



This is an open access article distributed under  
the Creative Commons Attribution 4.0  
International (CC BY 4.0)

© 2019 г. **М. М. Симонова**  
г. Москва, Россия

© 2019 г. **Т. А. Левченкова**  
г. Москва, Россия

© 2019 г. **С. А. Бутырина**  
г. Москва, Россия

### КОММУНИКАТИВНЫЙ ХАРАКТЕР КУЛЬТУРЫ В ЕЕ РАЗВИТИИ

**Аннотация:** Феномен культуры более всего интересен тем, что пронизывает абсолютно все проявления личности и весь образ жизни общества не только горизонтально, но и вертикально — во времени, проявляя характер метакоммуникации, несущей в жизнь то, чему научились или освоили в опыте прошлые поколения, в том числе совсем далекие, а не только ближайšie. Хотя на поверхности дело выглядит таким образом, что новое поколение вторгается в жизнь всегда революционно, отвергая культуру отцов, но на самом деле коммуникация, как вечный двигатель, восстанавливает многое из того, что даже, может быть, и очень хотелось бы забыть. В статье рассматриваются основные особенности современной культуры как эффективного коммуникатора. Сделан вывод, что культура, носителями которой являются люди, обладающие интеллектом, формируется в процессе их объективного объединения и сплочения. Культурная коммуникация осуществляется не только открытой передачей информации и через диалог, но также путем действия в соответствии с той культурной информацией, которая давно или недавно «ушла в тень», но обладает способностью влиять на самосознание и саморефлексию современного человека

**Ключевые слова:** культура, метакоммуникация, культурная глобализация, культурные модели, искусство, виды коммуникации.

#### **Информация об авторах:**

Маргарита Михайловна Симонова — кандидат социологических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ленинградский просп., д. 49, 125993 г. Москва, Россия. E-mail: m7230486@yandex.ru

Татьяна Анатольевна Левченкова — кандидат философских наук, доцент, Юридический институт, Российский университет транспорта, ул. Образцова, д. 9, стр. 4, 127994 г. Москва, Россия. E-mail: tatlev@yandex.ru

Станислава Альбиновна Бутырина — кандидат философских наук, доцент, Московский государственный институт индустрии туризма им. Ю. А. Сенкевича, Кронштадтский б-р, д. 43А, 125499 г. Москва, Россия. E-mail: s6354986@yandex.ru

*Дата поступления статьи:* 19.03.2018

*Дата публикации:* 28.03.2019

*Для цитирования:* Симонова М. М., Левченкова Т. А., Бутырина С. А. Коммуникативный характер культуры в ее развитии // Вестник славянских культур. 2019. Т. 51. С. 65–74.

Культура — это нравственный, духовный и материальный результат человеческой деятельности на протяжении всей ее истории. Человеческая культура создается коллективизмом, коммуникацией и корпоративизмом людей. Эти базовые основания культуры на практике реализуются в форме коммуникативных организаций, общественных объединений и сообществ. Они формируют социальную ткань социума путем соединения усилий сопричастности, ответственности, взаимной зависимости человека от человека. Человек обладает двумя фундаментальными свойствами: умением накапливать знания и способностью к общению (коммуникации).

Термин «культура» трактуется по-разному в зависимости от целей научной дисциплины или социально-исторического контекста, что весьма затрудняет понимание ее содержания, общественной и личной значимости сознанием обыденным, сознанием обучающихся и обучающихся, а также сознанием управленческим.

С конца XIX до середины XX в. ученые предложили более 200 неповторяющихся определений культуры. Культурологические подходы в обществознании определяют культуру через такие термины, как ценности, установки, знания, нормы, интересы, привычки, верования, убеждения. В обыденной практике чаще всего под культурой подразумевают интеллектуальные, музыкальные, художественные и литературные достижения общества — все то, что принято называть «высокой культурой».

Многие ученые трактуют культуру как «всестороннюю дескрипцию» (терминология Клиффорда Гирца), с помощью которой можно описать все стороны жизни общества: не только ценности, но и практики, символы, институты и взаимоотношения между людьми [8, с. 11]. «Понятие “культура”, — пишет Энтони Гидденс, — можно отделить от понятия “общество”, но между этими концепциями существует чрезвычайно тесная связь. “Культура” имеет отношение к образу жизни членов данного общества — их привычкам и обычаям, а также к материальным благам, которые они производят. “Общество” подразумевает систему взаимоотношений, связывающую индивидов, принадлежащих к одной культуре. Ни одна культура не может существовать без общества, но также и ни одно общество не может существовать без культуры» [5, с. 44]. В конкретных научных исследованиях понятие «культура» всегда уточняется и часто сужается, чтобы быть реально «охваченным» данным анализом [11; 12].

