
КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ

CULTURAL PRACTICES

ТЮРИКОВ

*Александр Георгиевич
доктор социологических
наук, профессор, Финансовый
университет при
Правительстве РФ,
Москва, Россия
agtyurikov@fa.ru*

TYURIKOV

*Alexander Georgievich
Doctor of Social Sciences,
Professor, Financial University
under the Government of the
Russian Federation,
Moscow, Russia
agtyurikov@fa.ru*

ПРОСКУРИНА

*Александра Сергеевна
кандидат социологических наук,
старший преподаватель,
Финансовый университет
при Правительстве РФ,
Москва, Россия
asproskurina@fa.ru*

PROSKURINA

*Alexandra Sergeevna
Candidate of Social Sciences,
Senior lecturer, Financial
University under the
Government of the Russian
Federation, Moscow, Russia
asproskurina@fa.ru*

Оценка эффективности межкультурной коммуникации как процесса обмена информационными ресурсами/ Evaluation of the effectiveness of intercultural communi- cation as a process of information resources exchange¹

Аннотация

В глобализирующемся обществе актуализируется научная задача исследования и моделирования межкультурной коммуникации. В данной статье приводятся результаты аналитического исследования подходов к моделированию межкультурной коммуникации, обосновывается деятельностно-феноменологический подход к изучению коммуникации такого рода. Модель применяется к анализу частного случая межкультурной коммуникации -- коммуникации в информационном пространстве. Предлагается подход к анализу эффективности в такой коммуникации, обоснован ряд возможностей и ограничений в применении предлагаемой модели.

Ключевые слова

Социология; межкультурная коммуникация; моделирование коммуникации; эффективность коммуникации.

Abstract

The scientific task of the study and the modeling of intercultural com-

¹ Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситета.

munication becomes increasingly relevant in the increasingly globalized society. This article presents the results of analytical examination of approaches to modeling of intercultural communication and argues for an action-phenomenological approach to the study of this kind of communication. The model is applied to the analysis of the particular case of intercultural communication - communication in the informational space. Authors propose some approaches to the analysis of effectiveness in such communication and provide a number of possibilities and limitations in the application of the proposed model.

Keywords

Sociology; intercultural communication; communication modeling; efficiency in communication.

Межкультурная коммуникация: деятельностно-феноменологический подход.

Исследования межкультурной коммуникации регулярно актуализируются как с научной, так и с практической точки зрения. Межкультурная коммуникация сегодня является не только концепцией для изучения, но и практическим навыком, востребованным на рынке труда¹, межкультурном взаимодействии в сфере образования, политики, туризма, быта, вследствие чего поиск объяснений сути и изменений межкультурных коммуникаций ведётся по линиям социологии, философии, коммуникативистики, культурологии, политологии². Определение межкультурной коммуникации включает в себя ряд элементов, связи между которыми определяются исследователями в зависимости от выбранного ими подхода. Наиболее распространённые подходы к определению включают в процесс межкультурной коммуникации участников, принадлежащих к разным культурам, и коммуникативную ситуацию целенаправленного обмена сообщениями (речевых действий). В отличие от общего понимания коммуникации, межкультурная включает в себя учёт социокультурного аспекта, под которым в литературе понимается «смысловой мир человека» - интенциональные контексты и структуры, следующие определённой логике приписывания смыслов знакам. Понятие жизненного мира в данном случае тесно связано с понятием интерсубъективности. Интерсубъективность применительно к межкультурной коммуникации определяется как установка в процессе коммуникации соотношения точек зрения, воспроизводство общего жизненного мира в ходе коммуникативных действий³.

¹ Работодатели определили требования к кандидатам: топ-5 востребованных компетенций на российском рынке труда // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rabotodateli-opredelili-trebovaniya-k-kandidatam-top-5-vostrebovannykh-kompetencij-na-rossijskom-rynke-truda> (дата обращения: 25.02.2021).

² См.: Межкультурная коммуникация: современная теория и практика (Материалы VII Конвента РАМИ сентябрь 2012 г.): Научное издание / Под ред. А. В. Шестопала, М. В. Силантьевой; отв. ред. А. В. Мальгин. ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2013.

