

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная
академия»**

Т.С. Новикова, Е.М. Сычева

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Учебное пособие для студентов сельскохозяйственных вузов



Смоленск – 2019

УДК 316.772.4(075.8) ББК

Ч114я73

Н73

Рецензенты:

Королькова А.А., д.филол.н., профессор ФГБОУ ВО «Смоленской государственной университет»

Соловьев А.Н., к.филол.н., доцент кафедры гуманитарных и математических наук ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА

Н73 Новикова Т.С., Сычева Е.М. Межкультурные коммуникации: учебное пособие для студентов сельскохозяйственных вузов. – Смоленск, ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2019. – 84 с.

Пособие отражает базовые темы, раскрывающие современные представления о межкультурной коммуникации. Пособие направлено на формирование представления о сущности межкультурной коммуникации, ее закономерностях и трудностях, возникающих в процессе взаимодействия представителей различных культур.

Предназначено для аудиторной и внеаудиторной работы студентов сельскохозяйственных вузов.

Печатается по решению методического совета ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА (протокол № 3 от 26.11.2019г.)

© Новикова Т.С., Сычева Е.М., 2019
© ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2019

ГЛАВА 1. ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ

1.1. Понятие коммуникации и ее роль в современной жизни

В жизни современного человечества большую роль играет активное взаимодействие различных стран, народов и их культур. **Межкультурная коммуникация** – это общение людей, которые представляют разные культуры. Теория межкультурной коммуникации является относительно молодой наукой, несмотря на то, что люди становятся участниками межкультурных контактов с древних времен.

Когда люди вступают в международные контакты, они сталкиваются с представителями других культур, которые могут достаточно сильно отличаться друг от друга в языке, национальной кухне, одежде, нормах общественного поведения, отношении к миру и другим людям. Из-за разницы между собой эти контакты могут быть трудными, а иногда и невозможными. При этом каждый человек воспринимает чужую культуру через свою собственную, что очень мешает при межкультурных контактах. Для того чтобы общение между представителями разных культур было успешным, необходимо специально учиться эффективной межкультурной коммуникации.

Становление теории межкультурной коммуникации как учебной дисциплины началось после Второй мировой войны в США. Во время войны представители разных стран были вынуждены совместно решать мировые проблемы. Именно тогда в США была создана группа лингвистов, антропологов, специалистов в области коммуникации, которые должны были объяснить культурные различия и особенности поведения как союзников в войне, так и врагов.

После Второй мировой войны большое количество американских чиновников, различных специалистов стали работать за рубежом. Постепенно возникло понимание того, что недостаточно только знать чужой язык, необходимо изучение культуры другого народа, его обычаев, традиций, норм поведения.

Это стало причиной того, что в 1946 г. правительство США создало Институт службы за границей, который возглавил лингвист Эдвард Холл. Первоначально исследователи межкультурной коммуникации ставили перед собой практические задачи: 1) подготовить американцев к эффективной деятельности за границей; 2) помочь адаптироваться в США иностранным студентам; 3) помочь разрешению межрасовых и межэтнических конфликтов.

В 1954 г. была опубликована книга Э. Холла и Д. Трагера «Культура как коммуникация», в ней впервые был предложен термин *межкультурная коммуникация*. Именно Холл первым предложил сделать проблему межкультурной коммуникации предметом самостоятельной учебной дисциплиной. В 1960-е гг. этот предмет начал преподаваться в ряде университетов США.

В Европе становление межкультурной коммуникации как учебной дисциплины происходило позднее, чем в США, и было связано с созданием Европейского союза. В связи с этим сформировался интерес ученых к проблемам межкультурного общения. В некоторых западноевропейских университетах на рубеже 70-80-х гг. двадцатого века были открыты отделения межкультурной коммуникации.

1.2. Общение и коммуникация, виды коммуникации и стили общения

Понятия *общение* и *коммуникация* часто употребляются учеными как синонимы, хотя их содержание совпадает не полностью. С точки зрения лингвистической науки, термины *общение* и *коммуникация* мало

различаются, под ними понимается обмен мыслями и информацией в форме речевых или письменных сигналов.

В психологии и социологии термин *коммуникация* используется для обозначения процесса передачи информации от человека к человеку, а также передачи и обмена информацией в обществе с целью воздействия на социальные процессы. *Общение* же – это межличностное взаимодействие людей, которое имеет моральную, информационную, духовную, практическую ценность.

Понятия *общение* и *коммуникация* имеют как общие, так и отличительные признаки. И общение и коммуникация – это процессы обмена и передачи информации, они связаны с языком как средством передачи информации. Отличаются эти понятия объемом своего содержания: общение в основном связывают с межличностным взаимодействием, а понятие *коммуникация* включает дополнительное значение «информационный обмен в обществе».

Современная наука дает следующие определения понятиям *общение* и *коммуникация*: **общение** – это социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их познавательно-трудовой и творческой деятельности. Оно реализуется в основном при помощи вербальных средств коммуникации. **Коммуникация** представляет собой социально обусловленный процесс передачи и приема информации как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств.

К **вербальным средствам коммуникации** относятся различные формы языкового общения. Наиболее известной формой вербальной коммуникации является человеческая речь, благодаря которой люди получают и передают основную массу информации.

Культуры различаются в зависимости от того, какое значение в них придается словам. Так, для западных культур большое значение имеют вербальные сообщения, соответственно, речь ими воспринимается

независимо от контекста, она важна сама по себе. Не случайно, такие культуры получили название **низкоконтекстуальных**. Напротив, в азиатских и восточных культурах вербальные высказывания очень тесно связаны с этикой, психологией, политикой и социальными отношениями. В таких культурах большое значение придается тому, как, в какой ситуации, кем передано словесное сообщение. Для таких культур очень важен контекст сообщения, поэтому их называют **высококонтекстуальными**. Представители данных культур настороженно относятся к возможностям языка, поэтому большое значение придают строгим манерам и этикету. Они сдержанны в оценках, учтивость для них важнее правдивости, тогда как большинство европейских культур, для которых контекст не очень важен (французская, английская, немецкая), одобрительно относятся к тем, кто выражает свои мысли и чувства точно, ясно, просто и прямо.

Эффективная межкультурная коммуникация требует знания стилей вербальной коммуникации и умения их использовать. **Стиль общения** представляет собой форму коммуникативного поведения человека, проявляющуюся в любых условиях взаимодействия, в любой ситуации. Мастерство коммуниканта заключается в умении найти наиболее точное и наиболее подходящее для каждого конкретного случая стилистическое средство языка. Кроме того, стили коммуникации различны в разных культурах. Обычно выделяют четыре группы стилей вербальной коммуникации:

1. Прямой и непрямой стили коммуникации.

Прямой стиль заключается в выражении истинных намерений человека. Непрямой стиль помогает скрывать желания, потребности и цели человека в общении. Прямой стиль общения больше характерен для низкоконтекстуальных культур, например, американской. Для американцев очень характерны следующие высказывания: «Говорите, что вы имеете в виду», «Давайте по существу» и т. д.

Непрямой стиль является ведущим в высококонтекстуальных культурах. Так, например, корейцы стараются не давать негативных ответов типа «нет» или «я не согласен с вами». Обычно они используют уклончивые ответы типа «я согласен с вами в принципе» или «я сочувствую вам».

2. Искусный, точный и сжатый стили коммуникации.

Данные стили определены степенью использования экспрессивных средств языка, пауз, молчания. Искусный стиль предполагает использование богатого, экспрессивного языка в общении. Использование данного стиля характерно для многих ближневосточных культур. Так, например, в арабских культурах, отказываясь от чего-либо, недостаточно просто сказать «нет», отказ обязательно сопровождается клятвами и заверениями. Для точного стиля характерно употребление лаконичных, сдержанных высказываний. Данный стиль используется в Западной Европе и США. Сжатый стиль, помимо лаконичности и сдержанности, включает уклончивость, использование пауз и выразительного молчания. Сжатый стиль свойственен многим азиатским культурам и некоторым культурам американских индейцев.

3. Личностный и ситуационный стили коммуникации.

В личностном стиле главное – это личность индивида. Язык личностного стиля отражает социальное равенство. Например, американцы предпочитают прямое обращение к собеседнику по имени и стараются не делать половых различий в стиле вербального общения. Ситуационный стиль делает акцент на роли человека в обществе, его статусе.

4. Инструментальный и аффективный стили коммуникации.

Инструментальный стиль общения прежде всего направлен на говорящего и на цель коммуникации. Данный стиль представлен в европейских культурах и США. Здесь люди стремятся предъявить себя собеседнику в речи, хотят, чтобы их поняли при помощи вербального общения.

Аффективный стиль общения ориентирован на слушающего и на процесс коммуникации. При аффективном стиле прежде всего важны потребности собеседника, поэтому человек старается быть осторожным в своей речи, важно не то, что говорится, а то, что делается, поэтому особую важность имеет контекст общения.