Термин «культура», когда он употребляется в научных исследованиях, как подчеркивал известный культуролог Р. Линтон, не включает в себя никакой оценки, свойственной обыденному, повседневному употреблению, он касается не только тех областей, которые общество объявляет важными и желательными, но и образа жизни всякого общества как такового [9, с. 161]. Вот его краткое, но коммуникативно нагруженное определение культуры: «Культура — это конфигурация усвоенного поведения и его результатов, составные элементы которой разделяются и передаются членами данного общества» [9, с. 163]. Инстинктивное поведение, по мнению Р. Линтона, никогда не считалось составной частью культуры. Человек усваивает культурные модели общества практическим (в опыте, иногда носящем стихийный характер) или специальным обучением, а также наблюдая, как другие члены общества следуют им. Кант

говорил о культуре как о явлении, в котором человек овладевает умениями и знаниями, позволяющими достигать поставленных целей [6, т. 5, с. 462]. Такая трактовка культуры наиболее конструктивна, особенно в контексте акцентированности в формуле «усвоенное поведение» на фактор наученности. К примеру, в большой и глубокой статье в «Вопросах философии» известный кинокритик Кирилл Разлогов делит культуру на «подлинную» (классическую и экспериментальную) и «неподлинную» (псевдокультуру, масс-культуру) [14, с. 31]. Вместе с тем эта самая «неподлинная» культура часто становится господствующей, что сегодня является уже современной мировой нормой. Проблема в том, что «массовой культуры много, а культуры (в смысле наученности вопреки инстинкту) мало» [4, с. 204].

Важно также отметить и такое определение: культура — это «жизненный и творческий опыт индивида, совокупность артефактов, текстов и предметов, включает в себя специализированные и профессиональные дискурсы об искусстве, материализованную продукцию культурной индустрии, спонтанные и неорганизованные выражения культуры в повседневной жизни и, конечно, сложные взаимодействия между всеми перечисленными компонентами» [15, с. 388].

Необходимо обратить внимание на термин «артефакт». «Артефакт, обозначающий элементарную единицу культуры, позволяет проанализировать, как люди замышляют, создают и используют различные искусственные объекты, какими главными (технологическими, утилитарными и культурно-трансляционными) характеристиками они обладают и, наконец, как они пользуются артефактами, какой культурный смысл вкладывают в них и как трансформируется этот смысл в процессе социокультурного функционирования артефактов» [7, с. 65].

В процессе использования культурных артефактов важное место занимает дискурс. Дискурс — это упорядоченное письменное и речевое сообщение. Согласно Канту, опосредованное через понятие «дискурс» сознание находится в оппозиции к интуитивному, непосредственному сознанию так же, как рассуждение противостоит созерцанию [13, с. 222]. Переосмысление сознанием, переосмысление интерпретацией — это, можно сказать, внутренняя коммуникация индивида, идущая «извне-внутри» из наблюдения, ощущения, восприятия действительности, но есть еще подсознание, а ему присущ автоматизм повторения идущих из глубины культуры импульсов, часто не осознаваемых.

Представления о множественной пронизанности культурных процессов нитями коммуникации присущи всем исследованиям в области культуры.

Культура — коммуникатор, равного которому нет. Не нужно особых усилий, чтобы люди одной культурной идентичности поняли друг друга почти без слов — в результате работы прямых и косвенных символических сигналов [1, с. 62]. В работе «Communication as culture» Д. Карей пишет: «Основная ориентация в понимании коммуникации, глубоко укорененная в нашем мышлении, есть идея трансмиссии: культура — это процесс передачи и распространения в пространстве сообщений под контролем людей» [17, р. 15]. Коммуникация осуществляется на двух уровнях: коммуникативном и метакоммуникативном. Коммуникативный — передача информации, побуждающей к активному действию, к взаимодействию. Непосредственная и опосредованная, идущая из источников информации разных времен, вербальная и невербальная, она отличается конкретностью воздействия. Метакоммуникативный уровень — это не открытая передача информации и не диалог, а действие и взаимодействие в соответствии с той информацией, которая давно или недавно «ушла в тень», но владеет спо-

способностью обнажать глубинные пласты самосознания и саморефлексии. Это особый язык коммуникации и коммуникативная практика самоконструирования посредством наличной и вековой культуры, с которой общество остается связанным в определенном пространстве миллионами нитей. Проводимые исследования в части развития культуры разных народов подтверждают данные выводы [8; 9; 16].

