

Бутенко Олексій Володимирович,
*аспірант навчально-наукового гуманітарного інституту
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
orcid.org/0009-0002-9332-4268
df03300123@tnu.edu.ua*

АНАЛІЗ КОМУНІКАЦІЙНИХ МЕРЕЖ У КУЛЬТУРНИХ КОНТЕКСТАХ

Дослідження та розвиток культурних мереж комунікації стає все більш актуальним у сучасному світі глобалізації та багатокультурності. Однією із ключових ідей описаних напрямів є використання культурних моделей для сприяння міжнаціональній співпраці та розроблення ефективних комунікаційних стратегій. У результаті проведеного аналізу культурних моделей стає можливим розроблення інструментів і впровадження процесів, які підтримують узгодженість і взаєморозуміння між спільнотами різних культур.

У статті розглядається вплив мережевої логіки на сучасну культуру з погляду сучасних технологій і соціальних трансформацій. Аналізується поняття мережі як елементу соціальної морфології та розглядається його роль у контексті культурних мереж і символічних форм. Висвітлюються зміни в суспільних процесах, виробництві, владі та культурі під впливом мережевої логіки.

Також розглянуто підхід аналізу культурної мережі як інструмент для вивчення розподілу ментальних моделей у межах культурної групи та динаміки культури. Зазначається, що цей підхід дозволяє розглядати культуру як мережу ідей і вивчати, як ці ідеї організовані та поширюються. Описано методологію аналізу культурної мережі, спрямованої на виявлення, аналіз і представлення спільних вірувань, цінностей і когнітивних концепцій у культурних групах.

Розглянуто важливість розрізнення між культурними моделями та когнітивними звичаями. Культурні моделі вважаються відображенням знань і уявлень, спільних для окремої культурної групи, тоді як когнітивні звичаї належать до способів мислення й ухвалення рішень, які можуть варіюватися в різних культурах.

Культурні моделі є важливим інструментом для розуміння того, як члени окремих культурних груп сприймають світ навколо себе. Вони включають в себе знання та ментальні уявлення, які розподіляються між членами культурної групи та впливають на їхні рішення та дії.

Патенти, авторське право, товарні знаки та промислові зразки; видання газет, книг і періодичних видань; радіомовлення та кабельне телебачення; мережеві відео та телекомунікації; економіка виробництва знань і освіти – це лише деякі з галузей, практик і видів діяльності, на які має бути скерована увага дослідника комунікаційних мереж у культурних контекстах.

Ключові слова: мережа, культурна мережа, комунікаційна мережа, аналіз комунікаційних мереж.

Butenko Oleksii,
*Postgraduate Student of the Educational and Research
Institute of Humanities
V. I. Vernadsky Taurida National University
orcid.org/0009-0002-9332-4268
df03300123@tnu.edu.ua*

ANALYSIS OF COMMUNICATION NETWORKS IN CULTURAL CONTEXTS

The study and development of cultural communication networks is becoming increasingly relevant in the modern world of globalization and multiculturalism. One of the key ideas of these areas is the use of cultural models to promote international cooperation and develop effective communication strategies. By analyzing cultural models, it becomes possible to develop tools and implement processes that support coherence and mutual understanding between communities of different cultures.

The article examines the impact of network logic on contemporary culture in terms of modern technologies and social transformations. The concept of network as an element of social morphology is analyzed and its role in the context of cultural networks and symbolic forms is considered. Changes in social processes, production, power and culture under the influence of network logic are highlighted.

Also, the approach of cultural network analysis is considered as a tool for studying the distribution of mental models within a cultural group and the dynamics of culture. It is noted that this approach allows us to consider culture as a network of ideas and to study how these ideas are organized and disseminated. The methodology of cultural network analysis aimed at identifying, analyzing and presenting common beliefs, values and cognitive concepts in cultural groups is described.

It also discusses the importance of distinguishing between cultural models and cognitive practices. Cultural models are considered to be a reflection of the knowledge and beliefs shared by a particular cultural group, while cognitive customs refer to ways of thinking and decision-making that may vary across cultures.

Cultural models are an important tool for understanding how members of certain cultural groups perceive the world around them. They include knowledge and mental representations that are shared among members of a cultural group and influence their decisions and actions.

Patents, copyright, trademarks, and industrial designs; newspaper, book, and periodical publishing; broadcasting and cable television; networked video and telecommunications; and the economics of knowledge production and education are just some of the fields, practices, and activities that should be addressed by a researcher of communication networks in cultural contexts.

Key words: network, cultural network, communication network, analysis of communication networks.

