

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 316.776

ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ ПРИ СОЗДАНИИ МОЛОДЕЖНОГО МЕДИАПРОЕКТА

Е.С. Головяшкина

*Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова, Нижний Новгород*

В статье в контексте роста внимания к межкультурной коммуникации рассматривается ее специфика и влияние на процесс создания молодежного медиапроекта. В рамках исследования раскрываются особенности реализации и анализируются результаты функционирования международного молодежного медиапроекта «Rise_info».

Ключевые слова: коммуникация, межкультурная коммуникация, информационный обмен, медиа, молодежный медиапроект.

Features Of Intercultural Communication For Creation A Youth Media Project

Elena S. Golovyashkina

Nizhny Novgorod State Linguistics University, Nizhny Novgorod

The article is about the specifics of intercultural communication and how this type of information exchange impacts the process of creating a youth media project. The process of realisation of the international youth project “Rise_info” and its results are in the focus of the article.

Key words: communication, intercultural communication, information exchange, media, youth media project.

В современных условиях вполне закономерным и объяснимым является резкое возрастание внимания к такому социальному феномену как коммуникация. Виды, типы, разновидности коммуникации становятся объектами исследования в социологическом, политологическом, философском, психологическом, лингвистическом, культурологическом и других аспектах.

В современном мире происходит трансформация глобального масштаба: из индустриального современное общество переходит в информационно-коммуникативное. Стоит отметить, что данное явление сопровождается тем, что коммуникация становится частью всех сфер жизнедеятельности общества, при этом возникают и развиваются качественно новые типы коммуникационных структур и процессов. Кроме того, трансформация общества характеризуется глубоким переосмыслением природы коммуникации в условиях социальной реальности, различных изменений в сфере социальных коммуникаций, а также определением места и роли коммуникации в развитии современного общества.

Термин «коммуникация» связан с информационными обменами, существующими между людьми во время совместной деятельности и общения. При коммуникации субъекты взаимодействия устанавливают контакты с помощью выработки общего смысла из передаваемой и воспринимаемой информации [3, с. 3]. Главная задача как межличностной, так и межкультурной коммуникации заключается в достижении социальной общности. При этом у каждого субъекта взаимодействия сохраняется индивидуальность и уникальность [4, с. 5]. Специфика межличностного и межкультурного информационного обмена обуславливается следующими составляющими: наличием психологической обратной связи, возникновением коммуникативного барьера, появлением феномена межличностного влияния, существованием различных уровней передачи информации, влиянием пространства и времени на передачу информации.

Для успешной межкультурной коммуникации необходима постоянная готовность всех участников коммуникационного процесса воспринимать, понимать и принимать чужие этнические стереотипы поведения и интересов, нравов и обычаев, а также культурных ценностей [6, с. 14]. Как отмечает доктор психологических наук Л. Г. Почебут, основу межкультурного общения и взаимодействия составляет понимание культурных различий [5, с. 103]. При этом для эффективного взаимодействия участнику коммуникационного процесса нужно не просто соглашаться с существованием различий, а еще и понимать сущность этих различий, принимать специфику той или иной культуры, учитывать ее в своем поведении.

Сейчас во время общественно-политической нестабильности возникает необходимость установления конструктивных связей между людьми, а также межкультурной коммуникации на основе добрососедства, толерантного отношения к другим культурам и нациям. Особенно это актуально при обучении в лингвистическом университете, поскольку студентам и преподавателям приходится существовать в многонациональной среде. К примеру, согласно информации министерства образования, науки и молодежной политики в текущем учебном году количество студентов из африканских стран в НГЛУ им. Н.А. Добролюбова увеличилось на рекордное количество — в 5,5 раз (с 22 до 121 человек).

Количество иностранных студентов, обучающихся на территории Российской Федерации, растет с каждым годом. В течение пяти лет число иностранных студентов, обучающихся очно в отечественных университетах, увеличилось на 20%. Так, в 2014-2015 учебном году в России обучались более 183 000 иностранцев, в 2015-2016 академическом году число иностранных студентов выросло до 200 000, а в 2016-2017 гг. эта цифра составила почти 230 000 человек и продолжает расти в наше

время [8, с. 39]. Однако, согласно сообщению Института статистики ЮНЕСКО, по сравнению с другими странами на данный момент Россия находится на шестом месте по количеству иностранных студентов в мире, хотя всего год назад была на пятом. Ближайший конкурент — Япония, которая отстает всего на 15 000 человек. Падение рейтинга России в списке стран с иностранными студентами связано с мировой обстановкой и информационной войной. Негативные стереотипы о России и ее местных жителях отрицательно влияют на молодежь, уровень международной коммуникации понижается. Вследствие этого, количество иностранных обучающихся на территории Российской Федерации постепенно снижается. И хотя русский язык считается одним из самых популярных языков мира (к примеру, в странах Западной Европы русский язык изучают в 10919 школах и 178 вузах, в странах Северной Америки, Австралии и Новой Зеландии в 117 школах и 202 университетах [1]), студенты из-за рубежа испытывают страх по преодолению языкового барьера при переезде в Россию на время обучения.

