

УДК 004

DOI: 10.34670/AR.2023.67.63.099

Лингвистические элементы межкультурной коммуникации в глобальном информационном пространстве: педагогические аспекты

Шудуева Залина Аслановна

Ассистент кафедры информатики и вычислительной техники,
Институт прикладных информационных технологий
Грозненского государственного нефтяного технического университета
им. академика М.Д. Миллионщикова,
364051, Российская Федерация, Грозный, просп. им. Х.А. Исаева, 100;
e-mail: Venus-75@mail.ru

Арсалиева Элиза Хизировна

Старший преподаватель кафедры иностранных языков,
Чеченский государственный педагогический университет,
364051, Российская Федерация, Грозный, пр. Исаева, 62;
e-mail: Venus-75@mail.ru

Абдуллаева Гульнара Ширваниена

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры английского и русского языков,
Дагестанский государственный университет народного хозяйства,
367008, Российская Федерация, Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, 5;
e-mail: Venus-75@mail.ru

Аннотация

Данная статья обращает внимание на важность лингвистических аспектов в контексте межкультурной коммуникации в современном мировом информационном пространстве. В условиях глобализации и роста цифровых коммуникаций взаимодействие между представителями разных культур становится все более распространенным и неотъемлемой частью современного общества. Влияние межкультурных различий на массовые медиа и рекламу является важным аспектом современного информационного и рекламного мира. Оно представляет собой вызов и возможность для более глубокого понимания и успешного взаимодействия с разнообразными культурами и аудиториями.

Для цитирования в научных исследованиях

Шудуева З.А., Арсалиева Э.Х., Абдуллаева Г.Ш. Лингвистические элементы межкультурной коммуникации в глобальном информационном пространстве: педагогические аспекты// Педагогический журнал. 2023. Т. 13. № 10А. С. 539-544. DOI: 10.34670/AR.2023.67.63.099

Ключевые слова

Образование, педагогика, цифровизация, общество, межкультурные коммуникации.

Введение

Межкультурная коммуникация – это связь и общение между представителями различных культур, что предполагает как непосредственные контакты между людьми и их общностями, так и опосредованные формы коммуникации (в том числе язык, речь, письменность, электронную коммуникацию).

Как отдельный человек не может нормально существовать в изоляции от других людей, так и ни одна культура не способна полноценно функционировать в изоляции от культурных достижений других народов. В процессе своей жизнедеятельности они вынуждены постоянно обращаться или к своему прошлому, или к опыту других культур. В настоящее время практически нет совершенно изолированных от мира культурных общностей, кроме небольших туземных племен, затерянных в самых укромных уголках планеты. Сегодня естественна ситуация, когда любой народ открыт для восприятия чужого культурного опыта и одновременно сам готов делиться с другими народами продуктами собственной культуры. Это обращение к культурам других народов получило наименование «взаимодействие культур» или «межкультурная коммуникация».

Глобализация общества на сегодняшний день является одной из важных тенденцией развития цивилизации, которая оказывает влияние на все сферы жизнедеятельности общества: культуру, политику, образование, науку, экономику. Другими словами, глобализация зависит от научного, технологического и экономического развития страны [Садохин, 2022].

Основная часть

Вот несколько ключевых аспектов влияния глобализации на межкультурные отношения:

1. Культурный обмен. Глобализация обогащает межкультурные отношения, создавая возможности для культурного обмена. Люди получают доступ к разнообразным культурным выражениям, искусству, кухне, музыке и традициям, которые ранее были им недоступны. Этот обмен способствует более глубокому пониманию и уважению к разнообразию культур.

2. Глобальная миграция. Глобализация способствует увеличению миграции и перемещению населения между странами. Это создает смешанные общества, где люди разных культур и национальностей живут бок о бок. Эта смешанность может способствовать более тесным межкультурным взаимодействиям и обмену опытом.

3. Мультикультуральные общества. Многие страны становятся более мультикультурными благодаря глобализации [Таратухина, Авдеева, 2020]. Это может создавать богатство взаимодействия между разными культурами, но также вызывать вопросы о том, как обеспечивать взаимопонимание и согласование внутри мультикультурных обществ.

