

samples of pupils of boarding schools and secondary schools. The results of the study indicate that adolescents in both groups dominated by socially-assigned perfectionism, which determines the emergence of dissociated species experiences feelings of loneliness.

The collected data served as the basis for developing a program of correction of the negative effects of perfectionism and feelings of loneliness in adolescents. The training program involves the use of role plays, exercises, mini lectures, projective techniques, techniques of art therapy, which focus on the development of personal adaptive capacity, the formation of communicative skills, self-esteem, teenagers responsibility for their own life choices.

Key words: *perfectionism, loneliness, adolescence, teenagers, types of perfectionism, psychological correction.*

Матеріал надійшов до редакції: 14.05.2015

УДК 159.9:316.6

ЛЮТА Л.П.

КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ВИНИКНЕННЯ НОВИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОСТОРІВ В УМОВАХ МІСТА ТА МЕГАПОЛІСУ

У статті проаналізовано особливості сучасного способу життя у великих містах. Визначено зміст поняття коворкінг та його місце в структурі організації праці. Виявлено ряд чинників, які впливають на виникнення коворкінг просторів: зміна структури зайнятості, розширення переліку «вільних професій», особливість міського способу життя, прагнення до міжособистісної комунікації, розвиток інформаційних технологій.

Теоретичним підґрунтям для пояснення феномену коворкінгу в сучасному мегаполісі запропоновано співвідношення понять суспільство і спільнота у Ф.Тьонніса. Досліджено рівень інституціалізації феномену коворкінгу. Представлено результати всевітнього опитування щодо перспектив розвитку коворкінг-просторів.

Ключові слова: *спосіб життя, фріланс, коворкінг, спільнота, процес інституціалізації, потреба у спілкуванні.*

Актуальність проблеми. Від середини 90-х років ХХ ст. відбувається розвиток інформаційних технологій, який спричинив індивідуалізацію потреб населення, замкненість і відокремленість проживання. Люди почали втрачати можливість реального, живого спілкування. Комп'ютерні технології та соціальні мережі не можуть змінити того, що людина – соціальна істота. Сучасний спосіб життя не задовольняє потребу людей у спілкуванні, а навпаки – поглиблює почуття самотності. Як результат, більшою мірою

відчувається потреба особистої уваги до себе. Наявність такого прагнення підтверджує популярність коворкінгових просторів. Сучасні маркетингові технології продають не просто товар чи послугу, вони продають взаємини. Товар чи послуга має бути індивідуалізованою, заспокоювати клієнта, спілкуватися з ним, бути другом і довіреною особою. Зміна способу життя відбулася в системі життєвих пріоритетів. Прагнення самовдосконалення, професійної реалізації, самонавчання стали набагато ціннішими, ніж просто людські взаємини. Потреба у живому спілкуванні переросла в абсолютно нові форми комунікації.

Коворкінг у повному сенсі слова не можна назвати ні роботою, ні спілкуванням. Історично організація виробництва в будь-якій сфері вимагала наявності робочих місць. Мали бути місця окремо для виконання виробничих функцій, і для спілкування і міжособистісної комунікації. В 50-ті роки ХХ ст. в США Ф.Тейлор, з метою підвищення продуктивності праці, організував робочий простір без можливості особистої комунікації. З часом виникла сфера послуг, яка не вимагала безпосереднього виробництва товарів, що змінило форму організації праці. З розвитком комп'ютерних технологій, взагалі відпала необхідність безпосередньо ходити на роботу. Однак для працівників, такий спосіб роботи був пов'язаний з переживанням почуття самотності. В багатьох економічно благополучних країнах Європи, які мають такі проблеми, в рамках професійної діяльності, надається можливість для неформальної комунікації та спілкування.

Мета нашого дослідження проаналізувати чинники виникнення нових комунікативних просторів (на прикладі коворкінгів) в умовах мегаполісу.

Аналіз досліджень та публікацій з даної теми. Артюхін Я.Н. пропонує розглядати коворкінг як акмеологічне середовище. Російські вчені Балай В.І. та Чистякова О.В. аналізують його, як простір для спільної роботи, як перспективний напрямок розвитку економіки та підприємництва. Полтавская М. акцентує увагу на тому, що коворкінгові спільноти мають вплив на інституціалізацію соціальних відносин. Єлізаров А.В. виокремлює коворкінг, як нову можливість для працівників ЗМІ. Серед західних авторів, які займаються проблематикою коворкінгу можна виокремити Дрю Джонса, Ханет-Хатчінса, Клея Спінуззі, Аніл К. Гупта.

