

<https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2019.187982>
УДК 008 : 004 : 316.776

Салата Галина Володимирівна,
доктор історичних наук,
директор коледжу Київського університету культури
salaty@bigmir.net
ORCID 0000-0002-2673-8463

Бачинська Надія Анатоліївна,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри інформаційних технологій
Київського національного університету
культури і мистецтв
n.bachynska17@gmail.com
ORCID 0000-0003-3912-7108

КУЛЬТУРА І КОМУНІКАЦІЯ: ЯК КУЛЬТУРА ВПЛИВАЄ НА СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ

Метою статті є дослідження ролі культури в процесі передачі та сприйняття інформації.
Методологія дослідження. Для проведення дослідження використані культурно-історичний, системний, дескриптивний та інтегративний підходи. **Наукова новизна.** Реалізація комунікативної компетентності є культурно обумовленою. У процесі обміну повідомленнями постійно відбувається відтворення смислів, так як вони не є тотожними навіть у представників однієї культури. За наявності різних культур і різних мов комунікація ускладнюється. Під час передачі інформації її смисл частково перекручується, а частково губиться, оскільки повідомлення зустрічає на своєму шляху бар'єри, фільтри, сформовані культурою, які унеможливають отримання адресатом смислу повідомлення. **Висновки.** Міжособистісна та міжгрупово комунікація здійснюється в умовах значних культурних розходжень її учасників. Ці культурні відмінності істотно впливають на процес створення

і транслювання повідомлень, їхню інтерпретацію та сприйняття і зрештою на успіх комунікації. Маючи справу з ментальним фільтрами представників різних культур, необхідно враховувати значні культурні розходження, рівень комунікативної компетентності учасників процесу, нюанси передачі інформації, неявне знання, а також принципи комунікативної взаємодії.

Ключові слова культура, комунікація, інформація, фільтри упереджень, ментальні моделі.

Салата Галина Владимировна,

доктор исторических наук,
директор колледжа Киевского университета культуры

Бачинская Надежда Анатольевна

кандидат педагогических наук,
доцент кафедры информационных технологий
Киевского национального университета культуры и искусств

КУЛЬТУРА И КОММУНИКАЦИЯ: КАК КУЛЬТУРА ВЛИЯЕТ НА ВОСПРИЯТИЕ ИНФОРМАЦИИ

Целью статьи является исследование роли культуры в процессе передачи и восприятия информации. **Методология исследования.** Для проведения исследования использованы культурно-исторический, системный, дескриптивный и интегративный подходы. **Научная новизна.** Реализация коммуникативной компетентности является культурно обусловленной. В процессе обмена сообщениями постоянно происходит воспроизведение смыслов, так как они не являются тождественными даже у представителей одной культуры. При наличии разных культур и разных языков коммуникация осложняется. Во время передачи информации ее смысл частично искажается, а частично теряется, поскольку сообщение встречает на своем пути барьеры, фильтры, сформированные культурой, которые не дают смыслу сообщения дойти до адресата. **Выводы.** Межличностная и межгрупповая коммуникация осуществляется в условиях значительных культурных различий ее участников. Эти культурные различия существенно влияют на процесс создания и передачи сообщений, их интерпретацию и восприятие и в конечном итоге на успех коммуникации. Имея дело с ментальными фильтрами представителей разных культур, необходимо учитывать значительные культурные различия, уровень коммуникативной компетентности участников процесса, нюансы передачи информации, неявное знание, а также принципы коммуникативного взаимодействия.

Ключевые слова культура, коммуникация, информация, фильтры предубеждений, ментальные модели.

Salata Halyna,

Doctor of History,
Director of the College of Kyiv University of Culture

Bachynska Nadiia

Ph.D. in Pedagogy,
Associate Professor of the Department of Information
Technologies of Kyiv National University of Culture and Arts

CULTURE AND COMMUNICATION: HOW CULTURE IMPACTS PERCEPTION OF INFORMATION

The purpose of the article aims at studying the role of culture in the process of transmitting and perceiving information. **Methodology** The authors have used cultural-historical, systemic, descriptive, and integrative approaches. **The scientific novelty** The realization of communicative competence is culturally conditioned. In the process of messaging, meanings are constantly being reproduced since they are not identical even among the representatives of the same culture. Communication becomes even more complicated within the framework of different cultures and different languages. During the transmission of information, its meaning is partially

distorted and partially lost, because certain barriers, filters formed by any given culture do not allow the message to reach the addressee. Conclusions. Interpersonal and intergroup communication is carried out under conditions of significant cultural differences of the participants. These cultural differences significantly influence the process of creating and transmitting messages, their interpretation and perception and ultimately the success of communication. Dealing with mental filters of the representatives of different cultures, it is necessary to take into account the cultural differences, the level of communicative competence of the process participants, the nuances of information transfer, implicit knowledge, and the principles of communicative interaction.

Key words: *culture, communication, information, bias filters model, mental models.*

Актуальність дослідження. Глобалізація є однією з визначальних тенденцій XXI століття. Економічний, політичний, соціальний і культурний розвиток призводить до зростання зв'язків між різними країнами світу. Скорочення витрат у сфері комунікаційних технологій спрощує співпрацю з партнерами у найвіддаленіших регіонах. Не існує жодного аспекту сучасного життя, якого не торкаються глобалізаційні процеси [1; 4; 6]. Зростаюча хвиля глобалізації відіграє суттєву роль у царині бізнесу, культури, освіти, науки, техніки, впливає на навколишнє середовище, міграційні процеси, міжнародний розвиток, політичні системи. Невідворотний процес глобалізації, обумовлений економічною взаємозалежністю країн, розвитком засобів комунікації та інформатизації, поширенням освіти і знань, призвів до формування єдиного, цілісного світу.

Глобалізація сьогодні принципово відрізняється від глобалізації десятирічної давнини. Успіх у цьому новому операційному середовищі потребує переосмислення багатьох рішень і передбачень. Якщо глобалізація XX століття визначалася швидким зростанням товарообігу, а великі транснаціональні корпорації створювали мережі поставок, які охоплювали світ, то наразі зростання світової торгівлі минуло пік світового ВВП (принаймні, у найближчому майбутньому), це стосується і транскордонних фінансових потоків. Але сам процес глобалізації продовжується – глобалізація перетворилася на дигітальну. Так, зокрема, за минуле десятиріччя транскордонні потоки даних зросли в 45 разів, а до 2020 року планується збільшити їх ще у дев'ять разів [17].

Нові гравці глобалізованого простору потребують розвинених інформаційних систем, спроможних впоратися з сучасними викликами. Славетна фраза Н. Ротшильда, по-

вторена В. Черчиллем, «Хто володіє інформацією – той володіє світом» сьогодні набуває нового значення. Низка вчених присвятили свої розвідки вивченню складного феномену інформації, пропонуючи своє власне бачення та інтерпретації. Різні дисципліни досліджують проблеми програмування, ефективного спілкування, проектування систем для надання інформації клієнтам тощо. Ця ситуація виявилася неефективною з наукової точки зору, оскільки представники однієї дисципліни не могли скористатися дослідженнями колег іншого профілю. Саме тому Е.Б. Коген, наприкінці 90-х років XX століття заснував трансдисципліну під назвою «Інформаційна наука» (Informing Science), яка мала на меті вивчення інформаційних процесів у різноманітних навчальних дисциплінах, включаючи інформаційні системи управління, освіти, бізнес, технології навчання, інформатику, комунікації, психологію, філософію, бібліотечні науки та багатьох інших [3]. Цей трансдисциплінарний підхід, який об'єднав об'єктивний базис всіх дисциплін, що мають відношення до конкретної проблеми, надав можливості подальшого розуміння і розвитку інформаційного світу, в якому живе сучасне суспільство.

Одним із акторів як інформаційних процесів, так і еволюції інформаційних систем є культура, оскільки учасники інформаційного процесу сприймають та інтерпретують інформацію крізь певний набір фільтрів, які можуть відрізнятися в різних культурах, що суттєво впливає на успіх комунікативного процесу. Сьогодні глобальна поінформованість та розуміння ролі культури в інформаційному середовищі та інформаційній науці допомагатимуть людям впоратися зі «складнощами інформаційно-культурного перекладу» [5; 22].

Аналіз досліджень і публікацій. Полісемантичність поняття культура призвела до виникнення різноманітних визначень цього феномену. Науковий доробок Л. Вайта, К. Гірца, В. Гуденау, В. Гудикунста, Ф. Клакхон, К. Леві-Стросса, Ф. Стродтбека, Г. Трагера, Е. Холла, Г. Хофстеде сприяли новому розумінню культури [7; 12; 13; 29; 30]. Л. Смірчич підкреслював, що культуру можна розглядати з позиції цілей або спільних результатів [25]. Л. Гізо, П. Сапієнца та Л. Зінгалес визначають культуру як традиційні переконання і цінності, які етнічні, релігійні та соціальні групи транслюють наступним генераціям [11]. Співвідношення культури і цивілізації, багатовимірність поняття культури та її складових досліджують В. Шинкарук, Л. Шинкарук, Г. Салата, Т. Данилова [2; 23; 24]. Існує досить невелика кількість робіт, які аналізують взаємозв'язок культури та інформаційної науки. Це, зокрема, роботи, присвячені організаційним практикам, що сприяють обміну знаннями, в контексті різних культур [21], культурно обумовленому адаптивному навчанню [20], рівню впливу національної культури на готовність до електронного уряду [16], культурі, віруванням, що поділяються суспільством, та інформаційній науці [10]. Отже, сьогодні розуміння інформаційної науки крізь призму культури потребує ґрунтовної розробки.

Метою статті є дослідження ролі культури в процесі передачі та сприйняття інформації.

Виклад основного матеріалу. Культура не є чимось сталим і незмінним, навпаки, вона проходить декілька етапів свого існування. Так, на думку О. Шпенглера, всі типи культур являють собою особливу форму життя: вони народжуються, розквітають, в'януть і зникають, тобто проходять у своєму розвитку стадії дитинства, юності, зрілості та смерті [26]. Сучасна людина є представником різних культур, які взаємодіють і впливають одна на одну на рівні країн, регіонів, релігій, організацій, соціальних груп, сімей тощо. Різноманітність моделей членства в різних групах, швидше за все, перешкоджатиме формуванню єдиної культури, що поділяється всіма членами групи. Навіть окремі індивіди будуть «змінюватись» у межах загальноприйнятої культури.

Культурний обмін включає в себе три аспекти, такі як ментальні моделі, преференції та артефакти. Ментальні моделі – це знання, переконання і процедури, які допомагають членам певної групи взаємодіяти з оточуючим світом. Культура суттєво впливає на ментальні моделі та пов'язані з ними системи міркувань. Наприклад, західні та східні культури по-різному інтерпретують ступінь самодостатності індивіда [18]. Подальші дослідження виявили ще більш глибокі наслідки культурного впливу: «Значні соціальні відмінності, які існують між різними культурами, впливають не лише на їхні переконання щодо конкретних аспектів світу, але й на їхні наївні метафізичні системи на глибинному рівні; неявне знання; когнітивні процеси – способи, у які вони пізнають світ» [19, 291].

Важливим елементом культури є преференції – атитюди та цінності, що поділяються представниками культурної групи. Ці культурні уподобання сприяють оцінці придатності різних патернів поведінки та результатів, які інколи можуть виявитися критичними для всієї культури [9].

Артефакти є проявами культури в матеріальному світі, які підтверджують ментальні моделі та преференції членів певної культурної групи. Артефакти є видимими проявами культури, особливо для представників інших культур. Вони є ключовим каналом, завдяки якому транслюються ментальні моделі та цінності.

Культури істотно розрізняються ступенем впливу на представників певної групи. Всеосяжність і сила культури є тими аспектами культурного обміну, які особливо впливають на інформаційний простір. Всеосяжність культури передбачає рівень її впливу на всі аспекти індивідуальної поведінки. Сильна культура повсюдно маніфестує свої ключові цінності, а спільні артефакти мають поважатися всіма членами групи. Натомість, слабка культура демонструє досить високий рівень відмінностей між членами групи у дотриманні спільних елементів.

Кінцевий результат обробки інформації у процесі сприйняття іншої культури завжди виражається у символічній формі та кодується у вже існуючу структуру тих систем, які є звичними для індивіда. Цей процес не є ліній-

ним, але представляє собою синергійну транзакцію, тому кінцевий продукт сприйняття інформації з іншої культури представляє собою нейросемантичну конструкцію [31].

Для розуміння ролі культури в інформаційній науці, для усвідомлення того, як культура впливає на кодування, передачу і декодування інформації, видається доцільним використовувати модель фільтрів упереджень [8; 9; 15]. Згідно з цією моделлю, для ефективною передачі інформації, яка має призвести до бажаних змін у ментальній схемі отримувача інформації, вона має пройти крізь певні ментальні фільтри без втрати або спотворення: «По-перше, інформація впливає на процес прийняття рішень і при цьому може проходити через один або більше об'єктів фільтрів упереджень. Об'єктів фільтру упереджень – це концептуальне уявлення, за допомогою якого особи, які приймають рішення, обробляють інформацію. Об'єктів може екранувати, змінювати чи інтенсифікувати отримувачу інформацію. Прикладом цього є інформаційне упередження, що спотворює сприйняті переваги від прийняття рішення. По-друге, упередження можуть впливати на те, яким чином відбувається прийняття рішення. Прикладом цього є упередженість невизначеності, яка обмежує або зупиняє пошук факторів інформування» [15, 50].

У межах моделі фільтрів упереджень відразу видно, що культура впливає на кожен фільтр, який може блокувати або спотворювати вхідні повідомлення. Культура може формувати індивідуальне ставлення до того, що є або не є цікавим. Так, ЗМІ присвячують надмірну кількість часу обговоренню приватного життя публічних людей, зірок шоу-бізнесу, жахливим подіям і пророкуванню Апокаліпсису або ж корупційним скандалам. Загалом те, що люди вважають найцікавішим, трохи відрізняється від існуючих ментальних моделей, але не надто сильно. Культура відіграє важливу роль у створенні цих ментальних моделей.

Люди схильні інтерпретувати нову інформацію таким чином, щоби знайти в новій інформації підтвердження старої, вже відомої. Стикаючись з символами, вони використовують їх як підказку для отримання інформа-

ції. Ментальні моделі та артефакти, пов'язані з певною культурою, надають можливості ефективно спілкуватися, оскільки не потрібно передавати неявне знання. Проте, вони також можуть спотворювати комунікаційний процес, примушуючи ігнорувати релевантні деталі.

Люди схильні відмежовувати інформацію, що суперечить існуючим ментальним моделям і переконанням. Оскільки такі моделі і переконання є важливою складовою сильною та всеосяжною культури, їхня наявність може серйозно погіршити процес комунікації. Особи, які належать до однієї культури, більш схильні враховувати такі моделі у формуванні свого повідомлення.

Культурний вимір «короткострокова vs довгострокова орієнтація», запропонований Г. Хофстеде [14], суттєво впливає на комунікацію. Так, комунікації, які виходять за межі бажаного періоду часу, ймовірно, будуть проігноровані або сприйняті як другорядні.

Інформація досить рідко впливає на людей, які не є мотивованими для її сприйняття. Мотивація може бути або зовнішньою, коли спрацьовує система винагород і покарань, або внутрішньою. Сама формальна система винагород і покарань є важливим артефактом багатьох культур. Однак одним з найважливіших аспектів культури є створення системи ідентифікації того, що є правильним (хорошим, цінним) у порівнянні з тим, що є неправильним (поганим, нікчемним). Така система є основною причиною внутрішньої мотивації.

Важливими є ті аспекти комунікації, які впливають на людей на емоційному рівні. Артефакти сильних, всеосяжних культур (обряди, ритуали, наративи, символи, мистецтво) збільшують або зменшують готовність сприйняти повідомлення.

Механізми, завдяки яким культура впливає на інформаційний процес, можуть відігравати як позитивну, так і негативну роль. У процесі міжкультурного спілкування вони часто виступають як бар'єр, який необхідно подолати. З іншого боку, при передачі інформації між членами сильною, всеосяжною культури спостерігається значне зменшення проблем спілкування. На думку деяких дослідників, здатність поділяти і розуміти наміри є центральною еволюційною перевагою куль-

тури, а саме розуміння ментальних моделей адресату є важливим елементом формування та структурування процесу інформування [9; 28]. Моделі та артефакти культури також впливають на здатність комунікатора формувати певні типи проблем і структурувати комунікацію. Цей особливий культурний вплив може працювати як для прояснення, так і для приховування інформації навіть у межах певної культури [27].

Наукова новизна. Реалізація комунікативної компетентності є культурно обумовленою. У процесі обміну повідомленнями постійно відбувається відтворення смислів, так як вони не є тотожними навіть у представників однієї культури. За наявності різних культур і різних мов комунікація ускладнюється. Під час передачі інформації її смисл частково перекручу-

ється, а частково губиться, оскільки повідомлення зустрічає на своєму шляху бар'єри, фільтри, сформовані культурою, які не дають смислу повідомлення дійти до адресату.

Висновки. Міжособистісна та міжгрупова комунікація здійснюється в умовах значних культурних розходжень її учасників. Ці культурні відмінності істотно впливають на процес створення і транслювання повідомлень, їхню інтерпретацію та сприйняття і зрештою на успіх комунікації. Маючи справу з ментальними фільтрами представників різних культур, необхідно враховувати значні культурні розходження, рівень комунікативної компетентності учасників процесу, нюанси передачі інформації, неявне знання, а також принципи комунікативної взаємодії.

Список використаних джерел

1. Сторожук С.В., Гоян І.М. Вплив віртуальної реальності на самоактуалізацію тинейджерів. Антропологічні виміри філософських досліджень. 2016. № 9. С. 17-28. doi 10.15802/ampr2016/72119.
2. Шинкарук В.Д., Салата Г.В., Данилова Т.В. Дихотомія «культура – цивілізація» в англо-американському і західноєвропейському науковому дискурсі. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2018. №2. С. 82-87.
3. Cohen E. Reconceptualizing Information Systems as a Field of the Transdiscipline Informing Science: From Ugly Duckling to Swan. Journal of Computing and information Technology. 1999. Vol. 7. Is. 3. P. 213-219.
4. Danylova T. Overcoming the Cultural Differences: Parable as a Means of Intercultural Dialogue. Anthropological Measurements of Philosophical Research. 2013. Is. 3. P. 42-51.
5. Danylova T. Approaching the East: Briefly on Japanese Value Orientations. Research Revolution. International Journal of Social Science & Management. 2014. Vol. II. Is. 8. P. 4-7.
6. Danylova T.V. The Desire for Recognition in the Context of Francis Fukuyama's Universal History. Anthropological Measurements of Philosophical Research. 2016. Is. 10. P. 69-77. doi 10.15802/ampr.v0i10.87303.
7. Geertz C. The Interpretation of Cultures. New York, NY: Basic Books, 1977. 480 p.
8. Grandon Gill T. A psychologically plausible goal-based utility function. Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline. 2008. Is. 11. P. 227-252.
9. Grandon Gill T. Informing business: Research and education on a rugged landscape. Santa Rosa, CA: Informing Science Press, 2010. 636 p.
10. Grandon Gill T. Culture, Complexity, and Informing: How Shared Beliefs Can Enhance Our Search for Fitness. Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline. 2013. Is. 16. P. 71-98.
11. Guiso L., Sapienza P., Zingales L. (2006). Does culture affect economic outcomes? Journal of Economic Perspectives. 2006. Vol. 20. Is. 2. P. 23-48.
12. Hall E.T. Beyond Culture. Anchor Books/Doubleday, 1976. 320 p.
13. Hills M. Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory. Online Readings in Psychology and Culture. 2002. Is. 4. URL: <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1040> (дата звернення: 10.03. 2019).
14. Hofstede G., Bond M. Hofstede's culture dimensions: An independent validation using Rokeach's value survey. Journal of Cross-Cultural Psychology. 1984. Vol. 15. Is. 4. P. 417-433.
15. Jamieson K., Hyland P. Good intuition or fear and uncertainty: The effects of bias on information systems selection decisions. Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline. 2006. Is. 9. P. 49-69.

16. Kovacic Z. The impact of national culture on worldwide eGovernment readiness. *Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline*. 2005. Is. 8. P. 143-158.
17. Lund S., Manyika J., Bughin J. Globalization is Becoming More About Data and Less About Stuff. *Harvard Business Review*. 2016. URL: <https://hbr.org/2016/03/globalization-is-becoming-more-about-data-and-less-about-stuff> (дата звернення: 10.03.2019).
18. Markus H., Kitayama S. Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*. 1991. Vol. 9. Is. 2. P. 224-253.
19. Nisbett R., Peng K., Choi I., Norenzayan A. Culture and systems: Holistic versus analytic cognition. *Psychological Review*. 2001. Vol. 108. Is. 2. P. 291-310.
20. Reiners T., Dreher H. Culturally-based adaptive learning and concept analytics to guide educational website content integration. *Journal of Information Technology Education*. 2009. Is. 8. P. 125-139.
21. Ryan S., Windsor J., Ibragimova B., Prybutok V. Organizational practices that foster knowledge sharing: Validation across distinct national cultures. *Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline*. 2010. Is.13. P. 139-164.
22. Shynkaruk L.V., Salata H.V., Danylova T.V. Dialogue of Cultures: E. Hall and F. Kluckhohn. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*. 2018. Is. 3. P. 128-133.
23. Shynkaruk V.D., Salata H.V., Danylova T.V. Myth as the Phenomenon of Culture. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*. 2018. Is. 4. P. 17-22.
24. Shynkaruk L.V., Danylova T.V., Salata H.V. The Journey to the Far East: Tea Ceremony as a Phenomenon of Japanese Culture. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*. 2019. Is. 1. P. 139-143.
25. Smircich L. Concepts of culture an organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*. 1983. Vol. 28. Is. 3. P. 339-358.
26. Spengler O. *The Decline of the West*. Vintage; Reprint edition, 2006. 480 p.
27. Storozhuk S., Goian I. Gender Existence: Correlation Between Equality and Identity. *Philosophy and Cosmology*. 2017. Vol. 18. P. 208-218.
28. Tomasello M., Carpenter M., Call J., Behne T., Moll H. Understanding and sharing intentions: The origins of cultural cognition. *Behavioral and Brain Sciences*. 2005. Is. 28. P. 675-735.
29. White L.A. *The Science of Culture: A Study of Man and Civilization (Foundations of Anthropology)*. Percheron Press / Eliot Werner Publications, 2005. 502 p.
30. White L.A. *The Evolution of Culture*. Routledge, 2007. 400 p.
31. Wilson R. *The New Inquisition*. New Falcon Publications, 1991. 240 p.

References

1. Storozhuk, S.V., & Goian, Y.N. (2016). The Impact of Virtual Reality on Self-Actualization of Teenagers: Anthropological Dimension. *Anthropological Measurements of Philosophical Research*, 9, 17-28. doi 10.15802/ampr2016/72119. [in Ukrainian].
2. Shynkaruk, V.D., Salata, G.V., & Danylova, T.V. (2018). The Dichotomy “Culture – Civilization” in the Anglo-American and Western European Scientific Discourse. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 82-87 [in Ukrainian].
3. Cohen, E. (1999). Reconceptualizing Information Systems as a Field of the Transdiscipline Informing Science: From Ugly Duckling to Swan. *Journal of Computing and information Technology*, 7(3), 213-219. [in English].
4. Danylova, T. (2013). Overcoming the Cultural Differences: Parable as a Means of Intercultural Dialogue. *Anthropological Measurements of Philosophical Research*, 3, 42-51. [in English].
5. Danylova, T. (2014). Approaching the East: Briefly on Japanese Value Orientations. *Research Revolution. International Journal of Social Science & Management*, II(8), 4-7. [in English].
6. Danylova, T.V. (2016). The Desire for Recognition in the Context of Francis Fukuyama’s Universal History. *Anthropological Measurements of Philosophical Research*, 10, 69-77. doi 10.15802/ampr.v0i10.87303. [in English].
7. Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York, NY: Basic Books. [in English].
8. Grandon Gill, T. (2008). A psychologically plausible goal-based utility function. *Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 11, 227-252. [in English].

9. Grandon Gill, T. (2010). *Informing business: Research and education on a rugged landscape*. Santa Rosa, CA: Informing Science Press. [in English].
10. Grandon Gill, T. (2013). Culture, Complexity, and Informing: How Shared Beliefs Can Enhance Our Search for Fitness. *Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 16, 71-98. [in English].
11. Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2006). Does culture affect economic outcomes? *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), 23-48. [in English].
12. Hall, E.T. (1976). *Beyond Culture*. Anchor Books/Doubleday. [in English].
13. Hills, M. (2002). Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory. *Online Readings in Psychology and Culture* (4). Retrieved March, 10, 2019, from <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1040>. [in English].
14. Hofstede, G., & Bond, M. (1984). Hofstede's culture dimensions: An independent validation using Rokeach's value survey. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 15(4), 417-433. [in English].
15. Jamieson, K., & Hyland, P. (2006). Good intuition or fear and uncertainty: The effects of bias on information systems selection decisions. *Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 9, 49-69. [in English].
16. Kovacic, Z. (2005). The impact of national culture on worldwide eGovernment readiness. *Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline* 8, 143-158. [in English].
17. Lund, S., Manyika, J., & Bughin, J. (2016). Globalization is Becoming More About Data and Less About Stuff. *Harvard Business Review*. Retrieved March, 10, 2019, from <https://hbr.org/2016/03/globalization-is-becoming-more-about-data-and-less-about-stuff>. [in English].
18. Markus, H., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224-253. [in English].
19. Nisbett, R., Peng, K., Choi, I., & Norenzayan, A. (2001). Culture and systems: Holistic versus analytic cognition. *Psychological Review*, 108(2), 291-310. [in English].
20. Reiners, T., & Dreher, H. (2009). Culturally-based adaptive learning and concept analytics to guide educational website content integration. *Journal of Information Technology Education*, 8, 125-139. [in English].
21. Ryan, S., Windsor, J., Ibragimova, B., & Prybutok, V. (2010). Organizational practices that foster knowledge sharing: Validation across distinct national cultures. *Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 13, 139-164. [in English].
22. Shynkaruk, L.V., Salata, H.V., & Danylova, T.V. (2018). Dialogue of Cultures: E. Hall and F. Kluckhohn. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 3, 128-133. [in English].
23. Shynkaruk, V.D., Salata, H.V., & Danylova, T.V. (2018). Myth as the Phenomenon of Culture. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 17-22. [in English].
24. Shynkaruk, L.V., Danylova, T.V., & Salata, H.V. (2019). The Journey to the Far East: Tea Ceremony as a Phenomenon of Japanese Culture. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 1, 139-143. [in English].
25. Smircich, L. (1983). Concepts of culture an organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*, 28(3), 339-358. [in English].
26. Spengler, O. (2006). *The Decline of the West*. Vintage; Reprint edition. [in English].
27. Storozhuk, S., & Goian, I. (2017). Gender Existence: Correlation Between Equality and Identity. *Philosophy and Cosmology*, 18, 208-218. [in English].
28. Tomasello, M., Carpenter, M., Call, J., Behne, T., & Moll, H. (2005). Understanding and sharing intentions: The origins of cultural cognition. *Behavioral and Brain Sciences*, 28, 675-735. [in English].
29. White, L.A. (2005). *The Science of Culture: A Study of Man and Civilization (Foundations of Anthropology)*. Percheron Press / Eliot Werner Publications. [in English].
30. White, L.A. (2007). *The Evolution of Culture*. Routledge. [in English].
31. Wilson, R. (1991). *The New Inquisition*. New Falcon Publications. [in English].