

УДК 316.6

DOI: 10.18384/2310-7235-2022-2-79-89

КРОСС-КУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ИСКУССТВЕ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

Звонова Е. В.

*Московский педагогический государственный университет
119991, г. Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, стр. 1*

Аннотация

Цель. Изучить характеристики культур, которые генерируют и организуют процессы социального, массового, коллективного смыслообразования и влияют на выбор той или иной формы поведения.

Процедура и методы. Разработан тренинг кросс-культурной коммуникации по развитию типологии культур, который проведён на выборке, состоящей из более 2282 человек в возрасте от 17 до 31 года. Эффективность использования созданной социально-психологической типологии культур в рамках социально-психологического тренинга кросс-культурной коммуникации проверена в рамках эмпирического исследования.

Результаты. Разработанный и апробированный тренинг способствовал снятию коммуникативных барьеров. Основой коммуникативных барьеров выступает эмоциональная сфера, поскольку переживания, форма их проявления и содержание социально обусловлены. Искусство выступает средством кросс-культурной коммуникации, поскольку эмоциональное закрепление есть часть художественного языка. Целенаправленное создание условий кросс-культурной коммуникации, базирующейся на готовности и возможности идентификации, понимания и оперирования коммуникативными системами иных культур, возможно в рамках семиотического подхода.

Теоретическая и/или практическая значимость. Вопрос исследования кросс-культурной коммуникации продолжает оставаться актуальной проблемой современной социальной психологии. Компоненты и условия возникновения и осуществления кросс-культурной коммуникации выступают для практиков основой осуществления совместного взаимодействия социальных групп, а также социальной мобильности отдельного индивида.

Ключевые слова: кросс-культурная коммуникация, социальное взаимодействие, барьеры кросс-культурной коммуникации, символы, структура, информация

CROSS-CULTURAL COMMUNICATION IN ART: SOCIO-PSYCHOLOGICAL FOUNDATIONS

E. Zvonova

*Moscow Pedagogical State University
ul. Malaya Pirogovskaya 1/1, Moscow 119991, Russian Federation*

Abstract

Aim. To analyze the characteristics of cultures, which generate and organize the processes of social, mass, and collective meaning-making and influence the choice of a particular form of behavior.

Methodology. The training of cross-cultural communication has been on developing the typology of cultures was worked out. It was based on the sample of more than 2282 people aged from 17 to 31. The effectiveness of using the developed socio-cultural typology of cultures within the psychological training of cross-cultural communication was verified in the frame of the empirical study.

Results. The developed and verified training contributed to raising of the communication barriers. The basis of communicative barriers is the emotional sphere, because feelings, the form of their expression and the content are socially stipulated. Art is a means of cross-cultural communication because emotional attachment is part of the language of art. Purposeful creation of conditions for cross-cultural communication, based on the readiness and ability to identify, understand and operate the communication systems of other cultures, is possible within the framework of the semiotic approach.

Research implications. The issue of cross-cultural communication research continues to be a topical problem of modern social psychology. The components and conditions of the emergence and implementation of cross-cultural communication act as the basis for the implementation of joint interaction of social groups, as well as the social mobility of the individual.

Keywords: cross-cultural communication, social interaction, cross-cultural communication barriers, symbols, structure, information

ВВЕДЕНИЕ

Изучение социально-психологических условий возникновения и функционирования кросс-культурной коммуникации продиктовано современными интегративными процессами, приводящими к возникновению поликультурного пространства, функционирование и развитие которого обуславливает наличие кросс-культурной коммуникации индивидов и групп, между которыми сохраняются значимые социально-культурные различия. Данная проблема в настоящее время выступает актуальной, поскольку возможность взаимодействия с представителями других культур повышает уровень мобильности и самореализации индивида, а кросс-культурная коммуникация выступает основой функционирования федера-

тивных объединений и международных союзов.