³ Вызов-ответ: Межкультурные коммуникации в глобальном мире: Монография /

Предметом обмена в коммуникации являются не конкретные сообщения, а ресурсы. Коммукативная ситуация предполагает обмен, восполнение дефицитов и формирование нового корпуса intersубъективных, то есть разделяемых участниками коммуникации ресурсами. Основной ресурс межкультурной коммуникации, исходя из её структуры и содержания – это смысл, дефицит которого проявляется в ошибках и неточностях интерпретации. На основе соединения подходов конструируется понятие межкультурной коммуникации как вида коммуникации, основанного на обмене и дефиците intersубъективно разделяемых участниками коммуникации ресурсов. Участники коммуникации находятся в собственных жизненных мирах, пересечение которых является основой для создания пространства общих смыслов – пространства активной intersубъективности¹.

Анализ существующих моделей межкультурной коммуникации продемонстрировал востребованность концептуального моделирования, основанного на восприятии коммуникации как деятельности, укоренённой в конкретных ситуациях общения, анализ которых предполагает феноменологическое восприятия процесса работы с ресурсами коммуникации. Деятельностно-феноменологический подход к моделированию межкультурной коммуникации отвечает требованиям, которые выдвигаются к этому методу в исследовательской литературе. Моделирование должно следовать логике репрезентативности (Г.П. Щедровицкий, Л. Витгенштейн), иметь объяснительный потенциал (М. Вартофский), носить образный характер и отображать конкретный культурный контекст. На основе принципов моделирования в ходе исследования была составлена модель межкультурной коммуникации.

Рис. 3 Межкультурная коммуникация

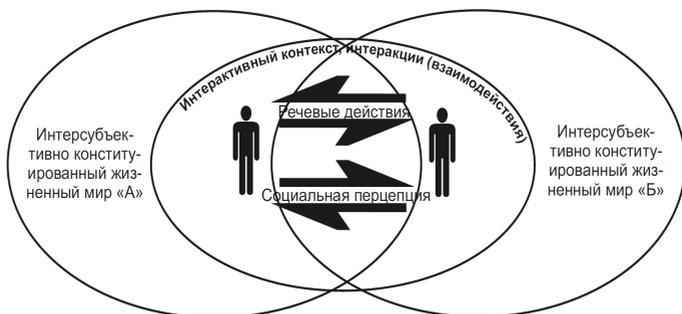


Рис. 1. Межкультурная коммуникация

А.Я.Большунов, С.А.Большунова, Т.С.Давыдова, Е.И.Замараева, С.В.Клягин [и др.]; под.ред. А.Г.Тюрикова. М.: ИНФРА-М, 2020. – С. 20.

¹ Вызов-ответ: Межкультурные коммуникации в глобальном мире: Монография. – С. 27.

Предлагаемая схема модели включает в себя все элементы, включённые в формулировку определения межкультурной коммуникации в деятельностно-феноменологическом подходе. Центром процесса межкультурной коммуникации являются ресурсы – их сущность, дефицит, обмены. Сущность ресурсов составляет смысл, имеющий множество форм выражения, складывающихся из форматов речевых действий и особенностей социальной перцепции.

Моделирование исходит из коммуникации без привязки к среде взаимодействия, однако, невозможно отрицать, что среда коммуникации оказывает влияние на форму выражения ресурсов, и, как следствие, на их восприятие коммуникантами. Интернет-коммуникация является частным случаем коммуникации, в котором ресурсы и смыслы выражены цифровыми средствами, являющимися едиными по технологии, но различными по содержанию. В этих условиях происходит наложение стандартизированных форм выражения смысла и коммуникации на установки участников коммуникации, вследствие чего анализ должен включать в себя не только прямой перенос коммуникации в технологическую среду (достижение тех же целей новыми средствами), но и воздействие цифровой логики на коммуникацию. Распространяется макдональдизированная (Дж. Ритцер) форма рациональности – рациональность коммуникации, реализованной именно с применением стандартизированных форм речевых действий, где ценностью является соблюдение стандартов, а не индивидуальный смысл. Стандартизация осуществляется не человеком, а контекстом взаимодействия, так как форматы диалогов, расположение элементов на страницах в социальных сетях, наборы «быстрых реакций» на сообщения – всё это предопределено разработчиком среды, а не сформулировано самими участниками. Интерсубъективный мир собеседника также воспринимается через призму стандартной формы; участники коммуникации «считывают» признаки мира через символы и обозначения в известных им формулировках, а также работают над созданием виртуального образа, соответствующего целям коммуникации. В этой связи принципиально важным является формирование пространства активной интерсубъектности, в котором осуществляется производство и воспроизводство новых форм общения.