Для организации эффективной международной коммуникации и адаптации иностранных представителей молодежи на территории РФ, обеспечения наиболее продуктивного коммуникационного процесса и взаимодействия для всех сторон информационного обмена был создан проект «Rise_info». Кроме того, проект «Rise_info» способствует более успешной работе федерального проекта, целью которого является увеличение к 2024 году количества обучающихся в российских вузах иностранцев, не менее 5% из которых трудоустраивают в российские компании, в том числе с целью работы за границей.

Суть молодежного международного проекта «Rise_info» заключается в создании видеороликов с целью улучшения международной молодежной коммуникации, разрушения негативных стереотипов о России и ее жителях, знакомства иностранцев с русской культурой, а представителей целевой аудитории из России — с культурой другой страны. Во время съемочного процесса иностранный студент рассказывает о своей жизни в России, разрушает негативные стереотипы о стране и делится особенностями своей культуры. Целевой аудиторией проекта является молодёжь в возрасте от 14 до 35 лет, как из России, так и из различных зарубежных стран, которые изучают русский язык. Косвенная аудитория — взрослые без специальных знаний с широким кругозором.

Основная идея проекта заключается в том, чтобы собрать заинтересованных студентов из России и из-за рубежа для их взаимодействия и представления студентам по обмену более точного образа обучения на территории РФ и жизни в нашей стране в целом.

На данный момент в Интернете пользуются большой популярностью такие видеорубрики, как «Иностранцы пробуют...» или интервью с иностранными студентами. «Rise_info» объединяет оба этих

пользующихся спросом формата. При этом создаваемые видеоролики интересны и понятны не только отечественным представителям целевой аудитории, но и иностранным гражданам. Интервью ведутся на русском языке, если приглашенный иностранный гость владеет им на разговорном уровне, или же интервью ведется на языке иностранца, если он(а) плохо говорит по-русски, и сопровождается субтитрами на русском и/или английском языке. Среди преимуществ данного проекта необходимо отметить, что «Rise_info» способствует интеллектуальному, культурному развитию представителей целевой аудитории.

Основными платформами для реализации проекта являются социальная сеть «ВКонтакте» и видеохостинг YouTube. Это связано с тем, что, по статистическим данным, полученным в ходе опроса иностранных граждан, проживающих или посещающих Россию, 92% из них имеют страницу в социальной сети «ВКонтакте». Данная сеть считается самой популярной у представителей российской молодежи. Второй сетью, которую использует уже все мировое сообщество, считается видеохостинг YouTube.

Для достижения поставленной цели используются такие составляющие реализации проекта, как:

1. Подготовка сценария выпуска и съемка видеоматериала;
2. Распространение информации о деятельности медиа и реклама в социальных сетях для повышения узнаваемости бренда, что способствует увеличению количества аудитории и качеству ее коммуникации;
3. Привлечение иностранных студентов посредством работы волонтеров.

За время реализации проекта с 1 ноября 2019 года было выпущено 7 видеороликов (с русскими и английскими субтитрами) общим хронометражем 65 минут. В съемках роликов приняли участие 10 иностранных студентов (представители Таиланда, Сербии, Китая, Гагаузии (автономное территориальное образование на юге Молдавии), Узбекистана, Франции и Анголы) из 3-х вузов Нижнего Новгорода, а также более 20 студентов-волонтеров из России. Материалы, вышедшие на различных Интернет-платформах, были распространены среди знакомых иностранных обучающихся из их родных стран. С представителями проекта «Rise_info» неоднократно связывались иностранные студенты с целью принять участие в съемках рубрики «Кухня». Также два студента из-за рубежа обратились к команде проекта с целью информирования об обучении в Нижнем Новгороде. В настоящее время это, пожалуй, является самым важным достижением, так как это означает, что проект имеет результат даже спустя несколько месяцев работы. Также стоит отметить, что общее количество просмотров уже превысило 115000, что, несомненно, является показателем востребованности проекта, а также хорошего функционирования таргетированной рекламы.