Понятие кросс-культурной коммуникации ввёл Э. Холл, рассматривавший данное явление как взаимодействие между представителями различных культур, реализующееся в непосредственных контактах между людьми и группами, а также имеющее опосредованные формы. Каждая культура функционирует благодаря определённой общности, большим группам людей, разделяющим интернализованные коды поведения, содержащие бессознательно приписываемые значения. Опосредствуя свою деятельность и социальные отношения, данные группы людей создают определённые базовые структуры, которые составляют характерные признаки конкретной культуры [13].

Исследование компонентов и условий возникновения кросс- культурных коммуникаций

Проблемы изучения кросс-культурной коммуникации как сложного, многосоставного и многоканального процесса передачи и получения информации между представителями разных культур обусловлены тем, что социальное взаимодействие обуславливается и определяет содержательные аспекты исторической и биографической памяти, религиозности, представлений о социальном времени, убеждений, идеологий и др. [4; 11; 12; 14; 15]. Традиционно внимание исследователей, работающих в русле кросс-культурных исследований, привлекают наличие и степень влияния культурных характеристик на выбор определённой формы поведения. Изучаются психологические механизмы, приводящие к наполнению поведения культурно обусловленным смыслом [18].

В исследованиях, посвящённых психологическим основам социальной коммуникации [16; 20], акцентируется внимание на роли социального контекста, не только временного, ситуативного, но также (в большей степени определяющего успешность понимания и взаимодействия) культурного. В этом ракурсе необходим анализ собственных и на большом промежутке времени носящих неизменный характер массового, коллективного смыслообразования, детерминированного социально признанной стратегией социального познания, продукты которого создают культуру определённого типа.

Любое социальное явление, например, человек, историческое событие,

произведение искусства, архитектурная постройка или другое, становится символом, если они «...подвергаются дебатам, сильным чувствам, конфликтам и идеологической борьбе, а также меняют коллективное мышление в обществе» [16, с. 3]. В этом контексте символы искусства занимают особое положение, поскольку, рождаясь в определённой культуре, созданное с помощью культурно-обусловленного художественного языка, искусство является и самым эффективным средством кросс-культурной коммуникации, поскольку искусство отражает всё то, что составляет саму сущность человеческого существования, и всего того, что определяется как «человек». Однако, представители отдельной культуры пользуются собственными коммуникативными кодами, понимание которых затрудняет осуществление кросс-культурной коммуникации.

Искусство выступает универсальным межкультурным каналом связи, поскольку центральные идеи искусства являются архаическими, базовыми, общими для всех времён и народов. Данная концепция в настоящее время активно воплощается в музейной практике, когда выставки представляют тематически близкие произведения искусства далеко находящихся культур¹.

Возникновение новых средств коммуникации характеризует конец XX – начало XXI века как этап развития кросс-культурной коммуникации [10], что активизирует внимание ис-

¹ Bode Museum. Unvergleichlich: Kunst aus Afrika im Bode-Museum. URL: <https://www.smb.museum/museen-einrichtungen/bodemuseum/ausstellungen/detail/unvergleichlich-kunst-aus-afrika-im-bode-museum> (дата обращения: 10.10.22).

следователей к поиску социально-психологических основ опосредствования, которые объясняются в работах Л. Леви-Брюль, опиравшегося на конструкт «коллективных представлений» Э. Дюркгейма, на функционирование в культурах различного типа особого типа мышления как психологического условия формирования культурного кода [19].

В рамках исследований, выполненных в традициях семиотического подхода, аккумулирующего достижения теоретических дисциплин с опорой на научную гносеологию с учётом специфики социального функционирования знаково-символических систем, решается проблема объяснения развития языков, разграничения контекстов и случаев употребления знаков и символов. В работах Стюарта Холла основой коммуникативных процессов выступает кодирование и декодирование [14, с. 57]. Коммуникация состоит из нескольких этапов: означивание (именование), эмоциональное закрепление, тематическое закрепление, метафорическое закрепление и привязка с помощью основных антиномий. В результате возникают продукты опосредствования различной степени влияния на социум. Переход отдельного явления в символ обозначает переход отдельного знака в обозначение целого класса явлений, его включение в личную жизнь индивида, определяя идентичность собственной культуре и встраивание явления или предмета в целостную модель мира.