Оценка эффективности межкультурной коммуникации

Понятие эффективности – одно из ключевых понятий современности, получившее свой статус вследствие глобального запроса на управляемые, структурированные и поддающиеся стандартизации процессы массового производства и взаимодействия. В условиях множественности выбора, разнообразия стратегий и количества участников обменов растёт уровень неопределённости – даже экспертное знание не в силах охватить весь массив возможных результатов деятельности. Несмотря на это, запрос на эффективность

остаётся, актуализируя потребность в обновлении корпуса знаний о том, что она из себя представляет сегодня и как выражается в различных сферах общественной жизни.

Исследование эффективности межкультурной коммуникации – это задача, решение которой имеет прямое воздействие на широкий спектр общественных процессов. Увеличение плотности межкультурных контактов приводит к необходимости поиска методик моделирования возможных ситуаций общения с учётом особенностей конкретных ситуаций взаимодействия. Моделирование, в свою очередь, позволяет взглянуть на коммуникацию через призму критериев и показателей эффективности, благодаря чему становится возможной выработка рекомендаций, учитывающих сложную природу условий взаимодействия. Рассматриваемый тип коммуникаций включает в себя как ценностно-нормативный компонент, так и культурный, каждый из которых должен быть учтён в модели. В данной статье представлен подход к систематизации этих элементов в рамках метода моделирования и предложены варианты использования этого метода для оценки эффективности межкультурной коммуникации.

Эффективность, как целевая характеристика – это в том числе проникновение технологической логики в межчеловеческие взаимодействия. Информация является ресурсом, который можно поставить в один ряд с экономическим, социальным, культурным и символическим (П. Бурдьё), и такой взгляд на роль информации в общественных обменах формировался вместе с процессом становления массовой коммуникации. Информация прошла путь от концептуализации её как инструмента (М. Маклюэн, Г. Лассуэлл) к идее интеграции в повседневность (М. Кастельс). Он определил коммуникацию как «распространение смысла через обмен информацией¹», которое происходит между людьми индивидуально и массово. Формирование собственного коммуникативного пространства в процессе самокоммуникации² – это также проявление отношения к информации как к ресурсу: аналогично тому, как человек в процессе жизни собирает, использует и обменивает ресурсы материального, социального и символического характера, при помощи информации он формирует картину мира, находит единомышленников и получает другие необходимые для целостности личности и процесса жизни ресурсы. В этих условиях исследование информации как ресурса в обменах и измерение эффективности таких обменов должно учитывать ряд характеристик, определяющих содержание коммуникации, её последствия и отношение к ней как к источнику потенциальных выгод.

Необходимо понимать, что информация – это «демократичный» ресурс, получение которого возможно через участие в неограниченном коммуникативном сообществе³. Отсутствие необходимости

¹ Castells M. Communication Power. Oxford: Oxford University Press, 2009. – С. 54.

² Там же. – С. 55.

³ См.: Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб: Наука, 2001.

получения прав для участия в информационных обменах – концепция, которую разрабатывали в подходах, связанных с исследованиями гражданского общества, общественного мнения и коллективных дискуссий, влияющих на жизнь в сообществе, городе, государстве. Идея публичной сферы (Ю. Хабермас) предполагала возможность создания альтернативного режима управления, дополняющего существующие методы общественных обменов с целью увеличения их эффективности в том числе. Квантификация общественного мнения перевела дискуссию вокруг сущности и задач информационных обменов в поле связи личности и технологией работы с информацией. Здесь пересматриваются и дополняются как подходы символического интеракционизма (Ч. Кули, Г. Мид, И. Гоффман), так и концепции сконструированных «миров» взаимодействия (Ж. Бодрийяр, П. Бурдьё). Свобода обмена информационным ресурсом воспринимается как «расширение» человека, перенос части человеческих импульсов и интересов в технологическое пространство. Одновременно с этим появляется идея колонизации этого пространства, аналогично тому, как рыночные механизмы колонизируют те ресурсы, которые традиционно выделяются, когда речь идёт об обменах в обществе¹.

