

ВНУТРІШНЬООРГАНІЗАЦІЙНІ ЦІННОСТІ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ

ЧАЙКА, ІРИНА¹
ЦОКУР, ЄВГЕН²
КРАВЧЕНКО, РОМАН³

Анотація

Стаття присвячена соціально-філософському аналізу проблеми забезпечення ефективного міжкультурного діалогу в транснаціональних корпораціях (ТНК). Метою дослідження є соціально-філософська рефлексія проблеми міжкультурної комунікації в транснаціональних економічних організаціях, і обґрунтування необхідності сприйняття та інтеріоризації співробітниками таких організацій системи внутрішньоорганізаційних цінностей, як чинника, що визначає ефективність таких комунікацій. В цьому дослідженні використано мультипарадигмальний методологічний підхід. Завдяки історико-логічному підходу вдалося простежити еволюцію процесу міжкультурних комунікацій: від асиметричних комунікацій у доінформаційну епоху до мережових комунікацій у постіндустріальних суспільствах. Звернення до герменевтичного аналізу ідей Г. Ріккєрта дозволило обґрунтувати досяжність смислової цілісності в процесі міжкультурних комунікацій. Філософська інтерпретація соціально-комунікативної методології дозволила проаналізувати діалогічний і монологічний типи соціально-комунікаційних процесів, і осмислити зміст цього процесу як смислову цілісність. В процесі дослідження встановлено, що умовою ефективного функціонування ТНК є наявність ефективної діалогічної міжкультурної комунікації, що передбачає невикривлену передачу смислу повідомлень. Досягнення цієї мети є можливим завдяки формуванню внутрішньоорганізаційної системи цінностей. Концептуальне осмислення і розробка внутрішньоорганізаційної системи цінностей передбачає раціональне формування керівництвом ТНК переліку значимих фундаментальних переконань та принципів, які визначають, як організація діє, приймає рішення та взаємодіє з навколишнім світом. Завдяки використанню сучасних управлінських технологій, первинно «штучні» внутрішньоорганізаційні цінності трансформуються в особистісні цінності, яких співробітник організації дотримується, реалізуючи свої посадові обов'язки і виконуючи свою професійну роль. Отже, функціонування сучасної організації, яка є частиною економічних процесів, і орієнтована на отримання прибутку, сьогодні відбувається в умовах з високим рівнем невизначеності. Суттєвим при цьому є вплив міжнародних факторів зовнішнього середовища.

Ключові слова: міжкультурні комунікації, зовнішнє середовище, внутрішньоорганізаційні цінності, інтеркультурна філософія, транснаціональна корпорація, вербальна комунікація, невербальна комунікація.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Функціонування сучасної організації, яка є частиною економічних процесів, і орієнтована на отримання прибутку, сьогодні відбувається в умовах з високим рівнем невизначеності. Зовнішнє середовище, у якому функціонує такий економічний суб'єкт, незалежно від того, де територіально він перебуває, може справляти на нього непередбачуваний вплив, що визначає нелінійність розвитку організації, реалізацію його за

синергетичними принципами. Серед найбільш суттєвих факторів зовнішнього середовища, що впливають на життєдіяльність економічної організації, теоретики сучасного менеджменту М. Х. Мескон та М. Альберт називають економічні, ринкові, політичні, соціальні, технологічні, конкурентні і міжнародні. Міжнародні фактори зовнішнього середовища впливають на існування всіх без винятку економічних акторів у сучасному світі, навіть, якщо вони працюють на локальних ринках і у надзвичайно вузьких споживацьких сегментах, оскільки сучасні економічні процеси характеризуються як глобальні, мережові, а національні економіки зближуються внаслідок процесів інтернаціоналізації.