Виклад основного матеріалу. Мережа стає частиною соціальної морфології нашого нового суспільства, а поширення мережевої логіки суттєво змінює операції та результати у процесах виробництва, досвіду, влади та культури. Мережева форма соціальної організації доступна в різний час і простір, проте нова парадигма інформаційних технологій надає основний матеріал для її поширення в усю соціальну структуру. Її присутність чи відсутність у мережі та динаміка кожної мережі з іншими є важливим джерелом домінування та змін у нашому суспільстві: суспільство мережі та його наслідки – це нова форма культури, технокультури (Castells, 2007, p. 6).

Мережа – це група точок, які з'єднані. Конкретне визначення точки залежить від конкретної мережі, на яку ми посилаємося. Це може бути фондовий ринок, мережа глобальних фінансових потоків, лабораторія, вулична банда, торгові операції з наркотиками, телевізійна система, акаунт у соціальній мережі тощо.

Мережа – це відкрита структура, яка може розширюватися без обмежень, постійно інтегруючи нові точки, доки вони можуть спілкуватися в мережі. Соціальна структура, заснована на мережі, є відкритою системою, динамічною, схильною до інновацій, без загрози її стабільності. Мережа є інструментом, який відповідає посткапіталістичній економіці, що базується на інноваціях, глобалізації та децентралізації концентрації: для роботи, працівника та компанії, що базуються на гнучкості й адаптивності, для культури з постійним перебудовуванням і демонтажем тощо.

Зміни, які з'єднують мережу (наприклад, потік грошей, що бере на себе медіакорпорація, що впливає на політичний процес), – це специфіка інструменту влади. Злиття культурної еволюції й інформаційних технологій створює нове підґрунтя для дії в соціальній структурі.

Мережа стає частиною соціальної морфології нового суспільства, а поширення мережевої логіки суттєво змінює операції та результати у процесах виробництва, досвіду, влади та культури. Мережева форма соціальної організації доступна в різний час і простір, проте нова парадигма інформаційних технологій надає основний матеріал для її поширення в усю соціальну структуру.

Культурна мережа – це більш-менш обмежена, рекурсивна та цілісна структура взаємопов'язаних символічних значень. Культурні мережі схожі на символічні форми Е. Кассіра, як-от наука, мистецтво, міф і релігія.

Розширюючи критику розуму І. Канта на критику культури, Е. Кассіра розглядає символічні форми як засоби або рамки, у межах яких об'єкти та їхні значення створюються. Оскільки існують різні форми, засоби або рамки, значення об'єкта, розміщеного в такій формі, варіюють відповідно, так що навіть у межах однієї більшої символічної форми, наприклад науки, фізичні об'єкти не є такими ж, як біологічні чи хімічні об'єкти. Неможливо виокремити об'єкт знання, оскільки він може бути визначений тільки через середу конкретної логічної та концептуальної структури. Символічні форми не просто сума їхніх об'єктів і концепцій, а виражають закон, що визначає їхню структуру (Wijayanto, 2023, p. 229).

У тому ж неокантіанському стилі археологія знання М. Фуко досліджує ті історичні апріорі, які становлять культурні коди різних епістем. Ці епістемічні коди та конфігурації становлять історичного спостерігача, вище від будь-яких осіб чи авторів. Культурні коди реляційної схожості та відмінності структурують значення, яких об'єкти дискурсу набувають, і розриви в історії таких кодів змінюють способи, якими світ сприймається та спостерігається.

Ще однією концепцією, подібною до культурних мереж, є ідея «мемплексів» у меметиці, де «мем» – це одиниця культурного значення та практики. Мемплекси – це групи мемів, які об'єднуються для спільної вигоди.

Перспективним інструментом для вивчення розподілу ментальних моделей усередині культурної групи та розуміння динаміки культури є аналіз культурної мережі. Цей підхід дозволяє розглядати культуру як мережу ідей і аналізувати, як ці ідеї організовані та поширюються (Fuchs, 2009, p. 350).

Аналіз культурної мережі – це широкий підхід, спрямований на надання найбільш релевантних когнітивних аспектів культурних груп для впливу на рішення. Аналіз культурної мережі включає набір методологій для виявлення, аналізу та представлення вірувань, цінностей і когнітивних концепцій, що є спільними для членів культурних груп.

Виникнення культурних моделей зумовлено обмеженістю підходів, що ґрунтуються на загальних культурних вимірах, які можуть не враховувати індивідуальні варіації та контекстуальні впливи.

Також важливо розрізнити культурні моделі від когнітивних звичаїв. Культурні моделі відображають знання й уявлення, спільні для окремої культурної групи, тоді як когнітивні звичаї належать до способів мислення й ухвалення рішень, які варіюються в різних культурах.