Концепция семиотического подхода позволила разработать психологическую типологию культур. Основаниями для этой типологии являются: а) особенности культурно-исторического

мышления [19]; б) принципы функционирования характерных для данной культуры символических систем; в) логика создания текстовой структуры, текстовой формы [21]; г) определение реального и нереального, отношение к «мистике» [2; 4].

Научные исследования описывают как минимум шесть типов различных культур:

1) пралогическая культура (Л. Леви-Брюль, К. Леви-Стросс, Ф. У. Боас, Б. К. Малиновский, А. Лурия);

2) культура периода мифотворчества (А. Лосев, Л. Бенуа, Б. Библиер, Д. Золтай, Ю. Вайнберг

3) религиозная корпоративная культура (П. Бицилли, А. Гуревич, А. Пильгун, Ф. Шуон);

4) культура Возрождения, переходный тип культуры (В. Библиер, М. Венерт);

5) европейская культура Нового времени (Х. Клейнпетер, Г. Гегель);

6) культура XX–XXI вв. (Т. С. Кун, С. Гирц, П. Хиндемит, Г. К. Н. Холл, С. К. Лангер).

Эта типология представляет собой открытую систему. Дальнейшие исследования могут дополнить и развить её. Неизменным остаётся только принцип типологизации — это использование знаковых систем при создании текстов.

Барьеры кросс-культурной коммуникации генерируются не только фактологическим содержанием, способом кодирования или другим формально (в отдельной культуре) закреплённым содержанием. Любая фиксирующаяся и передаваемая информация эмоционально окрашена [7; 8; 9], а её декодирование, расшифровка и понимание «хранит пространство для символов, наполненных эмоциональной валент-

ностью» [17]. Таким образом, возможность межкультурной коммуникации и социального поликультурного взаимодействия определяется наличием у субъекта возможности оперировать с символическими моделями разных культур.

Методика исследования

Готовность и способность субъекта к кросс-культурной коммуникации развивается в ситуации активного межкультурного взаимодействия, которое может быть создано в условиях тренинга. Социально-психологический тренинг как метод обучения базируется на практике психологического воздействия, основанной на активных методах групповой работы, в результате которых формируются и развиваются знания, умения и опыт в области коммуникации. Успешность тренинга определяют созданные условия, средства и система действий, которые «запускают» необходимый для достижения целей психологический механизм.

Целью тренинга кросс-культурной коммуникации является создание условий и организация видов деятельности участников, в рамках которых субъект получает возможность выделять и разделять в опосредствованной информации общечеловеческие, существенные компоненты модели мира, общие для всех типов культур, а также культурно специфические, и средства их представления.

Разработанный тренинг основан на механизме символизации, который активизируется в процессе операций с символом в несколько последовательно или параллельно проходящих этапов: 1) ориентировка в том, к какой культуре данный символ относится,

2) мыслительные операции по воссозданию значения возможной ситуации, которую данный символ маркирует, 3) определение собственного отношения, переживание ситуации – создание символического образа, который оказывает эстетическое воздействие на человека и способствует обретению смысла, в случае, если он соотносится с реальной ситуацией.

Условием использования символизма музыкального искусства в тренинге кросс-культурной коммуникации является развитие у участников тренинга умений выделять систему ориентиров, состав ориентировочной части, позволяющий идентифицировать тип культуры и на основе этого выстраивать дальнейшее взаимодействие с субъектами, представителями этой культуры или с артефактами. Для музыкального искусства базовыми символическими средствами, позволяющими определить тип культуры, являются метро-ритмическая организация (временная характеристика) и ладо-гармоническая (последовательная и вертикальная звуко-высотная организация). Логическая структура тренинга была выстроена на основе созданной типологии культур. Каждая тема тренинга посвящена знакомству с одним типом культуры. Отдельный раздел и каждое задание тренинга включали ориентировочный и операциональный этапы.

Ориентировочный этап был разделён на две составляющие ориентировки: 1) этап предварительной ориентировки, позволяющий по метро-ритмической организации определить тип культуры; 2) собственно ориентировочный этап – определение музыкально-теоретической системы (характеристики ладо-гармонической

организации: модальное или тональное), свойственной для данной культуры.

Такое двухэтапное определение типа культуры позволяет идентифицировать значимые характеристики модели мира типа культуры, который определяет характеристики социальных групп и характер социальных связей в ней.

Цель операционального этапа — раскрыть содержание произведения через анализ формы и средств выразительности музыкального языка в контексте культурно-исторического развития, построить образ, соответствующий культурно-историческому периоду. На операциональном этапе слушатель объединяет отдельные элементы музыкальной ткани в целостную картину культуры. Процесс

создания образа происходит через осознание слушателем музыкальной формы и идентификации элементов музыкально-теоретической системы, воплощающей принципы символизма определённой культуры.

Применение в заданиях тренинга методов психотехники Ф. В. Василюка и приёмов актёрского мастерства А. Арто, М. Чехова позволяет создавать условия для переживания слушателями информации, передаваемой языком музыкального искусства, для диалогичного взаимодействия с позиций «композитор – исполнитель – слушатель».

Логическая последовательность активности участников тренинга, которая выдерживалась при выполнении каждого практического задания, представлена на рисунке 1.



Рис. 1 / Fig. 1. Изменение социального поведения в результате оперирования с символизмом музыкального искусства в кросс-культурной коммуникации / Changing of social behavior as a result of operating with the symbolism of musical art in cross-cultural communication

Выделены уровни достижений, которые определялись целью тренинга, и по степени приближения показателей к целевым оценивалась эффективность прогресса.

Критерии оценки тренинга кросс-культурной коммуникации

Критерий усвоения информационного и деятельностного компонента кросс-культурной коммуникации оценивался по умению определять на слух принадлежность музыкального произведения к типу культуры. Степени сформированности данного компонента определялись по степени переходов от уровня «узнавания» конкретного музыкального произведения или одного элемента к обобщённому умению идентифицировать музыкальное произведение как часть определённого типа культуры.

Критерий изменения эмоционального компонента кросс-культурной коммуникации измерялся по степени развития эмоционального отношения к музыкальным произведениям неизвестных для участника тренинга культур на основании оценки реципиентами своего отношения к музыкальным произведениям: непонимание – неприятие, отторжение, отрицательное отношение; понимание – нейтральное отношение; понимание – положительное отношение, стремление к межкультурному взаимодействию.

Уровень кросс-культурной коммуникации оценивался по обобщённости умений определять содержательную, композиционную, эмоциональную информацию, закодированную в музыкальных произведениях, произведениях изобразительных искусств и архитектуры. В данных заданиях оце-

нивалась информационная или иная опора, точность и полнота ответа (опора на спонтанно возникающий эмоциональный отклик, на тематическое единство, на определение типа культуры и построение культурно-исторической стратегии понимания).

На разных этапах исследования приняли участие 2282 студента из разных стран (РФ, Казахстана, Индонезии, Вьетнама, Монголии, Китая) от 17 до 31 г. ($M=20,0$, $SD=4,1$). При формировании выборки учитывалось, что участники исследования, студенты, представляют собой социально-возрастную группу, обладающую особым социальным статусом и связанным с ним ролевым репертуаром, определяющим перспективы социально-экономического развития общества, условием которого выступает мобильность и активность в кросс-культурной коммуникации [1; 6; 8]. При этом целенаправленно были включены группы из иностранной студенческой молодёжи, сохраняющие черты традиционной культуры.

Полученные эмпирические данные позволяют утверждать, что при взаимодействии субъектов, представителей одной культуры, с артефактами других культур, субъекты используют приёмы социального познания (категоризация, классификация, создание ярлыков, наименование, признание объяснительных процедур, понимание [2; 3; 21]), функционирующие в собственной культуре (как большая in-group). Построенная на основе символизма музыкального искусства типология культур позволяет выделить систему ориентировочных признаков и действий субъекта, способствующих оперированию с формами и структурными элементами изуча-

емого культурного и инокультурного артефакта, раскрывая его функциональные связи с миром. Полученные эмпирические данные позволяют утверждать, что возможность декодировать инокультурную информацию, понимать «язык» иной культуры [5] в значительной степени изменяют отношение субъекта к иным культурам, способствуют готовности и возможности кросс-культурной коммуникации.

Эмпирически рассмотрены условия, определяющие символизм музыкального языка как средство кросс-культурной коммуникации, использование которого определяет готовность и возможность субъекта выделять и понимать сущностное, общечеловеческое содержание образа мира представителями разных культур, использующих различные стратегии опосредствования. Эмпирически выявлена и статистически подтверждена возможность переноса умений оперировать с символизмом музыкального искусства на способность оперировать с символизмом других искусств как средства кросс-культурной коммуникации.

Выводы и заключение

1. Готовность и способность субъекта к кросс-культурной коммуникации развивается в ситуации активного межкультурного взаимодействия, которое может быть созда-

но в условиях тренинга. Социально-психологический тренинг как метод обучения базируется на практике психологического воздействия, основанной на активных методах групповой работы, в результате которых формируются и развиваются знания, умения и опыт в области коммуникации.

2. Полученные эмпирические результаты позволяют утверждать, что возможность декодировать инокультурную информацию, понимать «язык» иной культуры [5] в значительной степени изменяют отношение субъекта к иным культурам, способствуют готовности и возможности кросс-культурной коммуникации.

3. Рассмотрены условия, определяющие символизм музыкального языка как средство кросс-культурной коммуникации, использование которого определяет готовность и возможность субъекта выделять и понимать сущностное, общечеловеческое содержание образа мира представителями разных культур, использующих различные стратегии опосредствования. Эмпирически выявлена и статистически подтверждена возможность переноса умений оперировать с символизмом музыкального искусства на способность оперировать с символизмом других искусств как средства кросс-культурной коммуникации.

Статья поступила в редакцию

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрик Ж. К. Креативность групп // Социальная психология / под ред. С. Московичи. СПб.: Питер, 2007. С. 207–226.
2. Аликберов А. К. Роль коммуникации в религиозной метаморфозе инаковости: исторический аспект // Minbar. Islamic Studies. 2019. Т. 12. № 2. С. 364–372.
3. Андреева Г. М. Социальная психология в пространстве современной науки и культуры // Психологические исследования. 2013. № 30. Т. 6. URL: <https://psystudy.ru> (дата обращения: 10.10.21).

4. Деконши Ж. П. Верования, убеждения и идеологии: Системы представлений, обработка информации, когнитивные механизмы // Социальная психология / под ред. С. Московичи. СПб. : Питер, 2007. С. 342–371.
5. Донцов А. И., Стефаненко Т. Г., Уталиева Ж. Т. Язык как фактор этнической идентичности // Вопросы психологии. 1997. № 4. С. 75–86.
6. Сорокоумова Е. А., Катанова В. Г. Экспериментальное исследование самопознания личности студентов в образовательной среде вуза // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2015. Т. 17. № 1–2. С. 399–406.
7. Стефаненко Т. Г., Липатов С. А. О коллективных переживаниях и социальных эмоциях // Теоретические проблемы этнической и кросскультурной психологии: материалы пятой международной научной конференции: в 2 томах / Смоленск, 27–28 мая 2016 года. Смоленск: Смоленский государственный университет, 2016. С. 46–51.
8. Тарабакина Л. В. Эмоции и их связи с познавательными процессами // Психология человека в современном мире / под ред. А. Л. Журавлева. М.: Институт психологии РАН, 2009. С. 117–118.
9. Толстых Н. Н. Хронотоп: культура и онтогенез: монография. М., Смоленск: Универсум, 2018. 292 с.
10. Шадрова В. М. Кросс-культурные компетенции как основа эффективных коммуникаций в современном мире // Историко-психологические аспекты взаимовосприятия России и Запада: Материалы XLIV Международной научной конференции / Санкт-Петербург, 17 декабря 2018 года / под ред. С. Н. Полторака. СПб: Полторак, 2018. С. 150–152.
11. Giner-Sorolla R. From crisis of evidence to a «crisis» of relevance? Incentive-based answers for social psychology's perennial relevance worries // European Review of Social Psychology. 2019. Vol. 30 (1). URL: <https://www.tandfonline.com> (дата обращения: 10.10.21)
12. Gloor J. A non-instrumentalist approach to collective intentionality, practical reason, and the self. Göttingen: V & R Unipress, 2014. 255 p.
13. Hall E. The silent language. Garden City, N.Y.: Doubleday, 1959. 240 p.
14. Hall S. The Rediscovery of 'Ideology': Return of the Repressed in the Media Studies // Approaches to Media. A Reader / eds. O. Boyd-Barett, C. Newbold. London: Arnold, 1995. P. 354–364.
15. Helkama K., Verkasalo M., Myyry L. Honor as a value in Finland, Estonia, Italy, Russia, and Switzerland // Group Processes and Intergroup Relations. 2013. Vol. 16. № 3. P. 279–297.
16. Huijjer B. Social Representations Theory. A New Theory for Media Research // Nordicom Review. 2011. Vol. 2. № 32. P. 3–16.
17. Josŷ C., Goldstein B. R. John of Murs Revisited: The Kalendarium solis et lune for 1321 // Journal for the History of Astronomy. 2012. № 43. P. 412–437.
18. Leung K., Bond M. H. Social axioms: A model for social beliefs in multicultural perspective // Advances in Experimental Social Psychology. 2004. Vol. 36. P. 119–197.
19. Levy-Bruhl L. Les carnets de Lusien Levy-Bruhl P. Eastford: Martino Fine Books, 2015. 394 p.
20. Olausson U. Towards a European Identity? The News Media and the Case of Climate Change // European Journal of Communication. 2010. Vol. 25. № 2. P. 138–152.
21. Parkin A. J. Essential Cognitive Psychology. Oxford: Psychology Press, 2014. 340 p.

REFERENCES

1. Abric J. C. Creativity groups // Social Psychology. (Rus. ed. Abrik J.-C. Kreativniye gruppy // Sotsial'naya psikhologiya. Saint Petersburg, Peter Publ., 2007, pp. 207–226).