Найбільший вплив міжнародні фактори зовнішнього середовища справляють на діяльність транснаціональних економічних суб'єктів, оскільки цей вплив визначає не лише особливості

¹ Запорізький національний університет (Запоріжжя, Україна)
E-mail: Thecokur2004@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2315-7724>

² Запорізький національний університет (Запоріжжя, Україна)
E-mail: Thecokur2004@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7605-0114>

³ Запорізький національний університет (Запоріжжя, Україна)
E-mail: kravchenko_rv@znu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-5306-5974>

перебігу взаємодій таких організацій із зовнішнім середовищем, але й детермінує специфіку внутрішньоорганізаційних процесів, зокрема, одного з найважливіших з них – комунікаційного.

Соціально-комунікаційні процеси у сучасному світі утворюють надзвичайно складноорганізовану систему, найвищим рівнем якої є міжкультурні комунікації, що є умовою здійснення політичної, економічної, соціальної взаємодії між представниками різних суспільств, залучених до глобальних процесів, в тому числі економічних.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких представлено вирішення даної проблеми і на які спираються автори. Еволюція суспільствознавчої і соціально-філософської рефлексії, що створила умови для аналізу проблеми міжкультурних комунікацій, відбувалася у роботах Д. Белла, Е. Тоффлера під час їхніх досліджень проблем постіндустріального та інформаційного суспільства, Ю. Габермаса, який розглядав комунікацію як особливий онтологічний об'єкт, Н. Лумана (в рамках його концепції суспільства як мережі комунікацій), Л. Вітгінштейна (коли аналізується вплив соціокультурних чинників на процес комунікації).

Проте сам концепт «міжкультурні комунікації» було окреслено у 1970-х рр. XX ст. Є. Холлом і Д. Трагером у їхньому дослідженні «Культура як комунікація» (Hall, Trager, 1954), в якому автори обґрунтували чіткі кореляції між культурою і комунікацією. Деяко більш конкретне розуміння «міжкультурної комунікації» надано у роботі Л. Самовара і Р. Портера «Комунікація між культурами», вперше опублікованої у 1970 р. (Samovar, Porter, 1991). Дискурсивний підхід до проблеми міжкультурної комунікації запропонували Р. Сколлон і С. Сколлон (Scollon, Scollon, 1995), розглянувши міжкультурну комунікацію в контексті мовленнєвих практик і культур. Дж. Мьордок розвинув кроскультурний підхід, в рамках якого обстоюється взаємна толерантність всіх етнічних менталітетів та їхніх мовленнєвих систем. Теоретики інтеркультурної філософії (Р. Молл, Ф. Віммер, Г. Кіммерле, Р. Форнет-Бетанкур) інтерпретують феномен комунікації як спілкування з «іншим», використовуючи герменевтичний підхід, задля взаємодії з «іншим», говорячи про необхідність тлумачення текстів і мовленнєвих структур. Крослінгвістичний підхід зосереджується на дослідженні перспектив поглиблення гуманітарного обміну між різними націями, що сприяє їхньому самовираженню завдяки взаєм-

ному впливу мов і культур в умовах полікультурного світу. Важливим є вплив діалогічного підходу у дослідженні міжкультурних комунікацій. Зокрема, варто згадати роботи В. Біблера, який наголошує на формуванні нового спільного соціуму культури – особливої соціальності, форми вільного спілкування людей у силовому полі культури (Біблер, 2018). Філософська рефлексія культурного діалогу відбувається в проблематології. М. Мейер (засновник цього підходу) говорить, що діалогічність мислення людини корелює з ідеєю проблематичності знання, а розв'язання такої проблематичності можливе завдяки дослідженню єдностей, що ґрунтуються на питаннях і відповідях на них, що є породженням сучасної культури (Демерієва, 1992).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується дана стаття. Наявність теоретичного підґрунтя дослідження процесів міжкультурних комунікацій створює можливості для соціально-філософського аналізу окремого виміру міжкультурних комунікацій, що відбуваються у транснаціональних корпораціях, і пошуку підстав, що визначатимуть ефективність таких комунікацій. Одним із суттєвих чинників оптимізації такого комунікаційного процесу може бути наявність в організації сприйнятої та інтеріоризованої всіма її членами системи внутрішньоорганізаційних цінностей.