Культурні моделі надають більш глибоке розуміння специфічних уявлень і знань, що впливають на культурні групи, що допомагає аналізувати їхню поведінку та сприйняття світу. Розуміння поведінки в різних культурах вимагає збору, аналізу та представлення культурних концепцій, вірувань і цінностей, які впливають на рішення в цих культурних групах. Культура в межах аналізу культурних моделей розглядається як сукупність спільних знань.

Епідеміологічний підхід до культури розглядає культуру як розподіл ідей серед населення. Ментальні моделі, які є результатом цього розподілу, можуть стати культурними моделями, які представляють спільні мережі ідей.

Одним із принципів у результаті цього підходу є розвиток гібридних культур у багатонаціональних командах. Ці культури містять спрощені припущення та правила, які дозволяють командам ефективно працювати разом. Наприклад, розподіл ролей між партнерами з різних країн може сприяти узгодженню процесів і ефективному виконанню завдань. Другим принципом є використання культурних моделей для розроблення інструментів оцінки планів і комунікаційних стратегій. Третій принцип передбачає розвиток ситуаційних культурних навчальних програм, які допомагають усвідомлювати неявні цілі та наміри кожної культурної мережі. Це дозволяє покращити комунікацію та взаєморозуміння між представниками різних культур.

Останні дослідження в області культури та когнітивної психології підкреслюють важливість вивчення національних відмінностей у когнітивних процесах, як-от міркування й ухвалення рішень. Наприклад, деякі дослідники показали, що існують відмінності між західними та південно-східноазійськими культурами у способі мислення: деякі культури виявляють більшу схильність до аналітичного та логічного мислення, тоді як інші – до цілісних і діалектичних підходів. Ці відмінності впливають на спосіб, яким люди мислять і вирішують (Emirbayer, 1994, p. 1450).

Дослідження також показують, як знання про культурний зміст впливає на процеси ухвалення рішень. Наприклад, деякі культурні групи можуть мати різні епістемологічні вірування або метазнання, які впливають на їхні когнітивні звичаї та способи мислення. Такі метазнання можуть включати народні теорії про те, як функціонують окремі когнітивні процеси, і впливати на рішення та міркування.

Однак когнітивні процеси, вивчені в лабораторних умовах, можуть не завжди точно відображати ухвалення рішень у реальному житті. Наприклад, знання про зміст у формі епізодичного досвіду та ментальних моделей може мати більший вплив на рішення, ніж загальні когнітивні процеси.

Отже, дослідження культурних і когнітивних відмінностей є важливим напрямом для розуміння того, як люди мислять і вирішують у різних культурах. Однак необхідно більше досліджень для вивчення взаємодії між культурою, когнітивними процесами й ухваленням рішень у різних контекстах.

Один із ключових напрямів аналізу культурних мереж – вивчення областей, для яких існують ментальні моделі, що формують культурні уявлення та звичаї. Зокрема, розглядаються фізична, психологічна та соціальна сфери. У фізичній сфері досліджують ментальні моделі щодо роботи артефактів, як-от термостати, або взаємодії між рослинами та тваринами у природних середовищах. У психологічній та соціальній сферах ментальні моделі стосуються розуміння інших людей, процесів спільного ухвалення рішень, командної роботи й інших аспектів міжособистісних відносин.

Також важливим є застосування аналізу культурної мережі для побудови та представлення культурних моделей. Цей підхід дозволяє виявити ментальні моделі у великих груп населення, проаналізувати спільні елементи між індивідами та консолідувати їх як культурні моделі. Це важливий інструмент для розуміння та візуалізації культурних відмінностей і подібностей.

Загалом, дослідження ментальних моделей і культурних звичаїв є ключовим для розуміння впливу культурних і когнітивних чинників на ухвалення рішень і поведінку людей. Воно допомагає виявити та пояснити різноманітність уявлень і підходів у різних культурах, що є важливим для розвитку міжкультурної толерантності й ефективного міжнародного спілкування.

Зміна теоретичного фокуса дозволяє розширити розуміння культурних взаємодій і сприяє розвитку гібридних культур у багатонаціональному співтоваристві. Гібридні культури містять спрощений набір спільних припущень, правил, очікувань і процедур, що дозволяють багатонаціональним командам ефективно функціонувати.

Нарешті, явне представлення розподілу неявного змісту знань у культурі може слугувати основою для розроблення ситуаційних культурних навчальних програм, що сприяють успішній комунікації та співпраці між різними культурними групами. Ці програми допомагають розвивати здатність виводити наміри та цілі з різних культурних контекстів, що є важливим

для побудови ефективних міжкультурних відносин.