Межкультурная коммуникация становится пространством непосредственных обменов информационным ресурсом, одновременно производя эти обмены в интернет-пространстве. Здесь также проявляется общая тенденция к обособлению информации именно как предмета обмена несмотря на то, что межкультурной коммуникации свойственен ряд барьеров – языковых, символических, исторических. Приоритет эффективности ориентирует участников обмена на преодоление барьеров, что становится новой рациональностью межкультурной коммуникации, распространению которой способствует технологическая среда обменов. Также преодолению барьеров способствуют свойства информации как ресурса – демонстративность (приоритет видимых выражений деятельности над внутренней жизнью индивидов), перформативность (ресурс выражается в конкретных практиках взаимодействий, реакций, воплощений, ролей), текучесть (ресурс не получает завершённую форму, метаморфозируется) и утилитарность. Эти свойства связаны с разобщением, потерей локального и примата глобального, индивидуализацией, что и определяют характер аргументации в коммуникации. Рассмотрим эти характеристики применительно к коммуникациям межкультурного направления.

Демонстративность – это проявление способности информации создавать ярлыки для разметки социального пространства и места индивида в нём. П. Бурдьё указывает на визуализацию как на способ упрощения понимания принципов обмена, который он обозначает как «практическое чувство», сокращающее затраты на обработку информации о взаимодействиях². М. Кастельс констатирует появление

¹ Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5. Праксис, 2011. – С. 422.

² Коркюф Ф. Новые социологии. СПб.: Алетейя, 2002. – С. 55.

«сетевой идентичности» пользователя, находящегося в пространстве потоков¹. Пространство потоков – это акторная модель общественных взаимодействий, которые не опираются на конкретные стабильные локальные «поля». Информация выражается визуально — текстово или через изображения, формируются новые повторяющиеся последовательности обменов через мировую культуру мемов и информационных общественных интернет-движений. Однако, ярлыки во многих случаях так и остаются ярлыками – демонстративными проявлениями, не имеющими отношения к фактическим намерениям участников обмена, что требует от исследователя особенной внимательности. Само понимание эффективности межкультурного информационного обмена в ходе коммуникации становится объектом конструирования через демонстративные практики.

Из свойства демонстративности обменов информационными ресурсами следует свойство перформативности – опоры на эстетический фрейминг коммуникации, событий и персонажей информационного потока². Перформативность, имеющая теоретические корни в драматургических подходах, предполагает знание и соблюдение правил обмена ресурсами в ходе коммуникации. Правила включают в себя ролевые особенности, детали внешности участников коммуникации, правила взаимодействия с «реквизитом» и подготовки «за кулисами». Информационный ресурс здесь становится элементом того, что И. Гофман называл «управление впечатлением» – микроменеджмент внешних аспектов коммуникации с целью повышения эффективности и достижения целей. Перформанс опирается на формулы взаимодействий, которые в глобализирующемся мире становятся стандартами: например, сюда можно отнести дипломатический протокол, деловую культуру, правила официальной переписки, наукометрические показатели. Перформативность обмена информационными ресурсами предполагает, что обмен может происходить, процедура может быть соблюдена, показатели эффективности могут быть обнаружены, однако, фактически коммуникация будет сущностно-ненаполненной.

Текущность обменов связана с их фактической незавершённостью. Коммуникация в современных условиях происходит без перерывов; завершаясь, физический диалог переходит в пространство переписки, интернет-коммуникаций, запланированных взаимодействий, к которым ведётся подготовка. Оценка эффективности зачастую предполагает оценку кейсов взаимодействия, имеющих начало, продолжение и завершение, и эффективность предполагает соответствие поставленных в начале целей итоговым результатам. Однако, неуловимость завершённости коммуникации сегодня

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура // Библиотека Гумер URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/06.php (дата обращения: 04.06.2019).