Виклад основного матеріалу. Теоретичним підґрунтям для пояснення феномену коворкінгу в сучасному мегаполісі є поняття суспільство і спільнота у Ф.Тьонніса. Соціальність від розглядав як взаємодію воль, в процесі якої відбувається їх взаємне утвердження. Якщо відношення, яке виникає є органічним можна говорити про спільноту. Воля індивідів в спільноті може бути розумною, але не раціональною: головну роль відіграють емоційні

контакти. На протигагу спільноті для суспільства характерний «механічний» зв'язок, відносини побудовані на раціональному розрахунку. В у суспільстві панує цілераціональна - «вибіркова» воля [2, С.477]. У реальності в чистому вигляді ці ідеальні типи не зустрічаються. Розвиток рухається від спільноті до суспільства. Однак, чим більш формалізованими та позбавленими емоційності стають взаємовідносини у соціумі, тим більше індивіди прагнуть реалізувати власну індивідуальність у спільноті.

Сучасні міста та мегаполіси досягли максимальної «раціональності» та знеособленості. Зворотною реакцією індивіда є прагнення не бути лише гвинтиком у системі. Поява нових комунікативних просторів, як коворкінг, антикафе, соціальний театр і т.д. є відповіддю на процеси формалізації у соціумі.

За своєю суттю коворкінг можна вважати спільнотою. Енциклопедичний соціологічний словник подає таке визначення. «Спільнота соціальна – відносно стійка сукупність людей, що відрізняються більш або менш однаковими рисами умов і способу життя, масової свідомості, у тій чи іншій мірі спільністю соціальних норм, ціннісних систем і інтересів» [2, С.480]. Спільноти різних видів і типів – це форми спільної життєдіяльності, форми людського співжиття. Сукупність людей стає спільною тільки тоді, коли вони можуть усвідомлювати цю однаковість умов, проявити своє відношення до них. В процесі спілкування напрацьовується чітке розуміння того хто є «свій», а хто «чужий», різниця між «ми» і «вони». Саме за такими принципами функціонує коворкінг.

Вікіпедія подає таке визначення ково□кінгу (англ. *Coworking — спільно працювати*) — це модель роботи, що полягає в тому, що замість того, щоб працювати вдома, люди (часто фрілансери) винаймають спільне приміщення, залишаючись незалежними і вільними, але не відчуваючи при цьому недоліку в спілкуванні, працюючи разом, ділячись ідеями і допомагаючи один одному [3] . У широкому розумінні цей термін прийнято вживати на означення окремого простору для спільної роботи. Ідея коворкінгу поєднує у собі принципи «Open source», фрілансу та аутсорсингу.

Учасники «Open source» відкривають у вільний доступ коди своїх програм, так само учасники коворкінгового простору діляться своїм досвідом та ідеями у процесі спілкування. Спільним з аутсорсингом, є те, що це місце, територіально об'єднує безліч «вільних художників», в основному призначене для створення спільноти та відповідної робочої атмосфери.

Сьогодні коворкінг є вигідним варіантом для тих, хто налагоджує свій бізнес в нових містах та немає змоги винаймати окремий офіс. Сучасні простори для спільної роботи обладнанні необхідною офісною технікою, високошвидкісним Інтернетом та всіма умовами для комфортної співпраці. Кожен учасник платить лише за свій час

перебування. Впроваджується гнучка система знижок та абонементів для постійних відвідувачів. Такий спосіб організації роботи допомагає: зустрітися фахівцям різних сфер діяльності, знайти роботу, збільшити прибутки, розширити контакти та контингент клієнтів. Це нова форма робочих відносин для тих, хто хоче працювати на себе, але не хоче закриватися вдома, для тих кому потрібно суспільство та спілкування. Можна скласти перелік фріланс професій, які цікавляться коворкінгом: мандрівники, дизайнери, програмісти, рекламисти, перекладачі, підприємці, працівники ЗМІ.

Спочатку ідея спільно працювати виникла у колах фрілансерів. Модель «вільної роботи», без жорсткого контролю з боку замовника, із постійним пошуком замовлень і відповідальністю за свою продуктивність, кар'єру і т.д. Загальний офіс не обмежує людей у свободі, але при цьому пошук замовників, генерація ідей та згуртування відбувається швидше.