Так, известный американский ученый Самюэль Хантингтон начал предисловие к сборнику статей под названием «Культура имеет значение» такими словами:

Просматривая в начале 1990-х годов экономическую статистику Ганы и Южной Кореи тридцатилетней давности, я был поражен сходством показателей этих стран. Они были близки по распределению валового национального продукта на душу населения, имели похожую отраслевую структуру экономики и жили в основном за счет сырьевого экспорта (хотя Южная Корея уже тогда начала вывозить готовую продукцию). Объемы экономической помощи, оказываемой обеим странам, тоже были примерно равными. Через три десятилетия Южная Корея превратилась в индустриального гиганта. В Гане же, где доход на душу населения составлял лишь одну пятнадцатую южнокорейского, не наблюдалось ничего похожего. Каким образом можно объяснить столь резкие перепады в развитии? Несомненно, здесь сыграли свою роль многие факторы, но, как мне представляется, прежде всего, дело объяснялось культурными различиями. Южнокорейцы ценили бережливость, умелое вкладывание денег, образование, организацию и дисциплину. У жителей Ганы были другие ценности. Иначе говоря, культуры — это серьезно [8, с. 9].

Естественно, серьезно, и, по-видимому, именно при понимании культуры как «всесторонней дескрипции» (по К. Гирцу) и как образа жизни всякого общества как такового, а не только тех областей, которые общество полагает важными и желательными» (по Р. Линтону), можно делать прогнозы будущего развития той или иной страны. Многие ученые считают, что прежде всего культура, а не политика определяют успешность развития общества. Но в то же время политика может преобразовывать культуру и защищать ее от самой себя, если в ней силен отрицательный заряд.

Иллюстрацией метакоммуникативной силы культуры могут служить интересные рассуждения венгерского культуролога Яноша Ковача. Наступление посткоммунистического периода в Венгрии сначала воспринималось как пустота, оставшаяся после советской цивилизации, создававшая все условия для проникновения иностранных культур и шанс для оживления собственной культуры. Но со временем, говорит Я. Ковач, «моя вера в постсоветский вакуум постепенно увяла», потому как «на якобы пустом листе посткоммунистической культуры осталось ужасающее количество надписей — надписей, которые чрезвычайно трудно стереть» [8, с. 159]. Автор нашел такой термин для передачи сущности «культурных оседаний» — надписи. В нем культура проявляется как априорная коммуникация, как метакоммуникация.

Мы чаще всего склонны воспринимать культуру как нечто современное, сегодняшнее. На самом деле ее коммуникативное поле все переплетено нитями, уходящими почти в древность. Культура «всплывает» из глубин жизненного опыта разноцветьем своих проявлений. И потому она метакоммуникативна. Религия — наглядный пример тому. Не зря многие аналитики усматривают начало радикального расхождения путей и способов общественного развития европейских стран с оформлением в рамках христианства протестантизма как нового типа культуры.

Макс Вебер и Роберт Мертон отмечали особую заслугу культуры протестантизма в общественном развитии. Роберт Мертон отстаивал тезис о прямой зависимости между протестантизмом и подъемом современной науки. По Веберу, протестантизм сформировал иного человека — рационального, аккуратного, трудолюбивого. На За-

паде протестантизм выработал и санкционировал такую этику повседневной жизни, которая обуславливала деловой успех. Названные добродетели были не новы, но ранее они не встречались на каждом шагу. Это объединило в своих рядах людей, которые давали оценку друг другу именно в соответствии с этими добродетелями. Два фактора были особо значимы для протестантизма — грамотность, которая росла с каждым новым поколением и выработка привычки к сбережению времени. Кроме того, в культуре протестантизма всегда преобладала уверенность, что Бог помогает только тем, кто сам себе способен помочь, а избавление от греха — является делом личной ответственности человека. Католическая же, англиканская и православная церкви, в отличие от протестантов, более терпимы к человеческим недостаткам. Они акцентируют свое внимание на изначальной слабости человека и его незащитности перед грехом и потому его нужду в прощающем попечении церкви [8; 10].