Методологія дослідження. Соціально-філософський аналіз організаційних та управлінських феноменів, який здійснено у цьому дослідженні, передбачає використання мультипарадигмального методологічного підходу. Зокрема, завдяки історико-логічному підходу вдалося простежити еволюцію процесу міжкультурних комунікацій: від асиметричних комунікацій у доінформаційну епоху до мережевих комунікацій у постіндустріальних суспільствах. Звернення до герменевтичного аналізу ідей Г. Ріккєрта дозволило обґрунтувати досяжність смислової цілісності в процесі міжкультурних комунікацій. Філософська інтерпретація соціально-комунікативної методології дозволила проаналізувати діалогічний і монологічний типи соціально-комунікаційних процесів, і осмислити зміст цього процесу як смислову цілісність.

Об'єктом дослідження є міжкультурні комунікації як феномен буття у інформаційному суспільстві.

Предметом дослідження є внутрішньоорганізаційні цінності як фактор оптимізації між-

культурного комунікаційного процесу в сучасних транснаціональних економічних організаціях.

Метою дослідження є соціально-філософська рефлексія проблеми міжкультурної комунікації в транснаціональних економічних організаціях, і обґрунтування необхідності сприйняття та інтеріоризації співробітниками таких організацій системи внутрішньоорганізаційних цінностей, як чинника, що визначає ефективність таких комунікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Зважаючи на те, що проблема міжкультурних комунікацій почала ґрунтовно і предметно досліджуватися у філософії, суспільствознавстві, лінгвістиці і футурології лише у другій половині ХХ ст., не можна не замислитися над питанням: чи формування цього феномену іманентне глобалізаційним процесам, чи має свої витоки на більш ранніх етапах розвитку людства.

Варто згадати, що комунікації в процесі реалізації міжнародних відносин протягом всієї історії людського суспільства характеризувалися переважно як кризові та конфліктні, ґрунтовані на маніпуляційному підході. Все тому, що суб'єкти таких комунікативних взаємодій прагнули переважно реалізовувати власні геополітичні амбіції чи інтереси союзів, які виникали ситуативно. Політичні міжнародні відносини, суб'єктами яких виступали представники державно-управлінського рівня політичної підсистеми суспільств, визначали можливість і детерминували особливості функціонування всіх інших рівнів міжнародних відносин, в тому числі економічних.

На цьому історичному етапі міжнародні комунікації могли включати систему паралельних комунікацій, коли учасники однієї і тієї самої комунікативної ситуації не мали узгодженого уявлення щодо власного статусу і статусу співрозмовника, не мали згоди щодо інтерпретації ситуації комунікації, її змісту і смислового контексту.

Глобалізаційні процеси ХХ-ХХІ ст. визначили зростання кількості суб'єктів комунікації між суспільствами, а, отже, між культурами, у геометричній прогресії. Змінюється і структура міжкультурних комунікацій, які у сучасному світі ґрунтуються на мережевому принципі: вертикальні ієрархічні зв'язки, що обумовлюють офіційні комунікації всередині окремої держави, чи між окремими державами, доповнюються, а чимдалі більше заміщуються горизонтальними зв'язками, якими поєднуються схожі соці-

альні групи у різних країнах, утворюючи новий тип комунікаційних мереж. Мережевим взаємодіям властивий в значній мірі прагматизм, вони достатньо просто виникають і руйнуються, персональний склад їхніх учасників є варіабельним, тому іноді нівелюється значення індивідуальних культурних чинників (національних, релігійних, тощо). Як відзначає С. Лем, настає новий етап пошуку нових стандартів мислення, управління, регулювання соціальних відносин, який пов'язаний з певним адаптаційним періодом, коли людина вимушена абстрагуватися від змісту ритуалів, заповідей, норм поведінки (Лем, с. 176).

Суттєве й те, що завдяки варіативності мережевої структури учасники мереж можуть одночасно бути залучені до безлічі таких утворень. Відбувається збільшення значимості для особистості участі у різних мережах порівняно із долученістю до традиційних соціальних інститутів.

