

**А. Н. Торгонская**

*Научный руководитель*

**Т. М. Тишковская**

*Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь*

## **МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИННОВАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

По мере того как мир становится все более культурно усложненным, растет и важность тем, связанных с межкультурной коммуникацией. Способность общаться, невзирая на культурные барьеры, влияет на нашу жизнь не только на работе или в школе, но и дома, в кругу семьи и в игровой обстановке [1].

Усиливающиеся глобализационные процессы и углубляющаяся информатизация общества кардинальным образом меняют нашу планету, социум. Они меняют человека, который утрачивает свою внутреннюю целостность, превращаясь из многомерного, уникального в одномерное, фрагментарное существо, в элемент техносферы. Происходит перестройка сознания, духовно-психологического строя человека, ориентированного на соответствие требованиям, стандартам визуальной, информационной культуры, культуры масс-медиа. Многие исследователи обращают внимание на отрицательные последствия информатизации общества – «автоматизацию», «стандартизацию» человека, «лавинность информации», «элитарность знания», интенсивное «исчезновение многих профессий» и возникновение новых, усиление взаимозависимости, появление новых «болезней» цивилизации. Процессы технизации и информатизации общества необратимы, носят объективный, всеобъемлющий характер [2].

Под межкультурной глобализацией понимается обмен идеями, смыслами, увлечениями и ценностями по всему миру таким образом, чтобы расширить и интенсифицировать социальные отношения. Этот процесс характеризуется общим потреблением культур, которые были рас-

пространены через Интернет, популярные культурные средства массовой информации (СМИ) и международные путешествия.

Сегодня присутствует проблема межкультурной коммуникации, обмена информацией в современном компьютерном, цифровом обществе. СМИ, медиакультура являются одним из мощнейших стимулов ускорения развития общества, оказывая воздействие на все сферы жизни социума и человека.

Появились следующие термины: «медиареальность», «медиафера», «медиакультура», «медиаиндустрия», «медийное лицо», «медиацентр», «медиа субъект», «медиазависимость», «медиафобия» и т. д. Сейчас практически невозможно найти такую область человеческой деятельности, куда бы ни проникла медиакультура. Присутствует ее неоднозначная оценка. Этому способствуют такие тенденции современной цивилизации, как глобализация, универсализация, унификация, насаждаемые с помощью СМИ, телевидения и кино. В исследовательской литературе в основном доминируют негативные оценки медиакультуры. На телевидении, в кино, Интернете и других медийных сферах преобладает культ насилия, жестокости, который демонстрируется на экранах через житейские истории. Через кино и телевидение осуществляется манипулирование общественным сознанием.

Цифровые технологии становятся неотъемлемой частью всех аспектов жизни общества. Беларусь стоит на таком этапе развития цивилизации, когда знания, технологии, наука и информация преобладают во всех сферах и повышают конкурентоспособность организаций, улучшают инвестиционный климат, изменяют производственные процессы, перераспределяют рабочую силу, формируют новые профессии. Благодаря глобализационным процессам цифровые технологии распространяются мгновенно, в настоящее время широко используется искусственный интеллект, Интернет вещей, геолокация, а также развивается рынок виртуальных валют и т. д. Большая часть документов и коммуникаций перенесена на электронные носители, внедрена электронная подпись, планируется создание электронных паспортов.

Таким образом, в настоящее время проблема межкультурных коммуникаций приобретает все большую популярность. Это обусловлено тем, что в условиях глобализации сфера бизнеса развивается достаточно быстрыми темпами, привлекая все большее число людей, имеющих различную национальность, культуру, ценности, менталитет и образ жизни. В связи с этим возникают различные проблемы межкультурного характера, препятствующие их эффективному сотрудничеству, возникает необходимость изучения такого явления, как межкультурная коммуникация. Для того, чтобы межкультурные коммуникации были эффективны, а сотрудничество транснациональных компаний – продуктивным, очень важно учитывать национальную и культурную специфику представителей различных народов и стран [3].

### Список использованной литературы

1. **Культурный** и социокультурный барьеры в межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=598992>. – Дата доступа : 10.04.2023.

2. **Межкультурная** коммуникация и цифровизация: вопросы подготовки кадров к глобальному сотрудничеству : моногр. / под общ. ред. М. В. Резуновой, О. А. Овчинниковой. – Брянск : Брян. филиал РАНХиГС, 2021.

3. **Ломовцева, А. В.** Информационная безопасность при внедрении цифровых технологий в экономике Российской Федерации / А. В. Ломовцева, Е. В. Губаревич // Финансово-экономическое и информационное обеспечение инновационного развития региона : сб. материалов II Всерос. науч.-практ. конф., 14–15 мая 2019 г., Ялта – Симферополь : 2019.