Феномен культуры интересен тем, что пронизывает абсолютно все проявления жизнедеятельности личности и весь образ жизни общества не только по горизонтали, но и по вертикали (во времени), проявляя характер метакоммуникации, несущей в жизнь то, что не ощущается и не осознается, то, чему научились или освоили в опыте не только ближайшие, но и все предшествующие поколения. Хотя на поверхности дело выглядит таким образом, что новое поколение вторгается в жизнь всегда революционно, отвергая культуру отцов, но на самом деле коммуникация, как вечный двигатель, восстанавливает многое из того, что, может быть, и очень хотелось бы забыть. Следует заметить, что, если бы революционного нового не было совсем, человечество не продвигалось бы вперед в техническом и технологическом развитии.

Современная культура характеризуется системностью и взаимной зависимостью образования, науки, идеологии, экономики, политики, энергетики, информативности, межнациональными и межконфессиональными отношениями, иными словами, отношениями между людьми во всех сферах человеческой жизни.

Настоящее время принесло и совсем новые мощные сдвиги в динамике культуры. И прежде всего это формирование информационного типа культуры, а далее изменения предлагает культурная глобализация. Изучение этой темы ведется многими исследователями. Например, в монографии «Глобальные трансформации» американские ученые Д. Хелд, Д. Гольдблатт, Э. Макгрю, Д. Перратон отмечают, что культурная глобализация имеет глубокие исторические корни в виде трансрегиональных и трансквицивизационных культурных потоков и институтов. А относительно современного вызова культурной глобализации предлагают следующую градацию взаимодействия культур: гомогенизация, гибридизация, безразличие. До появления телекоммуникаций все коммуникации были связаны со способами передвижения, так как ни один человек, книга, знак или идея не могли двигаться независимо от людей и лошадей, кораблей или повозок, которые их перевозили. Хотя индивиды были важными носителями культурных навыков, возможности коммуникации для них были ограничены личным присутствием. С возникновением телекоммуникаций передача культуры через артефакты уменьшилась, так как бестелесные знаки — в виде электрических сигналов — распространяются в пространстве и времени почти мгновенно [15, с. 389].

По поводу культурной глобализации идут такие же споры, как о глобализации вообще, но со специфическим культурным оттенком. Некоторые исследователи видят в ней предвестника формирования мирового гражданского общества, начала эры всеобщей демократизации, гордятся своим участием в «догоняющей революции» (термин, введенный Юргеном Хабермасом) и тем, что они тем самым «глобализированы в ка-

питализм». Охваченные манией растворения в других культурах, принимают комиксы, мюзиклы за высокую культуру, огромные лимузины — за признак приверженности к техническому прогрессу. Интенсивное вхождение в культурную глобализацию объясняют безотчетным порывом регионов, особенно тех, которые отказались от коммунистической идеологии.

У сторонников и противников благотворности влияния современной культурной глобализации присутствует тенденция либо преувеличения, либо недооценки масштабов и значительности данного процесса. Истина в определенной мере прояснится при содержательном рассмотрении относительно определенных ответов на вызов реально зарождающейся культурной глобализации по формуле: принятие, отрицание (сопротивление), сосуществование (синтез).

Факт принятия культурной глобализации существует во многом объективно, независимо от самых разных субъективных оценок и связан с реальным приходом таких достижений, как создание серьезных глобальных инфраструктур поистине мирового масштаба, которые делают возможным транснациональное движение культурных феноменов, позволяя уменьшить стоимости пользования ими, увеличения коммуникаций в культурном бизнесе и глобальном распространении, развитие индустрии массового туризма.

Сопrotивления процессу культурной глобализации есть всюду, и здесь значение имеет не само действие, а его форма. Распространение глобальных воздействий приводит, как правило, не к угасанию, а, напротив, к возрождению местных культурных форм. Любое социальное пространство имеет тенденцию к расширению, глобализации, что ведет к стиранию культурных кодов, слому стереотипов. Но в социуме идет и противоположный процесс возведения культурных барьеров, объединения диаспор, защиты семантического кода своей культуры, фрагментации социума на группы интересов [2, с. 7]. Замкнутость и самодостаточность локальной культуры, как пишет В. Миронов, проявляется в ее противопоставлении (иногда достаточно жестком) иным культурам. «Каждая из культур вырабатывала в себе мощнейший каркас, некий “иммунитет” к другой культуре, не пропускающий чуждые элементы и влияния» [11, с. 5]. Есть и прямой протест, например, выступления по всему миру различных объединений антиглобалистов.