Чітке представлення знань про зміст у культурі може стати основою для створення ефективних стратегічних комунікацій. Моделі знань про культурно спільний контент у якій-небудь сфері можуть використовуватися для визначення того, що робить повідомлення культурно значущими. Аналіз культурної мережі дозволяє робити прогнози щодо ефективності повідомлень, оцінювати потенційні непередбачувані висновки, які можуть зробити люди з визначеною структурою знань.

Спроба ідентифікації культур із високим і низьким контекстом, що здійснювалася Е.Т. Холлом, ґрунтувалася переважно на тлумаченні культурних відмінностей, які спостерігаються в аспекті комунікації. Автор стверджує, що рівень комунікації осіб визначає їхню співпрацездатність і здатність виявляти відмінності, розуміння яких дозволяє будувати відносини та вступати в інтеракції між особами (Riechota, 2017, p. 89). Думки Е.Т. Хола стали відправною точкою для подальших досліджень сутності комунікаційних процесів, які відбуваються в культурно різноманітних середовищах. Г. Гофстеде, ідентифікуючи категорії, що визначають культурні відмінності, характерні для колективістських та індивідуалістських культур, показав, як культурні відмінності впливають на відносини, поведінку й ідентичність особи. Згідно з Г. Гофстеде, відмінності полягають у цінностях, які є непомітними, тоді як ідентичності проявляються у відносинах і поведінці. Вивчаючи важливість культур у функціонуванні структур та інституцій, Г. Гофстеде підкреслив сильніші зв'язки зі значеннями, ніж з відмінностями в ідентичності осіб.

Процеси мережевої комунікації все частіше стають предметом аналізів, що розглядають комунікацію в соціальних мережах як альтернативне джерело формування соціальних уявлень і поведінки, виявляють взаємодії, у які залучені користувачі мережі. Використання соціальних вебсайтів впливає на індивідуалізацію уявлень користувачів. Водночас взаємодії, що відбуваються в мережевій комунікації, зазвичай є нестійкими, тимчасовими та слабшими, ніж ті, що відбуваються в дійсності. Вони також множинні й існують у зв'язку з іншими формами соціального існування.

Потенціал нових медіа полягає в радикальній трансформації відносин між медіа та їхніми споживачами, тобто споживачами контенту. Проте автори стверджують, що нові медіа не призводять до соціальних перетворень, а лише відтворюють структури та процеси реальності. Отже, комунікація в нових медіа не має значного впливу на соціальні зміни, а лише реплікує уявлення та дії, які відбуваються в реальності.

Соціальні дослідження також вказують на різні ефекти використання інтернету, зазвичай

наголошують на ослабленні відносин у реальному світі внаслідок часу, проведеного у віртуальній реальності. Однак усе частіше доводиться, що віртуальні контакти доповнюють відносини, що існують у реальному світі. Якщо неможливо підтримувати особисті відносини з людьми в реальному житті, такі контакти зазвичай продовжуються в інтернеті. Рівень активності на основі взаємодії зростає з інтенсивністю використання нових медіа – участь у дискусійних групах, онлайн-чатах і колективних іграх.

Список використаних джерел:

1. Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International journal of communication*, 1 (1), 29.
2. Emirbayer, M., & Goodwin, J. (1994). Network analysis, culture, and the problem of agency. *American journal of sociology*, 99 (6), 1411–1454.
3. Fuchs, S. (2009). The behavior of cultural networks. *Soziale Systeme*, 15 (2), 345–366.
4. Piechota, G. (2017). Cultural Differences in Network Communication-Analysis on the Basis of Communication Behaviour in a High-Context and Low-Context Culture. *Journal of Media Critiques*, 3 (11), 87–95.
5. Wijayanto, E. (2023). Technoculture as a Culture Revolution in Network Society. *Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities, Arts and Humanities Stream (AHS-APRISH 2019)*, 227–238.

References:

1. Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International journal of communication*, 1 (1), 29.
2. Emirbayer, M., & Goodwin, J. (1994). Network analysis, culture, and the problem of agency. *American journal of sociology*, 99 (6), 1411–1454.
3. Fuchs, S. (2009). The behavior of cultural networks. *Soziale Systeme*, 15 (2), 345–366.
4. Piechota, G. (2017). Cultural Differences in Network Communication-Analysis on the Basis of Communication Behaviour in a High-Context and Low-Context Culture. *Journal of Media Critiques*, 3 (11), 87–95.
5. Wijayanto, E. (2023). Technoculture as a Culture Revolution in Network Society. *Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities, Arts and Humanities Stream (AHS-APRISH 2019)*, 227–238.