Тому сьогодні міжкультурні комунікації є складною, багатовимірною системою, що включає комунікаційну взаємодію між індивідами, групами, організаціями, чи соціальними утвореннями більш високого рівня складності.

В якості однієї з категорій таких суб'єктів міжкультурних комунікацій можемо розглядати транснаціональні корпорації (ТНК), як особливі економічні суб'єкти, які, за визначенням Організації Об'єднаних Націй, є підприємствами, що мають у власності або контролюють виробництво товарів чи послуг за межами країни, в якій вони базуються. Транснаціональні корпорації являють собою багатогалузеві компанії, діяльність яких надзвичайно диверсифікована. Зокрема, в США на сьогодні функціонує близько 500 великих ТНК, кожна з яких працює щонайменше в 11 галузях, а найпотужніші орієнтовані на 30-50 галузей. У Європі: з 100 провідних ТНК Великої Британії – 96 багатогалузеві, для Італії цей показник складає 90, для Франції – 84, для Німеччини – 78 (Сорока, с. 35). В цілому, у світі за даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку, близько 78 тис. транснаціональних корпорацій включають 777 тис. зарубіжних підрозділів.

Отже, зважаючи на величезний масив ТНК, що функціонують у світовій економіці, їхню інкорпорованість у переважну більшість галузей виробництва та послуг, реалізацію їхньої економічної діяльності у всіх країнах світу, очевидним, стає потреба у досягненні цілісності організаційних процесів в таких складних системах, що забезпечується завдяки спільній діяльності співробітни-

ків ТНК, які, однак, є носіями дуже різних культур. Тому постає проблема забезпечення ефективного міжкультурного діалогу в такій системі.

Ефективність міжкультурних комунікацій пов'язана з дією певних чинників, які мають як суб'єктивний, так і об'єктивний характер.

Вплив об'єктивних чинників визначає форму комунікаційного повідомлення. Йдеться про особливості передавання інформації в комунікаційному процесі, зокрема, про вербальні та невербальні форми подання інформації.

Вербальний вимір передавання змісту повідомлення в процесі комунікації передбачає наявність у суб'єктів комунікації здатності спілкуватися однією мовою, на такому рівні, щоб уникати втрати смислової цілісності повідомлення, яка може бути пов'язана з втратою чи утворенням надлишкових смислів.

Тому, задля забезпечення ефективної комунікації в транснаціональній корпорації важливе значення має наявність у співробітників, що співпрацюють із своїми колегами в інших країнах, високого рівня знання мови, яка, або є державною мовою тієї країни, в якій ТНК зареєстрована, або англійською мовою, як традиційною мовою бізнес-комунікації.

Необхідно не забувати і про невербальний контекст комунікаційного процесу. Невербальні комунікаційні засоби включають власне невербальні засоби комунікації (міміка, жести, погляди, дистанція і використання простору, одяг, запахи, тощо) і не мовленнєві засоби (інтонація, тембр голосу, швидкість мовлення). Як зазначає Т. Анохіна, спектр невербальних кодів досить широкий, оскільки він охоплює такі реакції як такесичну (плескання, потиск руки, поцілунок, доторкання); проксемічну (використання просторових, локальних чинників), просодичну (різні характеристики голосу, фізіологічні паузи); кінетичну (мова тіла, манера вдягатися, зачісуватися, грюкання дверима, поскрипування); психофізіологічну (плач, сміх, зітхання, кашель, зміна кольору обличчя) та мовчання (Анохіна, с. 6).

Спеціалісти з теорії комунікації вважають, що під час спілкування більш ніж 90 відсотків інформації передається за допомогою немовних засобів: манери триматись, міміки, рухів тіла тощо (Спіжова, с. 69). Наразі описано і витлумачено близько тисячі несловесних знаків і сигналів. Під час міжкультурного спілкування семантика жестів стає особливо значущою. Система невербальних знаків відрізняється за значен-

ням у представників різних етнічних груп. Такі обставини можуть бути джерелом непорозумінь. Наприклад, для багатьох етнокультур характерним є кивання головою на знак згоди. У болгар цей знак набуває протилежного значення. У японців – вказує на те, що співрозмовник уважно слухає (Почепцов, с. 154).