Ідеологом цього руху можна назвати програміста Бреда Ньюберга. Перед ним постав вибір, або залежний офісний працівник, або незалежний фрілансер. Він хотів знайти щось середнє між цими двома крайнощами. Так виникла ідея «третього місця». Орендуючи велике офісне приміщення, він запропонував його в суборенду таким самим «вільним художникам» як і сам. Таку нову схему робочого процесу, де в одному приміщенні паралельно працюють фрілансери та стартап (start up) команди, він назвав коворкінгом.

Проте, ще у 1999 році у хакерських співтовариствах, існував простір схожий за своєю сутністю на сьогоденний коворкінг. Наприкінці 90-х Браян Де Ковен об'єднував та координував однодумців з допомогою комп'ютера. У 2002 році у Відні відкрився перший громадський центр для підприємців. І лише у 2005 році Б.Ньюберг у Лондоні відкрив перший заклад, де в офіційній назві фігурував коворкінг. Одночасно з Лондоном відкрилося 40 франчайзингів по всьому світу. Перший креативний робочий простір мав чіткий графік роботи [4]. З додаткових послуг пропонували: велосипедні прогулянки, загальна обідня перерва, медитації. В Берліні учасники подібних спільнот отримали назву «цифрова богема».

З 2007 року проводяться конференції по всьому світу щодо проблематики спільних робочих просторів. Географія наукового обговорення цього процесу розширюється. Спочатку це були Європа та Північна Америка, а з 2012 року Японія, Азія, Австралія. У 2008 році була зареєстрована Коворкінг Віза, яка надавала можливість пільгового, і навіть безкоштовного користування послугами, незалежно від територіального перебування постійним членам спільноти [4].

З 2010 року щорічно проводяться всесвітні опитування серед користувачів коворкінг послуг. Наведемо найбільш цікаві результати. Кожен другий простір знаходиться на території Північної Америки (США, Канада). Лідером на душу населення поки, що

лишається Європа. Ця тенденція свідчить про те, що потреба у спілкуванні у більшій мірі виражена у індивідуалістських країнах США та Європи.

Більшість прихильників такого способу роботи серед молоді у віці 25-39 років. Середній вік користувача 34 роки. Автори дослідження пов'язують це з тим, що молодь сьогодні переважно прагне жити у місті та мегаполісі. Відповідно населення міст є більш молодим по своєму віковому складу. Першим робочим місцем для багатьох молодих людей був коворкінг. У квітні 2013 року 110 000 осіб працювали у 2500 коворкінгах по всьому світу. Особливо цікавим є той факт, що з 2012 року цей показник виріс на 83%, тобто 4,5 коворкінга відкривалися по світу щомісяця. На 2010 рік у світі існувало лише 600 таких робочих спільнот [7].

За статевою ознакою 2/3 користувачів є чоловіки і лише третина жінки. Це пов'язано з тим, що «вільні професії», більш популярні серед чоловіків. Досвід роботи в офісі є більш рутинним та важким для чоловіків. 54% постійних відвідувачів – це фрілансери, лише 20% - підприємці [5]. Серед фрілансерів більшість творчих особистостей та працівників ЗМІ. Однак подібне опитування серед російських користувачів виявило таку ж залежність між статтю, але абсолютно протилежну ситуацію щодо професії, переважно це фахівці технічного та інформаційного спрямування.

У світі 15% креативних робочих просторів знаходиться у маленьких містах, інші у мегаполісі. В Росії та Україні коворкінги функціонують на рівні обласних центрів. Кількість відкритих нових місць невпинно зростає, але виживає не більше 10% [1, С.109]. Зафіксована чітка залежність між розміром самого заходу та кількістю постійних учасників. Чим менше простір, тим більше постійних клієнтів.

Згідно з результатами всесвітнього опитування, 60 % зауважили, що вони не збираються полишати коворкінг простір, 18% відсотків збираються зробити це через рік, а 14% через 3 місяці [5]. Однак, опитування вітчизняних та російських власників зауважують, що існує досить невеликий відсоток постійних клієнтів. Чим швидше вдається сформувати базу постійних клієнтів, тим більше шансів утриматися на ринку.

