

ДЕЯКІ АСПЕКТИ КРОС-КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Байбакова Ольга Олександрівна,
Козубовська Ірина Василівна,
м.Ужгород

В статті розглядаються питання крос-культурної комунікації. Підкреслюється неможливість досягнення реального успіху в крос-культурній комунікації без дотримання культурних норм і традицій кожної країни в процесі спілкування.

Ключові слова : крос-культурна комунікація, взаємодія, традиції.

Упродовж останніх десятиріч у вітчизняній науковій літературі цілком справедливо наголошується на необхідності володіння сучасними фахівцями принаймні однією з іноземних мов, що є показником професійної компетентності фахівця (Н.М.Бідюк, Л.І.Морська, Н.М.Микитенко). Водночас, варто підкреслити, що успішна професійна діяльність фахівців будь-якої сфери значній мірі залежить не тільки від володіння ними спеціальними професійними знаннями та знаннями іноземних мов, але й від знання мовленнєвого етикету, особливостей культури країни, з представниками якої налагоджуються ділові відносини, національних стилів спілкування, основ міжнародного етикету. Освоювати простір світового ринку без знання іноземних мов і ділового етикету неможливо. Ми підтримуємо думку багатьох зарубіжних вчених (Д.Робінсон, М.Мескон та ін.), які вважають, що неефективне спілкування часто є однією з суттєвих перешкод на шляху досягнення позитивного результату в професійній діяльності, а іноді стає причиною виникнення проблем у професійній сфері.

Ділове спілкування у міжнародному аспекті є складним процесом, опосередкованим ціннісною несумісністю національних бізнес-культур. Воно повинно відбуватися так, щоб унеможливити будь-який міжнародний конфлікт, спричинений зіткненням різних уявлень про належну поведінку. Цьому сприяє знання і дотримання вимог і правил культури міжнародного спілкування (крос-культурної комунікації) [1].

Крос-культурна (англ. cross – перетинати, переходити) комунікація – це вербальна і невербальна взаємодія представників різних моральних систем, світоглядів, релігій тощо

У крос-культурному аналізі бізнес-культур країн Західної Європи, Сполучених Штатів Америки, Японії та інших країн сучасні вчені часто використовують новітній культурологічний підхід, який ґрунтується на антитезі між ієрархічно-формальними та егалітарно-неформальними, стриманими і експресивними, поліхромними і монохромними, контактними і дистантними культурами, які обумовлюють відповідні види бізнес-культури.

У міжособистісних взаємовідносинах ієрархічно-формальних культур домінують принципи субординації, статусу; в егалітарно-неформальних – принцип професіоналізму особистості.

Залежно від фактору часу бізнес-культури поділяються на : монохронні і поліхронні. Представники перших дуже цінують час (як власний, так і ділових партнерів), вони дуже пунктуальні, вимогливі до ділових зустрічей і дотримання їх порядку денного. Поліхронні бізнес-культури більш гнучкі. Їх представники не надають надто великого значення фактору часу, пунктуальності. Ділові зустрічі є менш формальними, ніж у першому випадку. Під час цих зустрічей можуть

обговорюватися й питання, які заздалегідь не були внесені до порядку денного.

У міжкультурному спілкуванні є певні відмінності щодо меж допустимої емоційності. Якщо для експресивної культури ділових стосунків характерною є підвищена емоційність (регіони Середземномор'я, Південна Америка, частково США, Канада, Австралія, Східна Європа, Африка), то стримана культура ділових стосунків передбачає раціональні способи взаємодії (країни Східної та Південної Азії, Північна Європа, Німеччина, Велика Британія, Японія).

Слід відзначити, що представники експресивних (контактних) культур не зважають на особистісний простір партнера по спілкуванню і часто порушують його, що не характерно для стриманих (дистантних) культур. У експресивних культурах ділових відносин партнери можуть дозволити собі переривати монолог партнера, що у стриманих культурах є недопустимим.

У системі крос-культурного спілкування існує також індивідуалістична і колективістська культури. Перша з них ґрунтується на засадах автономії особистості, поваги до її прав і свобод, друга – спрямована на збереження, постійне відтворення національних звичаїв, традицій, норм.