² См.: Alexander J. The Drama of Social Life. Polity, 2017.

поднимает вопрос о том, на каких этапах корректно производить замер эффективности обмена информационными ресурсами. Такое состояние коммуникации можно охарактеризовать термином «гипермодернизм» – существование в постмодернистских реалиях с модернистским мышлением, что затрудняет формирование стратегий в традиционном их понимании¹. Кроме того, коммуникация теряет не только пространственные и логические рамки, но и временные. Коммуникация растягивается, теряя связь с контекстом, превращаясь в информационный обмен в чистом виде².

Утилитарность как свойство информационных обменов подводит некую обобщающую черту под перечисленными характеристиками и делает дополнительный акцент на эффективности как основной характеристике обменов. Коммуникация становится способом формирования социального капитала через коллективные договорённости о присвоении ценности, и ценность информации сегодня высока именно в силу такой коллективной договорённости³.

Теоретический анализ процесса оценки эффективности межкультурной коммуникации можно дополнить результатами апробации. В рамках реализации НИР «Межкультурная коммуникация в глобальном мире: опыт моделирования и применение нового теоретико-методологического инструментария» была разработана комплексная модель межкультурной коммуникации, задачей которой, в том числе, является оценка эффективности. Апробация модели проводилась через экспертное интервью, в котором приняли участие 27 экспертов – российских и зарубежных специалистов по проблематике межкультурной коммуникации. Экспертам была предложена система критериев оценки эффективности межкультурной коммуникации, включающая в себя базовый уровень оценки (сформированное пространство активной intersubjectности, производство и воспроизводство новых форм общения) и дополнительные критерии (гуманистический, нормативный и критерий доверия). Также экспертам был предложен ряд показателей эффективности, которые они могли оценить по шкале от 1 до 5, где 1 – не связано с оценкой эффективности коммуникации, 5 – точно является показателем эффективной коммуникации). Апробация позволила очертить основные направления работы, на которых эксперты рекомендуют сделать акцент в работе по моделированию эффективной межкультурной коммуникации. Согласно общему мнению как российских, так и зарубежных участников исследования, эффективность межкультурной коммуникации связана с характером мотивации участников коммуникации, степенью различий между культурами, экономическими характеристиками, а также с тем, насколько такая коммуникация непрерывна, то есть

¹ Lipovetsky G. *Hypermodern Times*. Cambridge: Polity, 2005. – С. 153-154.

² Giddens A. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press, 1990. – С. 21.

³ Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*. 2001. №3. – С. 129.

обладает свойством продолжаться, рассмотренным выше.

Из этих результатов можно сделать вывод о том, что оценка эффективности межкультурной коммуникации с позиции ресурсного подхода – это многокомпонентная задача со следующими акцентами:

1) Коммуникацию следует рассматривать как обмен ресурсами смысла в информационных условиях. Следовательно, эффективность коммуникации можно рассмотреть с позиции эффективности ресурсного обмена, распространяя на эту оценку подходы и методы, направленные на оценку эффективности обмена другими видами ресурсов.

2) Эффективность межкультурной коммуникации связана с пространством деятельностной реализации коммуникации, так как возникающие барьеры, свойственные традиционным формам коммуникации, могут быть преодолены средствами технологий для достижения состояния эффективности.

3) Коммуникация может восприниматься и оцениваться участниками как эффективная, если по внешним признакам и перформативным практикам она отвечает критериям эффективности. Такую оценку целесообразно рассматривать вместе с «объективной» оценкой по результатам взаимодействия.

4) Коммуникация обладает свойством незавершённости, поэтому при оценке эффективности необходимо обращать внимание не только на её результаты, но и на то, как участники коммуникации ограничивают коммуникативные акты в пространстве и времени. Фактически коммуникация не прерывается, меняя площадку и формат, теряя чёткие границы.