В Тель-Авіві та Парижі ініціаторами створення коворкінгів були місцеві муніципалітети. Переважна більшість все-таки створюється за ініціативою самих учасників. Попит на вільні робочі місця поки лишається високим. Сама ситуація на ринку праці диктує моду на коворкінг, все більше професій та спеціальностей не вимагають стаціонарного робочого місця. Власники вважають цей бізнес досить прибутковим.

Дослідження проведене наприкінці 2013 року було спрямоване на виявлення перспектив розвитку. 90% опитаних вважають,

що коворкінг буде розвиватися на рахунок збільшення кількості учасників; 85% роблять ставку на збільшення прибутку, 81% думає, що відчуття спільності є визначальним у тенденції розвитку; 72% зазначили, що збільшення кількості подій допоможе утриматися на ринку [6]. Вплив такого вагомого фактору, як почуття спільності, дає можливість підкреслити психологічну складову в сучасних бізнес процесах, як в Україні так і в світі. Перераховані фактори вказують на те як будуть виглядати коворкінги в майбутньому. По-перше, за рахунок неймовірної популярності буде збільшуватися їх кількість; по-друге, організація простору буде сприяти розвитку почуття спільності; по-третє, збільшення кількості подій буде сприяти збільшення постійних клієнтів; по-четверте, все це разом взяте, допоможе збільшити прибутковість цього бізнесу.

Порівнюючи історію створення коворкінгів у різних країнах, ми можемо зазначити, що в Європі та Північній Америці, це переважно спільнота міських громадян. Їх об'єднує спільність інтересів, проживання та потреба у спілкуванні.

В Росії в більшій мірі актуалізувалася розважальна складова. Однак, сама ідея коворкінгу знайшла максимальне розповсюдження в антикафе. Спочатку відвідування антикафе, було під лозунгом «плати скільки можеш». Однак, це виявилось не прибутково. Зараз кожен відвідувач платить лише за проведений час. У вартість входить час, кава, печиво, WI-FI. Досить часто організуються зустрічі з відомими особистостями, мандрівниками. У вихідні дні резиденти (постійні відвідувачі) антикафе за символічну платню можуть послухати молодих музикантів. Максимально цінним в таких співтовариствах є щирі взаємовідносини. Подібні заклади майже не мають постійного штату працівників. Бажаючим відвідувати антикафе безкоштовно, пропонують «1 година волонтерства – 2 шастя». Інколи антикафе називають «дитячий садок для дорослих». Там є багато настільних ігор, іграшок. Кожен має можливість зайняти себе сам та провести час змістовно.

В Україні склалася своя історія утворення коворкінгових просторів. Часто це є перепрофільовані приміщення, які раніше здавалися для проведення тренінг-семинарів, конференцій і т.д. В процесі опитування власників 5 найвідоміших коворкінгів у Києві, виявилось, що два з них є нові, а три просто вимушені були трансформуватися. Враховуючи складне економічне становище власники використовували всі способи, щоб заробити. Однак у цих закладах панує творча, невимушена атмосфера.

Досить важко спрогнозувати перспективи розвитку популярності креативних робочих просторів в Україні. В Європі ініціативні групи використовували приміщення старих заводів та фабрик, але це було їх власне бажання. Існує два можливих шляхи розвитку, або звертатися у вже існуючий коворкінг, де вартість місячної платні для сучас-

ної української молоді лишається зависокою, або самостійно організовувати та творити власний простір в якому будуть виникати свіжі ідеї, які втіляться у нові проекти в колі однодумців. Досить часто такий спосіб організації використовують представники іноземних компаній, які тільки виходять на український ринок, або молоді стартап (start up) команди. Якщо бізнес виявляється прибутковим, вони переходять на більш формальний рівень і орендують власний офіс.