4. Технологии и социальные медиа. Глобализация также увеличила доступ к технологиям и социальным медиа. Люди могут легко общаться с представителями других культур, что способствует более широкому обмену идей и информации. Однако это также может приводить к культурным конфликтам и недоразумениям, особенно в случаях, когда сталкиваются разные ценности и взгляды [Таратухина, 2020].

Влияние межкультурных различий на массовые медиа и рекламу представляет собой важную и актуальную тему в современном мире. Глобализация, быстрое развитие технологий и миграционные процессы приводят к тому, что множество различных культур пересекаются и взаимодействуют на мировой арене. Это влияет как на создание, так и на потребление медийного контента и рекламы.

Влияние межкультурных различий на массовые медиа:

1. Диверсификация контента. Медийные компании сталкиваются с необходимостью создавать контент, который учитывает разнообразие культур и ценностей. Это может включать в себя различные языки, сюжеты и культурные аспекты, чтобы удовлетворить разнообразные аудитории [Тен, 2019].

2. Кросс-культурное взаимодействие. Медийные платформы часто содействуют обмену информацией и идеями между разными культурами. Это может способствовать лучшему взаимопониманию и сближению мировых сообществ.

3. Отражение культурных и социальных движений. Массовые медиа могут стать площадкой для отражения и поддержки различных культурных и социальных движений, что способствует развитию диалога и понимания [Дергачева, 2017].

Влияние межкультурных различий на рекламу:

1. Адаптация рекламы. Рекламные компании должны учитывать культурные особенности и ожидания потребителей, чтобы создать эффективную рекламу. Это включает в себя использование местных языков, символов и образов, которые могут быть близки и понятны целевой аудитории.

2. Избегание культурных конфликтов. Важно избегать рекламных кампаний, которые могут вызвать негативные реакции или конфликты в связи с неправильным использованием культурных элементов. Рекламодатели должны быть особенно внимательны к контексту и чувствам аудитории.

3. Развитие культурно чувствительной рекламы. Специалисты по маркетингу должны обучать своих сотрудников, чтобы они были более осведомлены о культурных особенностях и могли создавать рекламу, которая более успешно взаимодействует с разнообразными культурными группами [Лукас, 2020].

4. Использование мультикультурных образов и идентичности. Реклама может активно включать в себя мультикультурные образы и идентичность, что может привлечь и удовлетворить широкий спектр потребителей.

Заключение

Таким образом, влияние межкультурных различий на массовые медиа и рекламу является важным аспектом современного информационного и рекламного мира. Оно представляет собой вызов и возможность для более глубокого понимания и успешного взаимодействия с разнообразными культурами и аудиториями.

Библиография

1. Дергачева Л.М. Активизация учебной деятельности школьников при изучении информатики на основе использования дидактических игр: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2017.
2. Лукас Э. Логотерапия и экзистенциальный анализ: человеческие идеи и методы. М.: Когито-центр, 2020. 262 с.
3. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М.: КноРус, 2022. 279 с.