В целом, надо признать: массивный импорт чужой культуры встречает слабое сопротивление более всего по той причине, что в национальном народном духе живет подспудная уверенность, что обязательно произойдет специфическая метаморфоза в культуре пришедших «захватчиков» — им все равно придется приспособливаться к местным культурам. И, хотя умный захватчик не будет раздражать местное население слишком чуждыми идеологиями, он будет его завоевывать, завлекать преимущественно потреблением и увеселением, но все равно столкнется с тем, что называется культурной метакоммуникацией.

Управлять культурной глобализацией пытаются в разных странах по-разному. Так, в ЮАР провозгласили «африканский ренессанс», хотя содержание данного понятия остается до конца неясным. Такие страны, как Испания, Турция и др., демонстрируют своеобразный синтез культур. В Испании ширится движение, которое занимает весьма благожелательную позицию по отношению к современному глобальному культурному процессу, одновременно сохраняя консервативные тенденции в области богословия и морали. В Турции формируется общество, которое экономически и политически без всякого сопротивления участвует в глобализации, но при этом сохраняет

преданность постулатам исламской культуры. В Азии возникает примерно такое же видение альтернативной исламской современности [3, с. 18].

Культурное разнообразие мира не принимает гомогенизацию в виде повсеместного торжества, насыщенности американской культурой. И по миру распространяются культурные влияния и из других стран. Большинство государств сознательно или неосознанно сопротивляются простому копированию и воспроизводству иностранной культуры, задумываются о своей способности к контрэмиссии, т. е. к распространению своей культурной продукции по всему миру. В этой связи утверждается формула: не сопротивление, а конкуренция. То есть нужно создавать конкурентоспособный отечественный культурный продукт, да так, чтобы он выигрывал не только в собственной стране в конкуренции с иностранным, но и мог быть востребован за ее пределами. Наиболее приемлемой по отношению к культурной глобализации формулой ответа должна быть конкуренция. Не стоит тратить все силы на обличение «культурного империализма», не стоит также полностью копировать и воспроизводить иностранные культуры, нужно создавать свои культурные продукты. Какое-то время казалось, что «нападение» импортной культуры на Россию было столь мощным и удачливым, что никакой возможности сопротивляться этому не существует.

Можно выделить два фактора, которые если не положили конец, то по крайней мере поставили заграждение пораженческим настроениям и в массовой культуре, и в той, что принято считать «высокой». Первый фактор — метакоммуникация, которая весьма сильно характеризует культуру как своеобразный феномен. Проиллюстрируем на примере кинопродукции. Кинокритик Кирилл Разлогов убедительно описал трансформацию отечественного кинопроизводства за последние годы, взяв за основу телефильмы. Сначала телеэкран бросился в пучину вестернизации, но постепенно обнаружился парадокс. Оказалось, что наибольшей популярностью пользуются отечественные произведения минувших советских лет. «Старое» и черно-белое кино оказалось вполне конкурентоспособным.

Рыночное сознание стало вторым фактором. В сложившихся условиях нетрудно было понять нашему кинопроизводственному, в том числе актерскому, сообществу, что они никому не нужны на Западе, а на прокате вестернов мало кому удастся что-то заработать. Они были вынуждены создавать свою конкурентоспособную продукцию. Если советское кино сумело противостоять западному (в основном американскому) засилью, значит, и российское в состоянии противостоять. Отечественную культуру предстояло заново осознать и принять. В настоящее время можно сказать, что отечественные фильмы завоевывают российский телеэкран и начинают завоевывать прокат в опустевших было кинотеатрах.

Таким образом, можно сделать вывод, что необходимо серьезно изучать историю культуры, мировую и отечественную, начиная со школы, имея при этом в виду ее метакоммуникативный характер. А культурную глобализацию нужно воспринимать как возможность приобщения к передовым коммуникативным, цивилизационным, социальным и другим культурным технологиям, используя право выбора и стараясь самим быть на высоте, благодаря внутренним рыночным интенсификаторам. Сегодня непременно должно быть понято, что современный тип культуры информационный и что культура относится к области «интенсивной коммуникации» такой глубины, которая не всегда осознается или ощущается и познание этого процесса послужит развитию общего уровня культуры в стране.