Перечисленные характеристики дополняют предлагаемую схему межкультурной коммуникации, делая акцент на учет эффектов технологической среды коммуникации. Значимыми характеристиками эффективной межкультурной коммуникации являются субъективные особенности – внутренние (на уровне личной мотивации) и групповые (на уровне коллективной культурной идентичности). Таким образом, оценка эффективности происходит в условиях наслоения индивидуального, технологического и социокультурного аспектов практически непрерывного обмена информационным ресурсом. Представляется, что предложенная модель оценки эффективности межкультурной коммуникации в рамках деятельностно-феноменологической концепции, расширит исследовательский потенциал анализа, учитывая в аналитической картине как традиционное понимание, так и новейшие тенденции в сфере общественных коммуникативных практик.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Вызов-ответ: Межкультурные коммуникации в глобальном мире: Монография / А.Я.Большунов, С.А.Большунова, Т.С.Давыдова, Е.И.Замараева, С.В.Клягин [и др.]; под.ред. А.Г.Тюрикова. М.: ИН-ФРА-М, 2020. – С. 20. – С. 27.

2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество

и культура // Библиотека Гумер URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/06.php (дата обращения: 04.06.2019).

3. Коркюф Ф. Новые социологии. СПб.: Алетейя, 2002. – С. 55.
4. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. №3. – С. 129.
5. Межкультурная коммуникация: современная теория и практика (Материалы VII Конвента РАМИ сентябрь 2012 г.): Научное издание / Под ред. А. В. Шестопала, М. В. Силантьевой; отв. ред. А. В. Мальгин. ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2013.
6. Работодатели определили требования к кандидатам: топ-5 востребованных компетенций на российском рынке труда // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rabotodateli-opredelili-trebovaniya-k-kandidatam-top-5-vostrebovannykh-kompetenczij-na-rossijskom-rynke-truda> (дата обращения: 25.02.2021).
7. Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5. Праксис, 2011. – С. 422.
8. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб: Наука, 2001.
9. Alexander J. The Drama of Social Life. Polity, 2017.
10. Castells M. Communication Power. Oxford: Oxford University Press, 2009. – С. 54-55.
11. Giddens A. The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1990. – С. 21.
12. Lipovetsky G. Hypermodern Times. Cambridge: Polity, 2005. – С. 153-154.

REFERENCES

1. Alexander J. The Drama of Social Life. Polity, 2017.
2. Castells M. Communication Power. Oxford: Oxford University Press, 2009. – p. 54-55.
3. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture // Gumer Library URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/06.php (access date: 04.06.2019).
4. Challenge-Response: Intercultural Communications in the Global World [*Vyzov-otvet: Mezkul'turnye kommunikacii v global'nom mire*]: Monograph / A.Y. Bolshunov, S.A. Bolshunova, T.S. Davydova, E.I. Zamar-aeva, S.V. Kliagin [etc.]; ed. A.G. Tyurikova. MOSCOW: INFRA-M, 2020. – p. 20. – p. 27.
5. Coleman J. Social and Human Capital [Kapital social'nyj i chelovecheskij]// Social Science and Modernity. 2001. №3. – p. 129.
6. Corcuff F. New Sociologies. SPb: Aletheia, 2002. – p. 55.
7. Employers Determined the Requirements for Candidates: Top 5 Demanded Competences in the Russian Labor Market [*Rabotodate-li opredelili trebovaniya k kandidatam: top-5 vostrebovannykh kompetencij na rossijskom rynke truda*]// VCIOM URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rabotodateli-opredelili-trebovaniya-k-kandidatam-top-5-vostrebovannykh-kompetenczij-na-rossijskom-rynke-truda> (date of access: 25.02.2021).
8. Giddens A. The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1990. – p. 21.
9. Habermas J. Moral Consciousness and Communicative Action [*Moral'noe soznanie i kommunikativnoe dejstvie*]. SPb: Nauka, 2001.

10. Intercultural Communication: Modern Theory and Practice [*Mezhkul'turnaya kommunikaciya: sovremennaya teoriya i praktika*] (Proceedings of the VII Congress of RAMI September 2012): Scientific publication / Ed. by A.V. Shestopal, M.V. Silantieva; ed. by A.V. Malgin. Aspect Press, 2013.
11. Lipovetsky G. *Hypermodern Times*. Cambridge: Polity, 2005. – p. 153-154.
12. Ritzer J. The McDonaldization of Society [*Makdonal'dizaciya obshchestva*] Praxis, 2011. – p. 422.