Таким чином, важливою частиною міжкультурних комунікацій у ТНК має бути зосередженість на вербальному компоненті спілкування, аж до надлишкового використання вербальних засобів. Мається на увазі, використання уточнень, на кшталт: «Я зрозумів вашу думку так, чи саме це ви мали на увазі?».

Вплив суб'єктивних чинників починається під час творення змісту комунікаційного процесу. У традиційній схемі комунікаційного процесу є суб'єкти: адресант та адресат, між якими відбувається обмін повідомленнями, які передаються завдяки наявності комунікативного каналу. Кожне таке повідомлення може бути розглянуте як текст. Коли ми говоримо про повідомлення як текст, який у лінгвістиці інтерпретується як смислова цілісність, то, аналізуючи обмін текстами між учасниками комунікаційного процесу, варто акцентувати на необхідності збереження цієї смислової цілісності. Мається на увазі, що адресат повинен інтеріоризувати всю повноту повідомлення, уникнувши викривлення чи навіть втрати його сенсу. Якщо цей принцип буде реалізовано, то це свідчитиме про ефективність комунікаційного процесу. Тобто такий комунікаційний процес характеризуватиметься семантичною єдністю. Адресант повідомлення, своєю чергою, зможе пересвідчитися в ефективності здійсненого комунікативного акту, завдяки отриманню адекватного зворотного зв'язку від адресата.

Під час створення комунікаційного повідомлення адресант продукує смислову цілісність, що є такою і для адресата, а, можливо, лише для ініціатора комунікації. Якщо реципієнт повідомлення (адресат) сприймає повідомлення як смислову цілісність, то воно постає, як текст. Якщо ж реципієнт інтерпретує комунікаційне повідомлення у відповідності до власної системи смислів із утворенням нового тексту, який сприймається втім як текст, створений іншим комунікаційним суб'єктом, відбудеться подвоєння тексту, і скоріш за все мета комунікації досягнута не буде.

Отже, комунікаційний процес в першому випадку можна оцінити як ефективний, а сама

комунікація є діалогічною. Якщо ж мова йде про комунікацію з подвоєнням тексту внаслідок подвоєння смислів, то, по суті, матимемо справу з паралельними комунікаційними процесами, в кожному з яких другим суб'єктом виступає не реальний партнер по взаємодії, а уявний інформаційний образ, що є результатом неправильної інтерпретації смислів, які містяться в утвореному реальним суб'єктом тексті. Комунікація тоді набуває рис монологічної. Очевидно, що умовою ефективного функціонування ТНК є, в тому числі, і наявність ефективної діалогічної міжкультурної комунікації, що передбачає невикривлену передачу смислу повідомлень.

Пояснення досяжності смислової цілісності в процесі міжкультурних комунікацій, можливо, завдяки зверненню до концепції Г. Ріккерта, який зазначав, що «смысл, что лежит над любым бытием, что принадлежит таким чином до сферы ценностей и может быть zrozumілий тільки як цінність» (Ріккерт, с. 373). Втім співробітники ТНК є представниками різних культур, а, отже, й носіями дуже відмінних між собою цінностей. Саме тому, завданням менеджменту транснаціональних корпорацій є формування особливої системи внутрішньоорганізаційних цінностей, які б не були контраверсійними відносно цінностей співробітників, що представляють різні етноси і культури, і, водночас, забезпечували можливості для ефективної комунікації в ТНК. Концептуальне осмислення і розробка внутрішньоорганізаційної системи цінностей має вигляд дещо штучного процесу, оскільки передбачає не природний духовно-інтелектуальний процес наділення соціальних феноменів смыслом в рамках індивідуального життєвого досвіду особистості чи життєдіяльності соціальних груп, а раціональне формування керівництвом ТНК переліку значимих фундаментальних переконань та принципів, які визначають, як організація діє, приймає рішення та взаємодіє з навколишнім світом. Втім первинно «штучні» внутрішньоорганізаційні цінності трансформуються в особистісні цінності, яких співробітник організації дотримується, реалізуючи свої посадові обов'язки і виконуючи свою професійну роль. В сучасних транснаціональних корпораціях такі цінності можуть включати: якість продукції, що виробляється, якість власної праці, особиста цінність себе як професіонала, цінність розвитку власного і розвитку організації. Сучасні дослідження цінностей в галузі