Результати дослідження свідчать про високий рівень інституціалізації феномену коворкінгу. Передумовою виникнення соціального інституту є стійка соціальна потреба. В ситуації з коворкінгом це потреба у спілкуванні, яка виникла у зв'язку зі зміною способу життя і появою «вільних професій». Вона може бути задоволена тільки в процесі взаємодії. Соціальні інститути мають надіндивідуальний характер з притаманними тільки їм системними якостями. Передусім, це система цінностей, норм, ідеалів, обмежень, а також зразків поведінки. На наступному етапі процесу інституціалізації відбувається виокремлення способу задоволення потреби та його фіксація у нормах і правилах поведінки. Коворкінги мають свої чіткі правила та норми поведінки. Якщо учасники їх дотримуються виникають локальні спільноти. Якщо соціальна ситуація повторюється, у нас формується звичка діяти певним чином. Інституціалізація з'являється там, де існує типізація узвичаєних дій. На завершальному етапі інституціалізації відбувається організаційне оформлення. Соціальний інститут вимагає постійного відтворення усталеного способу дії. Для цього утворюються спеціальні організації й розпочинається підготовка фахових кадрів. Про це свідчить регулярне проведення міжнародних конференцій, наявність коворкінг візи, серії Інтернет видань та постійний науковий інтерес до цієї проблематики.

Висновки. В процесі спілкування з власниками та згідно з результатами дослідження, ми дійшли таких висновків.

1. Чинниками виникнення коворкінг просторів, ми можемо назвати: зміну структури зайнятості, розширення переліку «вільних професій», особливості міського способу життя, прагнення до міжособистісної комунікації, розвиток інформаційних технологій.

2. Світовий коворкінговий простір має досить високий рівень інституціалізації. Сучасний спосіб організації життя та розвиток інформаційних технологій не дають в повній мірі задовольнити потребу в спілкуванні. Неймовірна популярність коворкінг-спільнот у західному суспільстві є реакцією на відсутність живого спілкування. В Україні цей рух тільки починає інституційно оформлюватися.

2. За своєю сутністю коворкінги є класичним прикладом спільноти. Постійні учасники мають спільний спосіб життя, погляди, світогляд та є носіями спільної системи цінностей та норм.

3. Управління коворкінг-спільнотою вимагає фахових психологічних знань. Оскільки певна кількість людей різних спеціальностей, певний час працює на одній території, нові учасники мають сприймати існуючу систему цінностей. Якщо вони не можуть цього зробити, вони вимушені її полишити. Чим швидше формується загальна система цінностей, тим швидше утворюється коворкінг-спільнота. Чим швидше утворюється коворкінг-спільнота, тим більше вона має шансів вижити та утриматися на ринку.

4. Багато хто з фрілансерів мають проблеми з самоконтролем та самомотивацією, робота в коворкінг-просторі є для них стимулюючою.

5. Кожен коворкінг є абсолютно унікальним. На оригінальність впливає ряд факторів: географічні особливості; умови щодо розвитку бізнесу та малого підприємництва; особливості способу життя; професії, які входять до переліку фрілансу; особиста ініціативність та підтримка місцевої влади.

Перспективними напрямками подальших досліджень може бути пошук способів популяризації українських коворкінг-просторів або використання їх на певних етапах реалізації проектів. Такий спосіб організації праці зарекомендував себе як досить ефективний та стимулюючий.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Полтавська М. Институционализация новых форм социального взаимодействия: пространство коворкинга // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Сер. 7, Фисос. – 2014. - №3 (23). – С.107-114.
2. Энциклопедический социологический словарь. Общая редакция акад. РАН Осипова Г.В. – Москва. – 1995. – С. 477-480.
3. Вікіпедія: Коворкінг. - <http://uk.wikipedia.org/wiki/Коворкінг>.
4. History of Coworking. - http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/156192/The-History-Of-Coworking-Presented-By-Deskmag/#vars!date=2003-11-30_02:40:20!
5. The 1st Global Coworking Survey. - <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.
6. The 4th Global Coworking Survey Started. - <http://www.deskmag.com/en/the-coworking-market-report-forecast-2014>.
7. 4.5 New Coworking Spaces Per Work Day. - <http://www.deskmag.com/en/2500-coworking-spaces-4-5-per-day-741>

REFERENCES

1. Poltav's'kaja M. Institucionalizacija novyh form social'nogo vzaimodejstvija: prostranstvo kovorkinga // Vestnik Volgogradskogo gos.un-ta. Ser.7, Fisos. – 2014. - №3 (23). – S.107-114.
2. Jenciklopedicheskij sociologicheskij slovar'. Obshhaja redakcija akad. RAN Osipova G.V. – Moskva. – 1995. – S. 477-480.
3. Vikipedija: Kovorking. - <http://uk.wikipedia.org/wiki/Kovorking>.

