

МАТЕРІАЛИ СТУДЕНТСЬКОЇ ВІДЕОКОНФЕРЕНЦІЇ

Пертія Д.

студент групи ММБ–506

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,

науковий керівник — Печенікова Л.М., викладач кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

КУЛЬТУРНІ ЦІННОСТІ І ЇХ МІСЦЕ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті проаналізовано культурні цінності та їх місце в міжкультурній комунікації; визначено лінгвокультурні фактори, які впливають на успішну комунікацію; зроблено порівняльний аналіз культурних цінностей Грузії та України.

Ключові слова: культура, культурні цінності, міжкультурна комунікація, ділове спілкування.

Abstract. In the article analysis culture values and there places in the intercultural communication; identified lingvocultural factors, which on successful communications; done comparative analysis cultural values Georgia and Ukraine.

Key words: cultural, cultural values, intercultural communication, business communication.

Культурні цінності та їх місце в міжкультурній комунікації є одним із найважливіших аспектів у сфері бізнесу, економічного й загальнолюдського спілкування. Ніхто не стане сумніватися у факті політичної, економічної й культурної інтеграції, яка відбувається в процесі глобалізації у сучасному світі. Країни й народи активно співпрацюють і взаємодіють у всіх сферах життя на різних рівнях — від особистого спілкування до міжнародних зустрічей, тому це питання є дуже актуальним. В останні роки в державі і суспільстві особливої важливості набула проблема збереження культурних цінностей. На тлі виявлення зловбоденних питань обліку, контролю, збереження і безпеки музейних предметів основне теоретичне завдання представляє визначення ключового поняття сучасної культурології та філософії культури — поняття культурної цінності. З цим поняттям пов'язані не тільки питання кабінетної теорії, але й вузлові питання законодавства про культуру.

Проблему збереження культурних цінностей та їх місце в міжкультурній комунікації досліджували багато вчених: О. Тейлор, Т. Грушевицька, В. Попков, А. Садохін, С. Тер-Мінасова, У. Гудикунсг, Л. Самовар, Р. Портер, зокрема М. Бахтін, В. Біблер, В. Саф'янов, Л. Буєва, М. Каган, О. Потебня, П. Грайс, Дж. Остін, Дж. Серль звертали увагу на питання толерантності в міжкультурній комунікації.

У науковій літературі поняття культурних цінностей розуміють як об'єкти матеріальної та духовної культури, що мають художнє, історичне, етнографічне та наукове значення і підлягають збереженню, відтворенню та охороні відповідно до законодавства України [1].

Що таке культурні цінності? Культурні цінності — це надбання певної етнічної, соціальної, соціографічної групи, які можуть бути виражені деякими

формами художнього, образотворчого та інших видів мистецтв.

При цьому обов'язковою умовою приналежності творів мистецтва до культурних цінностей є їх можливий вплив на психіку і свідомість людей з метою донести до них в тій чи іншій формі інформацію щодо ідеологічних і духовних цінностей, які складно передати іншим шляхом. Культурні цінності в різні часові епохи різнилися між собою і навіть для одного і того ж народу являли собою щось не обов'язково однорідне за своїм наповненням.

Чимало епох людства зберігають у собі витоки культури, витоки духовності, витоки справжніх гуманних людських цінностей і тенденцій. Для того, щоб мати можливість з ними познайомитися, у сучасної людини набагато більше можливостей через те, що інформаційний простір поєднано в єдине ціле завдяки множинним мережам комунікації, Інтернету, телебачення. Зараз поняття культурних цінностей змінюється і модифікується відповідно до того, яким чином змінюється і вдосконалюється людина. Розвиток нових галузей культури відбувається на стику старих і нових понять про культурні цінності, на порозі нових відкриттів і розвитку найтонших технологій нового покоління.

До культурних цінностей згідно з переліком ДФС належать:

1) оригінальні художні твори живопису, графіки та скульптури, художні композиції та монтажні з будь-яких матеріалів, твори декоративно-прикладного і традиційного народного мистецтва;

2) предмети, пов'язані з історичними подіями, розвитком суспільства та держави, історією, з розвитком науки і культури, а також такі, що стосуються життя та діяльності видатних діячів держави, політичних партій, громадських і релігійних організацій, науки, культури та мистецтва;

3) предмети музейного значення, знайдені під час археологічних розкопок;

4) складові частини та фрагменти архітектурних, історичних, художніх пам'яток і пам'яток монументального мистецтва;

5) старовинні книги та інші видання, що становлять історичну, художню, наукову та літературну цінність, окремо чи в колекції;

6) манускрипти та інкунабули, стародруки, архівні документи, включаючи кіно-, фото- і фонодокументи, окремо чи в колекції;

7) унікальні та рідкісні музичні інструменти;

8) різноманітні види зброї, що має художню, історичну, етнографічну та наукову цінність;

9) рідкісні поштові марки, інші філателістичні матеріали, окремо чи в колекції;

10) рідкісні монети, ордени, медалі, печатки та інші предмети колекціонування;

11) зоологічні колекції, що становлять наукову, культурно-освітню, навчально-виховну або естетичну цінність;

12) рідкісні колекції та зразки флори і фауни, мінералогії, анатомії та палеонтології [2].

Культура — це набір загальних цінностей, які має група людей. Такі цінності впливають на те, як Ви думаєте і дієте, і, що більш важливо, критерії, за якими Ви

судите інших. Культурні значення передбачають деякі види поведінки: нормальні і правильні, а також дивні, або неправильні.