Состояние культуры проявляется также в способности индивида соотносить себя и сравнивать себя с другими людьми, что представляет собой качественную определенность состояния современной коммуникации. Культура, являясь путеводной нитью жизни, поскольку она шире официального образования и непосредственно осуществляемой в данном времени коммуникации, не может оставаться нереализованной в любом образовании и в любых видах коммуникации.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Ахиезер А. С., Шуровский М. А. От диалога к диалогизации (в свете концепции В. Библера) // Вопросы философии. 2005. № 3. С. 58–71.
- 2 Башаратьян М. К. Коммуникативистика. М.: Русская энциклопедия, 2002. 264 с.
- 3 Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995. 323 с.
- 4 Ветров К. В. Средства массовой информации постсоветской России. М.: Книга и бизнес, 2004. 304 с.
- 5 Гидденс Э. Социология. М.: Эдиториал УРСС. 1999. 703 с.
- 6 Кант И. Соч.: в 6 т. М.: Мысль, 1964. Т. 2. 611 с. М.: Мысль, 1966. Т. 5. 564 с.
- 7 Кочеткова А., Карчевский Л., Гитлинг М. Человек — культура — организация: междисциплинарный подход. М.: Динтер, 2005. 275 с.
- 8 Культура имеет значение / под ред. Л. Харрисона, С. Хантингтона. М.: Изд-во МШПИ, 2002. 315 с.
- 9 Линтон Р. Понятие культуры // Личность, культура, общество. 2004. Т. 2. Вып. 4. С. 160–177.
- 10 Липсет С. М., Ленц Г. С. Коррупция, культура и рынки // Культура имеет значение. М.: Изд-во МШПИ, 2002. С. 149–168.
- 11 Миронов В. Современное коммуникационное пространство как фактор трансформации культуры и философии // Вестник высшей школы. 2005. № 4. С. 3–12.
- 12 Никитина И. Язык, художественная культура и проблемы образования в России // Вестник высшей школы. 2005. № 7. С. 20–23.
- 13 Новейший философский словарь. М.: Изд. В. М. Скакун, 1998. 896 с.
- 14 Разлогов К. Э. Экран как мясорубка культурного дискурса // Вопросы философии. 2002. № 8. С. 24–41.
- 15 Хелд Д., Гольдблатт Д., Макгрю Э. и др. Глобальные трансформации. Политика, экономика, культура. М.: Праксис, 2004. 576 с.
- 16 Гумилев Л. Этногенез и биосфера Земли. М.: Эксимо, 2007. 399 с.
- 17 Carey J. W. Communication as culture. Boston: Unwin Human, 1992. 302 p.



\*\*\*

© 2019. Margarita M. Simonova  
Moscow, Russia

© 2019. Tatyana A. Levchenkova  
Moscow, Russia

© 2019. Stanislava A. Butyrina  
Moscow, Russia

## COMMUNICATIVE CHARACTER OF CULTURE IN ITS DEVELOPMENT

**Abstract:** The article is to consider communicative nature of culture. The most intriguing aspect of the phenomenon of culture is that it permeates absolutely all manifestations of personality and the whole way of societal life not only horizontally but also vertically — in time, displaying the character of metacommunication, which brings to life what the past generations, including the most distant ones, learned or mastered through experience. Although on the surface the matter may look like a new generation always intrudes into life in a revolutionary way, rejecting the culture of the fathers, in fact communication as a perpetual motion engine restores much of what, perhaps, is really desirable to forget. The paper focuses on the main features of modern culture as an effective communicator and reveals its communicative potential. It is concluded that a culture whose carriers are intelligent people is formed in the process of their objective unification and consolidation. Besides cultural communication is carried out not only by open transfer of information or through dialogue, but also by acting in accordance with the cultural information that has long or recently “faded”, but keeps ability to influence self-consciousness and self-reflection of modern man.

