наук (соціологія, інформатика тощо). Це обумовило необхідність глибокого аналізу світоглядних, соціальних і методологічних аспектів проблеми комунікаційної культури і, передусім, визначення сутності самого поняття «комунікаційна культура суспільства». Важливо відзначити недостатню розробленість проблеми комунікаційної культури й у філософському аспекті. Багато в чому це обумовлено багатозначністю термінів «комунікація» і «культура», що і становлять зміст поняття «комунікаційна культура». Всі перераховані вище аспекти визначають необхідність теоретичного осмислення комунікаційної культури, значення і роль якої зростає останнім часом пропорційно збільшенню обсягу інформації та каналів її обміну в суспільстві [2]. У зв'язку з полісемантичністю поняття «комунікаційна культура» виникає, насамперед, необхідність його уточнення як предмета дослідження теорії та історії соціальних комунікацій. Дане поняття співвідносне, з одного боку, з поняттям «культура», з другого боку – з поняттям «комунікація». Розглянемо окремо кожен з цих двох складових. Термін «культура» належить до числа багатозначних, і пояснюється це тим, що сама культура – вкрай складне, багатогранне явище, що виражає всі сторони людського буття. Саме тому її вивчають багато наук, кожна з яких виділяє предметом свого вивчення одну з її сторін, формулюючи при цьому своє розуміння й визначення культури. У сучасній літературі культура найчастіше розглядається як «історически визначений рівень розвитку общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях». Це широке розуміння культури, що може бути використано для характеристики певних історичних епох, конкретного суспільства, народностей і націй, специфічних сфер людської діяльності. У більш вузькому значенні «під культурою розуміють сферу духовного життя людей»[3]. Щодо поняття «комунікативна культура» та «комунікаційна культура» слід відзначити наступне. Поняття «комунікативна культура» логічно пов'язує визначення сутності спілкування (взаємодія, стосунки, відносини, контакти, обміни тощо) в певну систему, визначає спілкування як цілісне суспільне і духовне, зокрема психологічне і моральне утворення. Крім того, визначення комунікації за допомогою категорії культури суттєво відрізняє її сучасне значення від технократичного, згідно з яким комунікацію розглядають лише як мережу каналів, якими передається певна інформація. В цьому значенні комунікативна культура близька за змістовим визначенням до комунікативної етики, системи моральних принципів, норм і цінностей, які покликані надавати як міжособистісним, так і загальносуспільним взаєминам гуманістичного значення. З огляду на це, соціально-комунікативна культура забезпечує, передусім, успішну адаптацію індивіда до соціального середовища, бо людина, яка спілкується, впевнена, що інші теж можуть мати власну позицію, мають здатність трактувати факти по-своєму, зважаючи на обставини. Соціально-комунікативна культура – це здатність особистості до максимальної репрезентації себе в соціумі. В цьому випадку можна вести мову про соціально-комунікативну культуру як технологію спілкування і налагодження міжособистісних взаємин у суспільстві, в процесі яких особистість, з одного боку, і суспільство, з другого, знаходять оптимальні шляхи для реагування на проблеми один одного, а з боку особистості – це й усвідомлення своїх вчинків і ставлення до оточуючих, підвищення здатності до саморегуляції. Таким чином, соціально-комунікативну культуру можна розглядати як феномен, що визначає специфіку взаємодії особистості й соціуму. В Тернопільській визначає соціальнокомунікативну культуру як «певний ступінь єдності комунікативних і соціальних властивостей індивіда, що виявляється в його вмінні розв'язувати різноманітні життєві проблеми засобами спілкування, налагоджувати міжособистісні стосунки на різних рівнях, здійснювати адекватну самореалізацію й адаптацію в сучасному суспільстві» [4].

**Висновок:** Отже, комунікаційна культура суспільства буде існувати завжди, і більше того, буде завжди розвиватись. А саме культура впливатиме на те, як люди будуть комунікувати, і про що спілкуватись. Багато в чому це обумовлено багатозначністю термінів «комунікація» і «культура», що і становлять зміст поняття «комунікаційна культура» А соціально-комунікативна культура визначає специфіку взаємодії особистості й соціуму. В той час як соціально-комунікаційна культура – це вся сукупність комунікантів, реципієнтів, повідомлень, форм, засобів спілкування, сприйняття та осмислення інформації, котрі ґрунтуються на сфері соціальних відносин і, в свою чергу, формулюють їх. У цьому змісті соціально-комунікаційна культура наближається до розуміння культури як такої (оскільки культура і є чинником, що інтегрує соціум) і представляє одну з проекцій розгляду її як цілісності. Саме завдяки комунікаційній культурі, рухаючись нагору, інформаційний потік постійно приймається від кожного попереднього покоління кожним наступним і, розтікаючись по горизонталі, стає предметом суб'єктно-об'єктних інформаційних взаємодій, і, тим самим, – інструментом виховання, освіти і навчання, засобом соціалізації.

### Список використаних джерел

1. ABR(American Business Review)Douglas N.Ross «Electronic Communications». URL: <https://tigerweb.towson.edu/ross/pdfs/american%20bus%20review%202001.pdf> Culture and Communication: Cultural Variations and Media Effectiveness. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/297033323.pdf>
2. Про сутність поняття «комунікаційна культура суспільства» / Н. І. Масі // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. URL:[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cn9B0ve2Luof:nbuv.gov.ua/j-pdf/bdi\\_2010\\_4\\_10.pdf+&cd=3&hl=uk&ct=clnk&gl=ua](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cn9B0ve2Luof:nbuv.gov.ua/j-pdf/bdi_2010_4_10.pdf+&cd=3&hl=uk&ct=clnk&gl=ua)
3. Тернопільська Валентина теоритичні аспекти феномена «Соціально-комунікативна культура». RL:[https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:JMzZPKJXyHAJ:https://pedagogy.lnu.edu.ua/departments/pedagogika/periodic/visnyk/22/06\\_ternopilka.pdf+&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:JMzZPKJXyHAJ:https://pedagogy.lnu.edu.ua/departments/pedagogika/periodic/visnyk/22/06_ternopilka.pdf+&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua)