

Селюжицкая Л. Н.,
УО "Полесский государственный университет", г. Пинск

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРОТИПОЛОГИЧЕСКИХ РАЗЛИЧИЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

У статті розглядається типи культур, культуротипологічні відмінності і їх вплив на ефективність між-культурологічного спілкування.

Ключові слова: культура, культуротипологічній, відмінності, міжкультурній, ділове спілкування.

В статье рассматриваются типы культур, культуротипологические различия и их влияние на эффективность межкультурного делового общения.

Ключевые слова: культура, культуротипологический, различия, межкультурный, деловое общение.

The article is about types of culture, cultural differences and their influence on the effect of cross-cultural business communication.

Key words: culture, type culturel, difference, international communication, crossculturel, business communication.

Либерализация мировой экономики в конце 20-го века, возникновение новых рынков и зон свободной торговли, увеличение количества совместных предприятий создали новые условия и возможности для работодателя и работника. Эти факторы стимулировали миграционные процессы людей – носителей разных культур и языков и обострили как проблемы психологии межкультурного общения, так и проблемы, связанные с подготовкой людей к участию в нем. Возникла потребность в специалистах, которые обладают компетенциями, позволяющих успешно интегрировать в инокультурное пространство, т.е. соответствовать иноязычной культуре, как собственной [3, с. 97].

В первой половине XXI века проблемы межкультурного общения становятся жизненно значимыми для каждого государства. Политикам, бизнесменам, представителям самых разных профессий приходится взаимодействовать со своими коллегами из всего мира. В XXI веке преуспевающим менеджером будет тот, кто восприимчив к межкультурным различиям. Участвуя в деловых встречах, в переговорах, в совместном предприятии или лицом к лицу сталкиваясь с представителем другой культуры, огромное преимущество специалисту даст знание культурных особенностей страны его деловых интересов. Учитывая особенности культуротипологических различий, будущие менеджеры, специалисты в сфере международных отношений, руководители совместных предприятий смогут владеть методами организации, поддержки эффективной работы международных коллективов.

Внимание к культурным корням и национальным особенностям других людей, как в обществе, так и в сфере бизнеса позволит партнерам по диалогу предвидеть и точно просчитать то, как они будут реагировать в процессе межкультурного делового общения и избежать межкультурных конфликтов. На начальном этапе межкультурные конфликты могут не возникать, но по мере углубления сотрудничества, как показывает практика, они становятся неизбежными. Причем чем глубже интеграция, тем сильнее проявляются различия во взглядах и привычках представителей разных культур. Эти проблемы могут привести к конфликтам внутри международной команды, а часто к остановке проекта и расторжению контрактов.

Актуальность настоящей работы обусловлена тем, что в современном мире все чаще осознается необходимость выявления, изучения и учета культуротипологических различий, которые создают трудности в межкультурном общении.

Проведенный анализ литературы по данной проблематике показывает, что аспекты исследования культуры можно найти в трудах российских и зарубежных ученых и исследователей (Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, В.В. Сафонова, И.Л. Плужник, Дж. Берри, Р. Льюис, Ф. Тромпенаарс и т. д.).

Британский культуролог и лингвист Р. Льюис разделяет национальные и региональные культуры на три группы: моноактивные, или линейно организованные, ориентированные на задачу (task-oriented), четко планирующие деятельность; полиактивные, ориентированные на людей (people-oriented); реактивные, или слушающие, ориентированные на сохранение уважения (respect-oriented listeners). Итальянцам кажется, что немцы чопорны и живут по часам; немцам итальянцы представляются беспорядочно жестикулирующими; японцы наблюдают и спокойно учатся у тех и других [1, с. 64].

Согласно исследованиям Р.Льюиса, моноактивные культуры – это культуры, в которых принято планировать свою жизнь, составлять расписания, организовывать деятельность в определенной последовательности, заниматься только одним делом в данный момент. Они придают огромное значение анализу проекта, решают все проблемы в жесткой последовательности и добиваются почти совершенного результата. Им нелегко работать с людьми, работающими в другом стиле, например с арабами или представителями средиземноморских культур. Типичные представители такой культуры англосаксы: американцы, англичане, немцы, северные европейцы.

Полиактивные культуры – подвижные, общительные народы, привыкшие делать много дел сразу, планирующие очередность дел не по расписанию, а по степени относительной привлекательности, значимости того или мероприятия в данный момент. Им свойственно одновременно делать несколько дел, попутно, нередко не доводя их до конца. Носители полиактивной культуры экстравертны. Они не любят обрывать беседу на полуслове, для них завершить межличностное взаимодействие – наилучшая форма инвестирования времени. К таким культурам относятся такие народы, как южные европейцы, латиноамериканцы и арабы.

Реактивные (слушающие) культуры – культуры, придающие наибольшее значение вежливости и уважению, предпочитающие молча и спокойно слушать собеседника, осторожно реагируя на предложения другой стороны. К реактивной культуре относят такие страны как Япония, Китай, Сингапур, Корея, Турция, Финляндия, Тайвань.

Предпочтительным способом общения в реактивных культурах является монолог – пауза – размышление – монолог. При встрече с представителями данных культур необходима следующая последовательность действий: внимательно слушать; понимать намерение собеседника; некоторое время хранить молчание, чтобы оценить значение сказанного; затем задавать уточняющие вопросы; конструктивно реагировать; поддерживать определенную степень непроницаемости; уметь приспосабливаться к сильным сторонам и достижениям партнера; улучшать их; совершенствовать; доводить до совершенства, если можно.

В моноактивной и полиактивной культурах способом коммуникации является диалог. Один прерывает монолог другого частыми комментариями или вопросами, демонстрируя вежливый интерес к тому, о чем идет речь. Едва замолкает один партнер, слово берет другой. Моноактивным людям реактивная тактика кажется сложной для понимания, поскольку она не вписывается в линейную систему (вопрос/ответ, причина/следствие) [1].

Данная классификация культур Р. Льюиса является важным практическим инструментом повышения эффективности межкультурного делового общения. Учитывая культуротипологические различия, менеджеры встречаясь друг с другом, смогут в одной сделке применять в зависимости от ситуации немецкий тип планирования, китайский способ разрешения конфликтов, японский тип своевременного изменения условий контракта, российскую изобретательность в тупиковых ситуациях и т.д. до бесконечности.

Особое внимание Р. Льюис уделяет ценностной структуре личности. Личность бизнесмена, по его мнению, представляется в виде известной русской матрешки. Самая маленькая матрешка – это набор базовых ценностей: здоровье, уважение близких и друзей, теплота отношений с ними. Следующая матрешка – набор ценностей, сформированных в данной цивилизации, например, приоритет личности в западной цивилизации и принцип коллективизма в восточной. Далее следует матрешка, содержащая набор социокультурных ценностей, характерных для данного региона или страны. Наконец идет матрешка, выражающая профессиональные ценности. В ситуации конкретного межкультурного делового взаимодействия может быть задействована любая из этих матрешек. Однако перспективы становления общей основы международной деловой культуры зависят от ядра этой конструкции, представленного набором базовых этических ценностей.

Ф. Тромпенаарс также исследовал влияние культуры на бизнес и выделил следующие слои культуры, такие как:

- внешний (эксплицитный) слой – артефакты и продукты (институты, существующие в обществе);
- средний слой – нормы и ценности (правила поведения в обществе);

– сердцевина (эксплицитный, скрытый слой) – базовые представления и установки (скрытая суть культуры, которая наиболее трудно постигается представителями других культур, так как базовые представления о жизни усваиваются подсознательно и передаются от поколения к поколению) [5, с. 22-23].

Следует отметить, что успех межкультурного делового общения достигается тогда, когда партнеры по диалогу обладают следующими характеристиками:

- способность переносить неоднозначные, противоречивые ситуации;
- толерантность, терпимость к чужой культуре;
- гибкость мышления в новых ситуациях общения, способность понять способы мышления, мотивы и чувства собеседников чужой культуры;
- способность к дифференцированному восприятию и переработке новых необычных противоречивых ситуаций и способов поведения;
- уважение к другим культурам;
- готовность к межкультурному общению – интерес к другим культурам.

Такие характеристики необходимы для эффективного межкультурного делового общения и свидетельствуют об оптимальной аккультурации. Канадский социолог Дж. Берри выделяет следующие формы аккультурации:

- ассимиляция (уподобление, отказ от свойств и признаков собственной культуры, принятие образцов поведения гостевой культуры как собственной; означает потерю собственных культурных корней, которые заменяются ценностями гостевой культуры);
- интеграция (вхождение в другую культуру посредством постепенного освоения ее норм, ценностей, образцов поведения, сохранение собственной культуры);
- сепаратизм (члены группы, сохраняя свою культуру, отказываются от контактов с другой);
- сепаратизм (категорически исключается возможность установления контактов с большей по количеству группой);
- маргинализация (группа и ее члены теряют свою культуру, но и не желают интегрировать в гостевую культуру, не приобщаются и к ней) [4, с. 26-39].

И.Л. Плужник выделяет новую форму межкультурного взаимодействия – “поликультурность, которая предполагает не только сохранение своей культуры, но и обогащение ее за счет признания и принятия иной культуры, готовности к освоению других культур” [2, с. 47].

Итак, для установления в будущем гармоничных отношений между деловыми партнерами существенное значение имеет распространение грамотности межкультурного общения. Изучение, осознание и учет культуротипологических различий позволит будущим специалистам правильно и максимально точно интерпрети-

ровать и прогнозировать поведение представителей иной культуры и снизить вероятность недопонимания во время переговоров. Перспектива развития межкультурного делового общения должна находиться на пути к выявлению и укреплению на общечеловеческой нравственной основе фундамента единой международной деловой культуры, т.е. следует обращать внимание не на то, что разъединяет людей, а на то, что их объединяет. И чем ближе будут продвигаться друг к другу представители разных культур, тем менее значимыми будут их различия, в том числе культуротипологические различия.

Литература:

1. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. / Р. Д. Льюис – М. : Дело, 1999.
2. Плужник И. Л. Формирование межкультурной коммуникативной компетенции студентов гуманитарного профиля в процессе профессиональной подготовки: дис. ... доктора пед. наук: 13.00.01 – общая педагогика, история педагогики и образования. / И. Л. Плужник. – Тюмень, 2003.
3. Селюжицкая Л. Н. Межкультурная профессиональная коммуникативная компетенция как цель языковой подготовки студента неязыкового вуза. Материалы международной научно-практической конференции. – Минск : БГЭУ. – 1-2 февраля 2013.
4. Berry, J. Psychology of Acculturation // Applied Cross-Cultural Psychology. – Newberry Park. CA : Sage, 1990.
5. Trompenaars F. Riding the Waves of Culture. – Lnd. : Economist Book, 1993. 349 p.