**Keywords:** culture, metacommunication, cultural globalization, cultural models, art, types of communication.

### **Information about authors:**

Margarita M. Simonova — PhD in Sociology, Associate Professor, The Financial University under the Government of the Russian Federation, Leningradsky Ave. 49, 125993 Moscow, Russia. E-mail: m7230486@yandex.ru

Tatyana A. Levchenkova — PhD in Philosophy, Associate Professor, The Law Institute, Russian University of Transport, Obraztsova St. 9, 4 building, 127994 Moscow, Russia. E-mail: tatlev@yandex.ru

Stanislava A. Butyrina — PhD in Philosophy, Associate Professor, Y. A. Senkevich Moscow State Institute for Tourism Industry, Kronstadt Blvd 43-a, 125499 Moscow, Russia. E-mail: s6354986@yandex.ru

**Received:** March 19, 2018

**Date of publication:** March 28, 2019

**For citation:** Simonova M. M., Levchenkova T. A., Butyrina S. A. Communicative character of culture in its development. *Vestnik slavianskikh kul'tur*, 2019, vol. 51, pp. 65–74. (In Russian)

REFERENCES

- 1 Akhiezer A. S., Shurovskii M. A. Ot dialoga k dialogizatsii (v svete kontseptsii V. Biblera) [From dialogue towards dialogization (in the light of V. Bibler's conception)]. *Voprosy filosofii*, 2005, no 3, pp. 58–71. (In Russian)
- 2 Basharat'ian M. K. *Kommunikativistika* [Communicativistics]. Moscow, Russkaia entsiklopediia Publ., 2002. 264 p. (In Russian)
- 3 Berger P., Lukman T. *Sotsial'noe konstruirovaniie real'nosti* [Social construction of reality]. Moscow, Medium Publ., 1995. 323 p. (In Russian)
- 4 Vetrov K. V. *Sredstva massovoi informatsii postsovetskoi Rossii* [Mass media of post-Soviet Russia]. Moscow, Kniga i biznes Publ., 2004. 304 p. (In Russian)
- 5 Giddens E. *Sotsiologiia* [Sociology]. Moscow, Editorial URSS Publ. 1999. 703 p. (In Russian)
- 6 Kant I. *Sochineniia: v 6 t.* [Works: in 6 vols.]. Moscow, Mysl' Publ., 1964. Vol. 2. 611 p. Moscow, Mysl' Publ., 1966. Vol. 5. 564 p. (In Russian)
- 7 Kochetkova A., Karchevskii L., Gitling M. *Chelovek — kul'tura — organizatsiia: mezhdistsiplinarnyi podkhod* [Human — culture — organization: interdisciplinary approach]. Moscow, Dinter Publ., 2005. 275 p. (In Russian)
- 8 *Kul'tura imeet znachenie* [Culture matters], edited by L. Harrison, S. Hantington. Moscow, Izdatel'stvo MShPI Publ., 2002. 315 p. (In Russian)
- 9 Linton R. Poniatie kul'tury [The concept of culture]. *Lichnost', kul'tura, obshchestvo*, 2004, vol. 2, ed. 4, pp. 160–177. (In Russian)
- 10 Lipset S. M., Lents G. S. Korruptsiia, kul'tura i rynki [Corruption, culture and markets]. *Kul'tura imeet znachenie* [Culture matters]. Moscow, Izdatel'stvo MShPI Publ., 2002, pp. 149–168. (In Russian)
- 11 Mironov V. Sovremennoe kommunikatsionnoe prostranstvo kak faktor transformatsii kul'tury i filosofii [Modern communication space as a factor of cultural and philosophical transformation]. *Vestnik vysshei shkoly*, 2005, no 4, pp. 3–12. (In Russian)
- 12 Nikitina I. Iazyk, khudozhestvennaia kul'tura i problemy obrazovaniia v Rossii [Language, art culture and problems of education in Russia]. *Vestnik vysshei shkoly*, 2005, no 7, pp. 20–23. (In Russian)
- 13 *Noveishii filosofskii slovar'* [New philosophical dictionary]. Moscow, V. M. Skakun Publ., 1998. 896 p. (In Russian)
- 14 Razlogov K. E. Ekran kak miasorubka kul'turnogo diskursa [The screen as a meat grinder of cultural discourse]. *Voprosy filosofii*, 2002, no 8, pp. 24–41. (In Russian)
- 15 Kheld D., Gol'dblatt D., Makgriu E. i dr. *Global'nye transformatsii. Politika, ekonomika, kul'tura* [Global transformations. Politics, economics, culture]. Moscow, Praksis Publ., 2004. 576 p. (In Russian)
- 16 Gumilev L. *Etnogenez i biosfera Zemli* [Ethnogenesis and the biosphere of the Earth]. Moscow, Jeksmo Publ., 2007. 399 p. (In Russian)
- 17 Carey J. W. *Communication as culture*. Boston, Unwin Human Publ., 1992. 302 p. (In English)