менеджменту спираються на теорії К. Г. Юнга і Е. Кассіра, які стверджували, що цінності вкорінені не лише у свідомості, постаючи як система етичних категорій, але й можуть занурюватися у підсвідомість, виходячи на рівень свідомості у вигляді символів. Тому відповідні фахівці сучасних корпорацій впроваджують ціннісні установки організації через картини і образи, апелюючи до підсвідомого співробітників. Це «розкриває центральне поняття», приховане за символами і міфами, за мовною культурою (Артеменко, с. 186). Іншою методологічною підставою процесу інтеріоризації внутрішньоорганізаційних цінностей є концепція аутокомунікації Ю. Лотмана. Дослідник розглядає особистісний аспект культури як частину особистості суб'єкта. Тому виникає можливість через комунікацію кодувати організаційні цінності, наслідком чого є сприйняття співробітником виробничої ситуації як особистісно значимої, а посадові інструкції інтеріоризуються у внутрішні директиви. Аутокомунікація призводить до ідентифікації співробітника з організацією, сприяючи сприйняттю її стратегії, як результату особистої активності, а успіху організації, як особистого досягнення.

Висновки. Функціонування сучасної організації, яка є частиною економічних процесів, і орієнтована на отримання прибутку, сьогодні відбувається в умовах з високим рівнем невизначеності. Суттєвим є вплив міжнародних факторів зовнішнього середовища. Найбільший вплив міжнародні фактори зовнішнього середовища справляють на діяльність транснаціональних економічних суб'єктів, оскільки цей вплив визначає не лише особливості перебігу взаємодій таких організацій із зовнішнім середовищем, але й детермінує специфіку внутрішньоорганізаційних процесів, зокрема, одного з найважливіших з них – комунікаційного. Зважаючи на величезний масив ТНК, що функціонують у світовій економіці, їхню інкорпорованість у переважну більшість галузей виробництва та послуг, реалізацію їхньої економічної діяльності у всіх країнах світу, очевидним, стає потреба у досягненні цілісності організаційних процесів в таких складних системах, що забезпечується завдяки спільній діяльності співробітників ТНК, які, однак, є носіями дуже різних культур. Тому постає проблема забезпечення ефективного міжкультурного діалогу в такій системі. Ефективність міжкультурних комунікацій

пов'язана з дією суб'єктивних та об'єктивних певних чинників. Вплив об'єктивних чинників визначає форму комунікаційного повідомлення. Йдеться про особливості передавання інформації в комунікаційному процесі, зокрема, про вербальні та невербальні форми подання інформації. Задля забезпечення ефективної комунікації в транснаціональній корпорації важливе значення має наявність у співробітників, що співпрацюють із своїми колегами в інших країнах, високого рівня знання мови, яка, або є державною мовою тієї країни, в якій ТНК зареєстрована, або англійською мовою, як традиційною мовою бізнес-комунікації. Важливим є невербальний контекст комунікаційного процесу. Під час міжкультурного спілкування семантика жестів стає особливо значущою. Система невербальних знаків відрізняється за значенням у представників різних етнічних груп. Такі обставини можуть бути джерелом непорозуміння. Тому важливою частиною міжкультурних комунікацій у ТНК має бути зосередженість на вербальному компоненті спілкування, аж до надлишкового використання вербальних засобів. Умовою ефективного функціонування ТНК є, в тому числі, і наявність ефективної діалогіч-

ної міжкультурної комунікації, що передбачає невикривлену передачу смислу повідомлень. Досягнення цієї мети є можливим завдяки формуванню внутрішньоорганізаційної системи цінностей, які б не були контраверсійними відносно цінностей співробітників, що представляють різні етноси і культури, і, водночас, забезпечували б можливості для ефективної комунікації в ТНК. Концептуальне осмислення і розробка внутрішньоорганізаційної системи цінностей має вигляд дещо штучного процесу, оскільки передбачає не природний духовно-інтелектуальний процес наділення соціальних феноменів смислом в рамках індивідуального життєвого досвіду особистості чи життєдіяльності соціальних груп, а раціональне формування керівництвом ТНК переліку значимих фундаментальних переконань та принципів, які визначають, як організація діє, приймає рішення та взаємодіє з навколишнім світом. Втім, завдяки використанню сучасних управлінських технологій, первинно «штучні» внутрішньоорганізаційні цінності трансформуються в особистісні цінності, яких співробітник організації дотримується, реалізуючи свої посадові обов'язки і виконуючи свою професійну роль.

Список використаних джерел

- Анохіна Т. О. Тенденції позначення невербальних лакун у різномовних дискурсах. *Філологічні трактати*. 2010. №1. С. 5–11.
- Артеменко М. Г. Соціокультурні виміри мотивів діяльності в корпоративній мікрокультурі. *Наукові записки ХУПС*. 2009. Вип. 2(33). С. 181–192.
- Біблер В. С. Культура. Діалог культур. Київ : Дух і літера, 2018. 368 с.
- Демерієва Ю. Ю. Науково-художня концепція діалогу культур. *Мова і культура : матеріали першої міжнародної конференції*. Київ : Інститут міжнародних відносин при КНУ ім. Т. Шевченка, 1992. С. 20–25.
- Лем С. Сума технологій. Тернопіль : Богдан, 2024. 560 с.
- Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.
- Ріккерт Г. Філософія життя. Київ : Ніка-Центр, 1998. 506 с.
- Сорока І. Б. Транснаціональні корпорації та їхня роль у процесі активізації у процесі міжнародної інтеграції. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 9(99). С. 33–45.
- Спіжова А. В. Дефініції поняття «міжкультурна комунікація». *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов*. 2007. Вип. 1. С. 68–72.
- Hall E., Trager G. Culture and Communication: A Model and an Analysis. Greenwich : University of Greenwich, 1954. 206 p.
- Porter R. E., Samovar L. A. Communication between Cultures. Belmont : Calif Wadsworth Pub, 1991. 330 p.
- Scollon R., Scollon S. W. Intercultural Communication. Oxford : Blackwell, 1995. 271 p.

References

- Anokhina, T. O. (2010). Tendentsii poznachennia neverbalnykh lakun u riznomovnykh dyskursakh. *Filolohichni traktaty*. 1, 5–11.
- Artemenko, M. H. (2009). Sotsiokulturni vymiry motyviv diialnosti v korporativnii mikrokulturi. *Naukovi zapysky KhUPS*. Vyp. 2 (33), 181–192.
- Bibler, V. C. (2018). *Kultura. Dialoh kultur*. Kyiv : Dukh i litera.

- Demeriieva, Yu. Yu. (1992). *Naukovo-khudozhnia kontseptsiiia dialohu kultur. Mova i kultura : materialy pershoi mizhnarodnoi konferentsii*. Kyiv : Instytut mizhnarodnykh vidnosyn pry KNU im. T. Shevchenko, 20–25.
- Lem, S. (2024). *Suma tekhnolohii*. Ternopil : Bohdan.
- Pochepstov, H. H. (1999). *Teoriia komunikatsii*. Kyiv : Vydavnychy tsentr «Kyivskiy universytet».
- Rikkert, H. (1998). *Filosofiiia zhyttia*. Kyiv : Nika-Tsentr.
- Soroka, I. B. (2009). *Transnatsionalni korporatsii ta yikhnia rol u protsesi aktyvizatsii u protsesi mizhnarodnoi intehratsii. Aktualni problemy ekonomiky*. 9(99), 33–45.
- Spizhova, A. V. (2007). *Definitsii poniattia «mizhkultura komunikatsiiia»*. *Naukovyi chasopys Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova. Seriiia 9. Suchasni tendentsii rozvytku mov*. Vyp. 1, 68–72.
- Hall, E., Trager, G. (1954). *Culture and Communication: A Model and an Analysis*. Greenwich : University of Greenwich. 206 p.
- Porter, R. E., Samovar, L. A. (1991). *Communication between Cultures*. Belmont : Calif Wadsworth Pub. 330 p.
- Scollon, R., Scollon, S. W. (1995). *Intercultural Communication*. Oxford : Blackwell. 271 p.