2. Alikberov A. K. [Changing values of the category “Other” in religious spheres. A phenomenon of communication as seen from historical perspective]. In: *Minbar. Islamic Studies*, 2019, vol. 12, no. 2, pp. 364–372.
3. Andreeva G. M. [Social psychology in space of modern science and culture]. In: *Psikhologicheskie issledovaniya* [Psychological Studies], 2013, vol. 6, no. 30. Available at: <https://psystudy.ru> (accessed: 10.10.21).
4. Deonchy J.-P. [Faiths, beliefs, and ideologies: belief systems, information processing, and cognitive mechanisms]. In: *Sotsial'naya psikhologiya* [Social Psychology]. Saint Petersburg: Peter Publ., 2007, pp. 342–371.
5. Dontsov A. I., Stefanenko T. G., Utalieva Zh. T. [Language as a factor of ethnic identity]. In: *Voprosy Psichologii*, 1997, no. 4, pp. 75–86.
6. Sorokoumova E. A., Katanova V. G. [Experimental study of students' self-identity in the university educational environment]. In: *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk* [Proceedings of Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences], 2015, vol. 17, no. 1–2, pp. 399–406.
7. Stefanenko T. G., Lipatov S. A. [On collective emotions and social emotions]. In: *Teoreticheskie problemy etnicheskoy i krosskul'turnoj psichologii: materialy pyatoy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii: v 2 tomah / Smolensk, 27–28 maya 2016 goda* [The theoretical problems of ethnic and cross-cultural psychology: the materials of the 5th International scientific conference, May, 27–28, 2016] Smolensk, Smolensk University of Humanities Publ., pp. 46–51.
8. Tarabakina L. V. Emotsii i ikh svyazi s poznavatel'nymi protsessami [Emotions and their connections with cognitive processes]. In: *Psikhologiya cheloveka v sovremennom mire* [Human Psychology in the Modern World]. Executive editors A. L. Zhuravlev. Moscow, Institute of Psychology RAS Publ., 2009, pp. 117–118.
9. Tolstykh N. N. *Khronotop: kul'tura i ontogenez* [Chronotope: culture and ontogeny]: monograph. Moscow, Smolensk, Universum Publ., 2018. 292 p.
10. Shadrova V. M. [Cross-cultural competence as the basis for effective communication in the modern world]. In: Poltorak S. N., ed. *Istoriko-psihologicheskie aspekty vzaimovospriyatiya Rossii i Zapada: Materialy XLIV Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii / Sankt-Peterburg, 17 dekabrya 2018 goda* [Historical and psychological aspects of the mutual perception of Russia and the West: the materials of the XLIV International scientific conference, Saint Petersburg, 17 December 2018]. Saint Petersburg, Poltorak Publ., 2018, pp. 150–152.
11. Giner-Sorolla R. From crisis of evidence to a «crisis» of relevance? Incentive-based answers for social psychology's perennial relevance worries. In: *European Review of Social Psychology*, 2019, vol. 30 (1). Available at: <https://www.tandfonline.com> (accessed: 10.10.21)
12. Gloor J. *A non-instrumentalist approach to collective intentionality, practical reason, and the self*. Göttingen, V & R Unipress, 2014. 255 p.
13. Hall E. *The silent language*. Garden City, N.Y., Doubleday Publ., 1959. 240 p.
14. Hall S. The Rediscovery of 'Ideology': Return of the Repressed in the Media Studies. In: *Approaches to Media*. London, Arnold Publ., 1995, pp. 354–364.
15. Helkama K., Verkasalo M., Myyry L. Honor as a value in Finland, Estonia, Italy, Russia, and Switzerland. In: *Group Processes and Intergroup Relations*, 2013, vol. 16, no. 3, pp. 279–297.
16. Huijjer B. Social Representations Theory. A New Theory for Media Research. In: *Nordicom Review*, 2011, vol. 2, no. 32, pp. 3–16.
17. Josŷ C., Goldstein B. R. John of Murs Revisited: The Kalendarium solis et lune for 1321. In: *Journal for the History of Astronomy*, 2012, no. 43, pp. 412–437.
18. Leung K., Bond M. H. Social axioms: A model for social beliefs in multicultural perspective. In: *Advances in Experimental Social Psychology*, 2004, vol. 36, pp. 119–197.

19. Levy-Bruhl L. *Les carnets de Lusien Levy-Bruhl*. Eastford, Martino Fine Books, 2015. 394 p.
20. Olausson U. Towards a European Identity? The News Media and the Case of Climate Change. In: *European Journal of Communication*, 2010, vol. 25, no. 2, pp. 138–152.
21. Parkin A. J. *Essential Cognitive Psychology*. Oxford, Psychology Press Publ., 2014. 340 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Звонова Елена Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент Московского педагогического государственного университета;
e-mail: zevreturn@yandex.ru; ORCID: 0000-0001-9271-8367

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Elena V. Zvonova – Cand. Sci. (Pedagogy), Assoc. Prof., Moscow Pedagogical State University;
e-mail: zevreturn@yandex.ru; ORCID: 0000-0001-9271-8367

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Звонова Е. В. Кросс-культурная коммуникация в искусстве: социально-психологические основы // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2022. № 2. С. 79–89.
DOI: 10.18384/2310-7235-2022-2-79-89

FOR CITATION

Zvonova E. V. Cross-cultural communication in art: socio-psychological foundations. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Psychological Sciences*, 2022, no. 2, pp. 79–89.
DOI: 10.18384/2310-7235-2022-2-79-89