4. History of Coworking. - http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/156192/The-History-Of-Coworking-Presented-By-Deskmag/#vars!date=2003-11-30_02:40:20!
5. The 1st Global Coworking Survey. - <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.
6. The 4th Global Coworking Survey Started. - <http://www.deskmag.com/en/the-coworking-market-report-forecast-2014>.
7. 4.5 New Coworking Spaces Per Work Day. - <http://www.deskmag.com/en/2500-coworking-spaces-4-5-per-day-741>

УДК 159.9:316.6

ЛЮТА Л. П.

КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ НОВЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРОСТРАНСТВ В УСЛОВИЯХ ГОРОДА И МЕГАПОЛИСА

В статье проанализированы особенности современного образа жизни в крупных городах. Определено содержание понятия коворкинг и его место в структуре организации труда. Выявлен ряд факторов, которые влияют на возникновение коворкинг пространств: изменение структуры занятости, расширение перечня «свободных профессий», особенность городского образа жизни, стремление к межличностной коммуникации, развитие информационных технологий.

Теоретическим основанием для объяснения феномена коворкинга в современном мегаполисе предложено соотношение понятий общество и сообщество в Ф.Тенниса. Исследован уровень институционализации феномена коворкинга. Представлены результаты всемирного опроса о перспективах развития коворкинг-пространств.

Ключевые слова: *способ жизни, фриланс, коворкинг, сообщество, процесс институционализации, потребность в общении.*

UDC 159.9:316.6

L. P. LYUTA

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL FACTORS OF NEW COMMUNICATION SPACES IN A CITY AND METROPOLIS

The article analyzes the features of the modern lifestyle in big cities. The content co-working concept and its place in the structure work organization has been indicated. A number of factors that influence appearance of co-working spaces have been revealed: changes in the structure of employment, expanding the list of freelancers, a peculiarity of urban life, desire for interpersonal communication, development of information technology.

Contradiction between community and society by F.Tonnies was the theoretical basis for the explanation of the co-working phenomenon in the modern metropolis. In community relationship is natural and emotional contact plays the main role. In society relationship is built on rational calculation and has “mechanical” link.

The level of institutionalization of the co-working phenomenon has been researched. Background of the social institution is stable social need. Regarding co-working this is a need to communicate, which arose due to changes in lifestyle and the advent of freelancer. A need of communication can be satisfied only in the alive interaction.

It is emphasized that modern life does not satisfy the people's needs to communicate, and vice versa it deepens loneliness. Nowadays people feel the need for more personal attention. Existence of such a desire proves popularity of co-working spaces. The results of a worldwide survey on the prospects of co-working spaces have been introduced.

Key words: *lifestyle, freelance, co-working, the community, the process of institutionalization, the need for communication.*

Матеріал надійшов до редакції: 14.05.2015

УДК 159.9:316.7 (075.8)

МАКСИМОВ М. В.

КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В УМОВАХ МЕГАПОЛІСУ

Стаття присвячена вивченню проблеми міжкультурної комунікації в умовах мегаполісу. Місто, особливо мегаполіс, існує як простір взаємодії різних соціальних і культурних груп, в якому реалізуються інтереси представників цих груп, тому важливим системоутворюючим елементом сучасної цивілізації виступає міжкультурна комунікація. З'ясовано, що конфлікт при міжкультурному спілкуванні без спеціальної підготовки комунікантів неминучий, оскільки учасники інтеракції не можуть послати або прийняти сигнали однозначним чином, як вони звикли це робити при внутрикультурних ситуаціях. Це пов'язано з тим, що сенс будь-якого прецедентного висловлювання в міжкультурному спілкуванні не в його лексичному значенні, а в прагматичному наповненні і посиланні.

Ключові слова: *міжкультурна комунікація, мегаполіс, глобалізація, особистість, етнос, конфлікти, соціальна група, інформатизація.*

Постановка наукової проблеми. Місто, особливо мегаполіс, існує як простір взаємодії різних соціальних і культурних груп, в якому реалізуються інтереси представників цих груп.

У контексті глобалізації важливою проблемою стає визнання іншої культури. Через пізнання себе відбувається виникнення смислів своєї позиції, пізнання своєї неповторності, унікальності. В рамках такого пізнання концептуалізується уявлення про іншу культуру. Уявлення про інші етноси і їх культуру - органічна складова національної самосвідомості, – тому важливим системоутворюючим елементом сучасної цивілізації виступає міжкультурна комунікація.