IRYNA, CHAIKA – Doctor of Philosophy, Associate Professor,
Professor of the Department of Philosophy, Public Administration and Social Work
Zaporizhzhia National University (Zaporizhzhia, Ukraine)
E-mail: Thcokur2004@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2315-7724>

YEVHEN, TSOKUR – Doctor of Political Science, Associate Professor,
Acting Head, Professor of the Department of Political Science,
Zaporizhzhia National University (Zaporizhzhia, Ukraine)
E-mail: Thcokur2004@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7605-0114>

ROMAN, KRAVCHENKO – Postgraduate student of the Department
of Philosophy, Public Administration and Social Work
Zaporizhzhia National University (Zaporizhzhia, Ukraine)
E-mail: kravchenko_rv@znu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-5306-5974>

INTERNAL ORGANIZATIONAL VALUES AS A FACTOR OF THE EFFICIENCY OF INTERCULTURAL COMMUNICATIONS IN TRANSNATIONAL ECONOMIC ORGANIZATIONS: A SOCIAL-PHILOSOPHICAL ANALYSIS

Abstract

The article is devoted to the socio-philosophical analysis of the problem of ensuring effective intercultural dialogue in transnational corporations (TNCs). The purpose of the study is a socio-philosophical reflection of the problem of intercultural communication in transnational economic organizations, and the justification of the need for employees of such organizations to perceive and internalize the system of intra-organizational values as a factor determining the effectiveness of such communications. This study uses a multi-paradigm methodological approach. Thanks to the historical-logical approach, it was possible to trace the evolution of the process of intercultural communications: from asymmetric communications in the pre-information era to network communications in post-industrial societies. Appeal to the hermeneutic analysis of the ideas of G. Rickert made it possible to substantiate the achievement of semantic integrity in the process of intercultural communications. The philosophical interpretation of the social-communicative methodology made it possible to analyze the dialogical and monological types of social-communicative processes, and to comprehend the content of this process as semantic integrity. In the process of research, it was established that the condition for the effective functioning of TNCs is the presence of effective dialogical intercultural communication, which involves the undistorted transmission of the meaning of messages. Achieving this goal is possible through the formation of an intra-organizational system of values.. Conceptual understanding and development of an intra-organizational system of values involves the rational formation by the management of a TNC of a list of significant fundamental beliefs and principles that determine how the organization acts, makes decisions and interacts with the outside world. Thanks to the use of modern management technologies, initially “artificial” intra-organizational values are transformed into personal values that

an employee of the organization adheres to, fulfilling his/her job duties and fulfilling his/her professional role. Therefore, the functioning of a modern organization, which is part of economic processes and is oriented towards making a profit, today takes place in conditions with a high level of uncertainty. The influence of international factors of the external environment is significant in this regard.

Key words: intercultural communications, external environment, intra-organizational values, intercultural philosophy, transnational corporation, verbal communication, non-verbal communication.

© The Authors(s) 2025

This is an open access article under

The Creative Commons CC BY license

Received date 15.07.2025

Accepted date 19.08.2025

Published date 15.09.2025

How to cite: Чайка, Ірина, Цокур, Євген, Кравченко, Роман. Внутрішньоорганізаційні цінності як чинник ефективності міжкультурних комунікацій в транснаціональних економічних організаціях: соціально-філософський аналіз. HUMANITIES STUDIES: Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia: Publishing house «Helvetica», 2025. 24 (101). P. 168–175

doi: <https://doi.org/10.32782/hst-2025-24-101-17>