Представники західноєвропейських індивідуалістичних культур акцентують увагу на інформації, а не на способі її донесення. Для них властиве лаконічне мовлення, логічно вмотивоване, послідовне, точне мислення. Носії колективістських культур (Схід, Азія) у спілкуванні звертають увагу на контекст повідомлення, тобто надають увагу не тільки тому, про що йде мова, але й тому, яким чином це висловлюється.

Результати здійсненого нами аналізу наукових джерел [2-5] свідчать, що у професійно-ділових стилях спілкування різних європейських країн є суттєві відмінності, які на сучасному етапі розширення міжнародних контактів і співробітництва у всіх сферах слід знати і враховувати, щоб досягти взаєморозуміння й успіху у спілкуванні. У міжнародному бізнесі виокремлюють арабську, азійську та американську моделі комунікативної поведінки у бізнесі, які конкретизуються відповідними національними бізнес-культурами й відрізняються як у вербальному, так і невербальному аспектах. Щодо європейської культури ділового спілкування, то вона не є монолітною, а поєднує в собі різні типи комунікативної поведінки у бізнесі – формально-ієрархічні та егалітарні, максимально стримані та експресивні, монохромні і поліхронні культури спілкування, бізнес-культури, орієнтовані на угоду, та бізнес-культури, орієнтовані на стосунки. Попри значні відмінності, всі європейські культури ґрунтуються на принципах автономії особистості, гідності людини, що відрізняє їх від колективістських культур арабо-азійського світу.

Коротко охарактеризуємо основні особливості ділового етикету і, відповідно, спілкування, в окремих англомовних країнах.

Американська культура ділового спілкування належить до монохронної, неформально-ієрархічної, помірковано-експресивної культури, орієнтовано на угоду. Американське суспільство відноситься до так званих культур з низьким рівнем контексту. Це означає, що в ділових переговорах з американцями не слід заглиблюватися в словесні нетрі, де-

монструючи свою ерудицію і уміння вибудувати складні лінгвістичні конструкції. Якщо виражатися занадто вишукано, вас можуть запідозрити в бажанні похизувати своєю освітою, зверхністю і тим самим принизити партнера по спілкуванню. Головною особливістю американського стилю спілкування є високий професіоналізм, не надто офіційна атмосфера спілкування, що дозволяє їм досить швидко перейти на звертання по імені, максимальна лаконічність. У спілкуванні американці досить відкриті, їм не подобається показна формальність. Вони ввічливі, демократичні, не зважають на вік та соціальний статус співрозмовника. Однак дружні стосунки у них досить формальні, а глибока емоційна прихильність серед ділових партнерів – доволі рідкісне явище. Їх суттєві національно-психологічні особливості чітко проявляються у діловитості і практичності вирішення проблеми. Пропозиції починають обговорюватися із загального питання, поступово переходячи на деталі. Розгляд будь-яких питань ґрунтується на логічній аргументації. Стосовно стилю ділових переговорів, слід зауважити, що американські партнери дуже позитивно сприймають професійну презентацію з наочними прикладами, цифрами. Розмовляють американці, зазвичай, досить голосно. Цінують гумор і добре реагують на жарти, краще не дуже витончені. Люблять посміхатися і чекають посмішки від співбесідника. Відсутність посмішки сприймається як свідчення певних проблем. Американці завжди налаштовані на успіх. Вони доволі настирливо намагаються реалізувати свої цілі, переслідуючи власну вигоду. Іноді їх самовпевненість, завищена оцінка власних сил і можливостей, егоцентризм можуть спричинити непорозуміння у спілкуванні. Слід також враховувати патріотизм, характерний для більшості американців. Вони самі можуть критикувати свою країну, але дуже негативно сприймають це з боку інших. Це ж стосується і питання дотримання свобод. Для американців свобода – найвища цінність і вони не потерплять жодних спроб утиску. Для налагодження продуктивних ділових стосунків з американськими партнерами слід також знати, що для американців важливим є прямий контакт очей в процесі ділового спілкування. Також партнерам під час ділової зустрічі варто мати з собою не тільки візитки, але й CV (curriculum vitae – автобіографія, короткий життєвий шлях), який містить необхідну інформацію про особу.