Кожна культура має свої правила, які її члени вважають як само собою зрозумілими. Мало хто з нас знає про наші власні упередження, тому що культурне нашарування починається в дуже ранньому віці. І хоча деякі культури в знаннях, правилах, переконаннях, цінностях, фобіях і тривогах вчать явно, більшість поглинається підсвідомо.

Культура не тільки впливає на комунікацію, а й сама піддається її впливу. Найчастіше це відбувається в процесі інкультурації, коли людина в тій чи іншій формі комунікації засвоює норми і цінності культури. Ми вивчаємо нашу культуру різними способами, використовуючи для цього різні джерела. Наприклад, американський малюк, якому дідусь пояснює, що якщо тебе знайомлять з ким-небудь, потрібно тиснути руку, формує свою культуру. Індійська дитина, яка зростає в будинку, де жінки їдять після чоловіків, також формує свою культуру. Єврейський підліток, який служить провідником в церемонії єврейської Пасхи, засвоює культуру свого народу і в той же час бере участь в її розвитку і збереженні. Французький хлопчик, якому дають сидр за обідом, також засвоює традиції своєї культури. Таким чином, читаючи, слухаючи, спостерігаючи, обмінюючись думками та новинами зі знайомими або незнайомими людьми, ми впливаємо на свою культуру, і цей вплив стає можливим за допомогою тієї чи іншої форми комунікації.

До культурних цінностей належить багато речей. Наприклад, до українських культурних цінностей можна віднести банкноти та монети, що належать до часів УРСР чи до більш ранніх часів. Беручи до уваги Грузію, у них також багато культурних цінностей, наприклад портрет Теймураза Миколайовича, наслідного царя Грузії, Кахетії, Картлі. Порівнюючи українські культурні цінності та грузинські, можна провести таку паралель: українські народні страви — це український борщ, сало, холодець, кров'янка, вареники; щодо грузинських національних страв варто відмітити, що в Грузії дуже багато різних страв, але деякі регіони мають свої особливості, наприклад у західній частині Грузії більше люблять гостру їжу, а в східній — негостру, однак існують основні національні страви: хачапури по-аджарськи. Характерними народними танцями для України є гопак, коломийка та козачок, а для Грузії — шалахо, узундара та лезгінка. Також серед культурних цінностей важливе місце відведено історико-культурним об'єктам. Так, в Україні найбільш відомими є Софійський собор, Києво-Печерська лавра, Кам'янець-Подільська фортеця тощо, а для Грузії своєрідними є пам'ятники Мцхета, Храм Баграта і Гелатський монастир, Верхня Сванетія тощо. До національних костюмів України можна віднести всім відому вишиванку. Грузинський традиційний чоловічий одяг складався з нижньої сорочки перангі, зшитої з ситцю, шовку або полотна, нижніх штанів шеїдіші, широких верхніх штанів Шарван. Іншим атрибутом костюму була чоха, зшита з вовняного матеріалу, з широкими і довгими рукавами та полами, яку надягали поверх і зазвичай вона мала темні кольори. Додатково до чоловічого костюму підвішувався кинджал. Щодо жіночого вбрання, то це стягнута в талії довга сукня

— картули, з щільно облягаючим ліфом, обробленим бісером, золотою тасьмою, перлами, з довгою широкою спідницею, яка закриває ноги до ступень. На нашу думку, до культурних цінностей можна віднести і місцеві діалекти, які є властиві різним регіонам як Грузії, так й Україні.

Таким чином, культурні цінності охоплюють та впливають на всі сфери нашого життя. Особливо в діловому спілкуванні важливо брати до уваги той факт, що кожна культура є унікальною, має свої культурні цінності, які можуть дзеркально відрізнятися від звичних нам цінностей. Тому головним завданням для успішної комунікації з представниками інших культур є розуміння, повага та толерантність до чужих цінностей, звичаїв та традицій.

Література

1. Офіційний сайт Державної Фіскальної Служби. Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/vijdjayuchim-v-ukrainu/peremischennya-kulturnih-tsinnostey/>
2. Митний кодекс України. Стаття 1. Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/mitnij_kodeks_ukraini/statja-

Ткаченко Д.

студент групи ММБ–506

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
науковий керівник — Печенікова Л.М., викладач

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З БІЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ ІНШИХ КРАЇН

Анотація. Статтю присвячено проблемі формування ефективних бізнес-комунікацій між представниками різних країн. Особливу увагу в статті приділено питанню уникнення комунікативних непорозумінь між партнерами-іноземцями, а також детально розглянуто поетапний план проведення переговорів між ними. Автором простежено кореляцію між організаційними аспектами переговорного процесу і якістю його результатів та досліджено особливості комунікації бізнес-партнерів на післяпереговорному етапі.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, ефективність переговорних процесів, крос-культурний менеджмент.

Abstract. The article is devoted to the development of effective business communications between representatives of the countries. Special attention is paid to avoid misunderstandings in the communication of foreign partners, and detail step-by-step plan for postnegotiations is proposed. The correlation is discovered between organizational aspects of the negotiation process and the quality of its results and the features of business partners communication at the postnegotiation stage.

Key words: intercultural communication, negotiation efficiency, cross-cultural management.

У час поглиблення глобалізації та збільшення світових обсягів торгівлі органічним бажанням компаній є вихід за межі національних кордонів. Зовнішньоекономічна діяльність приваблює підприємства неохопленою цільовою