Что касается качественных показателей проекта, удалось выполнить следующие задачи:

1. Повысить уровень осведомленности иностранцев о студенческой жизни на территории Российской Федерации;
2. Вовлечь русских студентов в международную деятельность;
3. Повысить уровень узнаваемости бренда «Rise_info» среди различных вузов, а также повысить уровень популярности нижегородских вузов среди иностранных студентов;
4. Повысить информационную компетентность студентов путем обучения основам Интернет-журналистики, работы в кадре, монтажа, операторской работы, блогинга и грамотному созданию и продвижению контента;
5. Улучшить коммуникативные навыки и повысить уровень языковой практики.

Работа проекта «Rise_info» оказалась востребована не только среди участников проекта, но и среди студентов различных вузов Российской Федерации и других стран. Проектом также заинтересовались Нижегородская областная организация Общероссийской общественной организации «Российский союз молодежи» и представители вузов Нижнего Новгорода.

Иностранные студенты, принимавшие участие в съемке некоторых рубрик, изъявили желание вступить в редакцию «Rise_info» для помощи в адаптации других студентов из-за рубежа и работе над созданием и продвижением видео.

Члены съемочной группы, вступившие в состав редакции и не имеющие нужного уровня подготовки для деятельности съемочной группы, обучаются у других участников проекта с более высоким уровнем знаний в специфической сфере (установка света, видеосъемка, монтаж, аудиомонтаж и таргетированная реклама), показывают прогресс в съемке некоторых эпизодов рубрики «Кухня».

По завершении проекта будут произведены видеоролики, способствующие адаптации иностранных студентов, которые в дальнейшем планируется использовать на различных уровнях, продвигая в отечественных и зарубежных университетах. Монетизация контента на платформе YouTube позволит получить средства, которые впоследствии будут вложены в повышение качества съемок видео, а также члены съемочной группы будут иметь возможность выезжать за рубеж с целью продвижения проекта и освещения международных мероприятий.

Безусловно, в последние годы медиа приобретают особую значимость в жизни человека. На данный момент медиа являются не просто средством и способом распространения и получения информации, а также одной из важнейших сфер, обеспечивающей коммуникацию между людьми. По М.М. Бахтину, единство мира обеспечивается диалогом,

который приводит в единство множество единичных центров-сознаний, и мир не распадается на солипсические монады [2, с. 434]. Что касается исследуемого в данной статье понятия «межкультурная коммуникация», то оно характеризуется тем, что во время встречи представители разных культур действуют в соответствии со своими культурными нормами. Проблема межкультурной коммуникации не сводится исключительно к языковой проблеме. Знание языка, на котором говорит представитель другой культуры, необходимо, но недостаточно для адекватного информационного обмена между участниками коммуникационного процесса [7, с. 98]. Изучение различных культур, их особенностей, закономерностей их функционирования и развития обогащает человека, меняет его отношение к миру и другим людям. Одним из способов повышения эффективности международной коммуникации может стать создание студентами медиапроекта, как показывает опыт «Rise_info».

Список литературы

1. Арефьев А.Л.. Русский язык на рубеже XX-XXI веков. [Электронный ресурс]. URL: https://www.civisbook.ru/files/File/russkij_yazyk.pdf (дата обращения: 28.03.2020).
2. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: Худ. лит., 1972. 470 с.
3. Гулевич О.А. Психология коммуникации. М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. 384 с.
4. Мельникова Н.А. Социальная психология. Конспект лекций. М.: 2008. 160 с.
5. Почебут Л.Г. Взаимопонимание культур. Методология и методы этнической и кросс-культурной психологии. Психология межэтнической толерантности: Учебное пособие, 2-е изд. СПб.: Изд-во Санкт-Петерб. ун-та, 2007. 281с.
6. Фрик Т.Б. Основы теории межкультурной коммуникации: учебное пособие; Томский политехнический университет. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. 100 с.
7. Хохлова И.Н. Межкультурная коммуникация. Понятие, уровни, стратегии// Актуальные проблемы филологии: материалы Междунар. науч. конф. (г. Пермь, октябрь 2012 г.). Пермь: Меркурий, 2012. 110 с.
8. Экспорт российских образовательных услуг: Статистический сборник. Выпуск 8 / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. М.: ЦСПиМ, 2018. 536 с.