4. Таратухина Ю.В. Деловые и межкультурные коммуникации. М.: Юрайт, 2020. 324 с.
5. Таратухина Ю.В., Авдеева З.К. Деловые и межкультурные коммуникации. М.: Юрайт, 2020. 324 с.
6. Тен Ю.П. Культурология и межкультурная коммуникация. М.: Феникс, 2019. 328 с.
7. Егоров А. М. Административное устройство и система управления британских колоний в Вест-Индии / А. М. Егоров, И. А. Егоров // Исторический бюллетень. 2021. Т. 4. № 2. С. 117-122.
8. Implementing the aarhus convention / R. Yezhepkyzy, A. Egorov, A. Sadvokassov, V. Shestak // European Energy and Environmental Law Review. – 2021. – Vol. 30, No. 4. – P. 120-127.
9. Егоров, А. М. Псковская губерния под управлением Остзейского (Прибалтийского) генерал-губернатора в 1823-1829 гг / А. М. Егоров // История государства и права. – 2017. – № 8. – С. 8-11.
10. Егоров, А. М. Особенности взаимодействия отечественных спецслужб на северо-западе Российской империи в условиях Первой мировой войны / А. М. Егоров, И. А. Егоров // Метаморфозы истории. – 2023. – № 28. – DOI 10.37490/S230861810025513-4.
11. Магдич, Е. А. Потенциал физической рекреации в оптимизации образа жизни подростков-единоборцев / Е. А. Магдич // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2023. – № 6(220). – С. 201-205. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2023.06.p201-205. – EDN NCQKMY.
12. Магдич, Е. А. Структурно-содержательная характеристика рекреационной физической культуры личности подростков-единоборцев / Е. А. Магдич // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2023. – № 3(217). – С. 289-293. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2023.03.p289-294.
13. Магдич, Е. А. Рекреационная физическая культура личности как фактор здоровьесбережения подрастающего поколения / Е. А. Магдич // Спортивная медицина и реабилитация: традиции, опыт и инновации : Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Краснодар, 11 апреля 2023 года / Редколлегия: Е.М. Бердичевская, Н.И. Дворкина, И.Н. Калинина, С.П. Лавриченко. – Краснодар: Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2023. – С. 88-92.
14. Лазарева, О. С. Интерактивная методика подготовки специалистов в сфере делового туризма / О. С. Лазарева, Е. А. Магдич // Научный вестник МГУСиТ: спорт, туризм, гостеприимство. – 2022. – № 4(74). – С. 72-79.
15. Охрименко Е.И., Ошкордина А.А. Особенности развития в российских регионах аграрного туризма и бизнеса // Вестник экономики, права и социологии. 2023. № 2. С. 187-191.
16. Радыгина Е.Г., Ошкордина А.А. Показатели устойчивого развития предприятий индустрии гостеприимства // Экономика, предпринимательство и право. 2023. Т. 13. № 2. С. 513-522.
17. Ошкордина А.А., Витман С.В., Радыгина Е.Г. Организационно-экономические аспекты развития телекоммуникационных технологий в здравоохранении красноярского края // Russian Economic Bulletin. 2023. Т. 6. № 2. С. 296-300.

Linguistic elements of intercultural communication in the global information space: pedagogical aspects

Zalina A. Shudueva

Assistant of the Department of informatics and computer science,
Institute of Applied Information Technologies
of the Grozny State Oil Technical University
named after academician M.D. Millionshchikov,
364051, 100 im. Kh.A. Isaeva ave., Grozny, Russian Federation;
e-mail: Venus-75@mail.ru

Eliza Kh. Arsalieva

Senior Lecturer at the Department of foreign languages,
Chechen State Pedagogical University,
364051, 62 Isaeva ave., Grozny, Russian Federation;
e-mail: Venus-75@mail.ru

Gul'nara Sh. Abdullaeva

PhD in Philology,
Associate Professor of the Department of English and Russian languages,
Dagestan State University of National Economy,
367008, 5 Dzhamaletdina Ataeva str., Makhachkala, Russian Federation;
e-mail: Venus-75@mail.ru

Abstract

This article draws attention to the importance of linguistic aspects in the context of intercultural communication in the modern global information space. In the context of globalization and the growth of digital communications, interaction between representatives of different cultures is becoming increasingly common and an integral part of modern society. The influence of cross-cultural differences on mass media and advertising is an important aspect of the modern information and advertising world. It represents a challenge and an opportunity for deeper understanding and successful interaction with diverse cultures and audiences.

For citation

Shudueva Z.A., Arsalieva E.Kh., Abdullaeva G.Sh. (2023) Lingvisticheskie elementy mezhkul'turnoy kommunikatsii v global'nom informatsionnom prostranstve: pedagogicheskie aspekty [Linguistic elements of intercultural communication in the global information space: pedagogical aspects]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 13 (10A), pp. 539-544. DOI: 10.34670/AR.2023.67.63.099

Keywords

Education, pedagogy, digitalization, society, intercultural communications.