Дуже цікавою є специфіка ділових відносин у Великій Британії. Англійці (британці) відрізняються, перш за все, стриманістю, деякою манірністю поведінки. Представники цієї нації небагатослівні, уникають категоричних тверджень або явного прояву незгоди. Відзначаються дуже розвиненим відчуттям справедливості, не терплять проявів підступності і хитрощів, надзвичайно пунктуальні і цього ж вимагають від партнерів. При веденні справ покладаються на чесність партнерів. Великого значення надають званням і титулам, не люблять звертатися до малознайомої людини по імені. У Великій Британії дотепер шанують аристократичні традиції. Часто особисті успіхи людини виявляються

менш значущими, ніж приналежність до знатного роду. Статус багато в чому залежить від регіону, в якому народилася і виховувалася людина, її соціального походження. У ділових стосунках британські бізнесмени надають перевагу партнерам, яких добре знають. Чим триваліші стосунки, тим вища ймовірність досягнення позитивного результату у співпраці. Досить важливо справити якнайкраще враження на британських ділових партнерів при першій зустрічі. У Британії великого значення надають письмовим рекомендаціям. Особливості англійського стилю спілкування зумовлені парадоксами англійського характеру, до яких відносять поєднання конформізму та індивідуалізму, ексцентричності й логічності, привітності й замкнутості, відчуженості й співчутливості, простоти й снобізму. Під час професійно-ділового спілкування англієць, як правило, врівноважений, спокійний, уникають гострих проблем. Фізичні контакти з британцями під час ділових зустрічей не варто практикувати (поплескування по плечу, дружній дотик), так само не слід дуже близько підходити до співбесідника, оскільки те, що для італійця чи француза є цілком нормальним, для британця – непристойність, прояв фамільярності. Англієць відомий своєю схильністю і умінням вичікувати. Нічим не видаючи своїх намірів, вони шукають зручного для обох сторін рішення. Рішення приймають повільніше, ніж, наприклад, французи. Попри певну некоммунікбельність, їх не варто вважати індивідуалістами, а за зовнішньою стриманістю, підкресленою ввічливістю часто приховується душевне сприйняття навколишнього світу, емоційність, здатність до співчуття. Гумор є характерною складовою британської комунікативної культури, її національним надбанням. Веселі жарти та анекдоти, які зазвичай зрозумілі і для представників інших культур, часто допомагають британцям налагоджувати позитивні стосунки з діловими партнерами. При цьому, жартуючи, вони можуть зберігати цілковиту незворушність.

Різноманітність ділової практики спричинила виникнення відмінностей між нормативними базами професійних етик, детермінованих специфікою певної професії. Безперечно, ділове спілкування в сфері медицини буде відрізнятися від ділового спілкування у спорті. Проте, як підкреслює І.Сайтарли [1, с.140], існує загальний кодекс професійної етики, в основі якого лежать універсальні правила ділового спілкування: глибока повага до іншої людини; принцип достатньої поінформованості, який вимагає говорити не більше і не менше, ніж це потрібно для справи; використання правдивої інформації, оскільки від цього залежить ступінь довіри між колегами. (довірливі стосунки між співробітниками виявляються також у їх спроможності надавати один одному професійну допомогу, підтримку); принцип доцільності у професійних відносинах, який означає вміння не відхилитися від теми розмови і знаходити ефективні вирішення складних питань; чітке і переконливе для співрозмовника висловлення думки, здатність уважно вислухати і адекватно сприйняти позицію співрозмовника.

Література та джерела

1. Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків : Навч. посібн. / І.А.Сайтарли. – К : Академвидав. – 240 с.
2. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділового спілкування : навч. посіб. / Н.В.Ботвина. – К : АРТЕК, 2000. – 192 с.
3. Culture in Second Language Teaching and Learning / Ed. E. Hinkel. – Cambridge Applied Linguistics Series. – Cambridge : Cambridge University Press, 1999. – 250 p
4. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации / Т.Г.Грушевицкая. – М.: Юнит, 2002. – 252 с.
5. Повна енциклопедія етикету / укл. О.Кривошея. – Донецьк : ТОВ «Глорія Трейд», 2010. – 384с.

Статья посвящена рассмотрению проблемы кросс-культурной коммуникации. Подчеркивается невозможность достижения реального успеха в кросс-культурной коммуникации без соблюдения культурных норм и традиций каждой

станы в процессе общения.

Ключевые слова : кросс-культурная коммуникация, взаимодействие, традиции.

This article deals with the problem of cross-cultural communication. It is underlined that the real success in cross-cultural communication can't be achieve without following cultural norms and traditions of each country.

Key words: cross-cultural communication, interaction, traditions.