References

1. Dergacheva L.M. (2017) Aktivizatsiya uchebnoy deyatel'nosti shkol'nikov pri izuchenii informatiki na osnove ispol'zovaniya didakticheskikh igr. Dokt. Diss. Abstract [Activation of educational activities of schoolchildren when studying computer science based on the use of didactic games. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.
2. Lukas E. (2020) Logoterapiya i ekzistentsial'nyy analiz: chelovecheskie idei i metody [Logotherapy and existential analysis: human ideas and methods]. Moscow: Kogito-tsentr Publ.
3. Sadokhin A.P. (2022) Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoy kommunikatsii [Introduction to the theory of intercultural communication]. Moscow: KnoRus Publ.
4. Taratukhina Yu.V. (2020) Delovye i mezhkul'turnye kommunikatsii [Business and intercultural communications]. Moscow: Yurayt Publ.
5. Taratukhina Yu.V., Avdeeva Z.K. (2020) Delovye i mezhkul'turnye kommunikatsii [Business and intercultural communications]. Moscow: Yurayt Publ.
6. Ten Yu.P. (2019) Kul'turologiya i mezhkul'turnaya kommunikatsiya [Culturology and intercultural communication]. Moscow: Feniks Publ.
7. Egorov A. M. Administrative structure and management system of the British colonies in the West Indies / A. M. Egorov, I. A. Egorov // *Historical Bulletin*. 2021. T. 4. No. 2. P. 117-122.
8. Implementing the Aarhus convention / R. Yerezhpekzy, A. Egorov, A. Sadvokassov, V. Shestak // *European Energy and Environmental Law Review*. – 2021. – Vol. 30, No. 4. – P. 120-127.
9. Egorov, A. M. Pskov province under the control of the Baltic (Baltic) Governor-General in 1823-1829 / A. M. Egorov // *History of State and Law*. – 2017. – No. 8. – P. 8-11.
10. Egorov, A. M. Features of interaction between domestic intelligence services in the north-west of the Russian Empire in the conditions of the First World War / A. M. Egorov, I. A. Egorov // *Metamorphoses of history*. – 2023. – No. 28. – DOI 10.37490/S230861810025513-4.

11. Magdich, E. A. The potential of physical recreation in optimizing the lifestyle of adolescent martial artists / E. A. Magdich // *Scientific Notes of the University. P.F. Lesgafta.* – 2023. – No. 6(220). – pp. 201-205. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2023.06.p201-205. – EDN NCQKMY.
12. Magdich, E. A. Structural and content characteristics of recreational physical culture of the personality of adolescent martial artists / E. A. Magdich // *Uchenye zapiski universiteta im. P.F. Lesgafta.* – 2023. – No. 3(217). – pp. 289-293. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2023.03.p289-294.
13. Magdich, E. A. Recreational physical culture of the individual as a factor in preserving the health of the younger generation / E. A. Magdich // *Sports medicine and rehabilitation: traditions, experience and innovations: Collection of materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Krasnodar, April 11, 2023 / Editorial Board : EAT. Berdichevskaya, N.I. Dvorkina, I.N. Kalinina, S.P. Lavrichenko.* – Krasnodar: Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism, 2023. – P. 88-92.
14. Lazareva, O. S. Interactive methodology for training specialists in the field of business tourism / O. S. Lazareva, E. A. Magdich // *Scientific Bulletin of MGUSiT: sport, tourism, hospitality.* – 2022. – No. 4(74). – pp. 72-79.
15. Okhrimenko E.I., Oshkordina A.A. Features of the development of agricultural tourism and business in Russian regions // *Bulletin of Economics, Law and Sociology.* 2023. No. 2. P. 187-191.
16. Radygina E.G., Oshkordina A.A. Indicators of sustainable development of hospitality industry enterprises // *Economics, entrepreneurship and law.* 2023. T. 13. No. 2. P. 513-522.
17. Oshkordina A.A., Vitman S.V., Radygina E.G. Organizational and economic aspects of the development of telecommunication technologies in healthcare in the Krasnoyarsk region // *Russian Economic Bulletin.* 2023. T. 6. No. 2. P. 296-300.