Все варианты коммуникативных стилей присутствуют практически во всех культурах, но в каждом случае стиль коммуникации отражает ценности и нормы, лежащие в основе той или иной культуры, и усваивается представителями данной культуры с детства.

Понятие **невербальная коммуникация** включает в себя представление о передаче информации при помощи жестов, мимики, поз, одежды, причесок, окружающих людей предметов, привычных действий. Все это является определенным видом невербальных сообщений, т. е. сообщений без использования слов. При помощи невербальной коммуникации передается 65% информации.

Невербальная коммуникация представляет собой обмен невербальными сообщениями между людьми, а также их интерпретацию. Невербальные сообщения способны передавать информацию о личности партнера по общению. Также через невербальные средства можно узнать об отношении людей друг к другу, их близости или отдаленности, типе их отношений. Кроме того, это информация об отношениях участников коммуникации к самой ситуации: насколько они комфортно чувствуют себя в ней, интересно ли им общение или они хотят поскорее выйти из него.

Невербальное общение является составной частью межкультурной коммуникации и взаимосвязано с вербальным общением следующим образом:

1. Невербальное общение может дополнять вербальное сообщение: если вы улыбаетесь и говорите: «Привет, как дела?», то эти два действия дополняют друг друга. Речь лучше понимается, если она сопровождается жестами.

2. Невербальное поведение может противоречить вербальным сообщениям. Например, если вы не смотрите в глаза своему собеседнику и говорите: «С вами очень приятно беседовать», то такое невербальное действие показывает, что вы неискренни.

3. Невербальные поступки могут заменять вербальные сообщения: ребенок может указать на игрушку вместо того, чтобы сказать: «Хочу эту игрушку».

4. Невербальные действия могут служить регуляторами вербального общения. Это означает, что невербальные знаки используют для управления действиями людей. Например, по кивку головы, взгляду, по интонации или наклону туловища мы можем понять, что необходимо вступить в разговор.

5. Невербальное действие может повторять словесное сообщение. Например, когда просят говорить тише, прикладывают указательный палец к губам.

Люди используют невербальное общение для того, чтобы полнее, точнее и понятнее выразить свои мысли, чувства, эмоции. Это является общим для всех культур, хотя невербальные знаки в различных культурах могут иметь разное значение. Следовательно, для общения с представителями других культур необходимо знать и понимать невербальные формы коммуникации, характерные для данной культуры.

Ученые выделяют следующие элементы невербального общения: кинесика, тактильное поведение, сенсорика, проксемика, хронемика. Все элементы невербальной коммуникации тесно связаны друг с другом, они могут взаимно дополнять друг друга и вступать в противоречие друг с другом.

Кинесика представляет собой совокупность жестов, мимики, поз, телодвижений, которые используются в коммуникации как дополнительные выразительные средства общения. В разных культурах одни и те же жесты,

выражения лица и т. п. имеют разное значение. Изза этого возникают проблемы в межкультурной коммуникации.

Тактильное поведение (рукопожатия, поцелуи, похлопывания, объятия и т. п.) представителей различных культур также может существенно отличаться. Внутри каждой культуры есть свои правила прикосновений, которые определяются традициями, обычаями и полом участвующего в общении человека. В зависимости от отношения к прикосновениям культуры разделяют на контактные и дистантные. К **контактным** относятся культуры, в которых прикосновение очень распространено (латиноамериканские, восточные, южно-европейские культуры). Представители же **дистантных** культур предпочитают находиться от своего собеседника на расстоянии (североамериканцы, азиаты, жители Северной Европы).

Общение с собеседником достаточно сильно зависит от того, как мы чувствуем запахи, ощущаем вкус, воспринимаем цвет и звук. **Сенсорика** – это тип невербальной коммуникации, который основан на чувственном восприятии представителей других культур. В общении большое значение имеют запахи. Так, запахи, положительно воспринимаемые в одной культуре, могут показаться отвратительными в другой. Это относится, например, к ароматам традиционной кухни. То же можно сказать и о цветовых сочетаниях, используемых в разных культурах, музыкальной культуре народов. Оценка, которую мы даем той или иной культуре, зависит от количества приятных и неприятных сенсорных ощущений. Если приятных ощущений больше, мы оцениваем культуру положительно. Если больше негативных ощущений, культура нам не нравится.

Еще один важный элемент невербальной коммуникации – проксемика. **Проксемика** – это использование пространственных отношений при коммуникации. Пространственная организация коммуникации существенно отличается в различных культурах. Общение людей всегда происходит на определенном расстоянии друг от друга. Это расстояние зависит от

культурных особенностей и от отношения к конкретному собеседнику. Э. Холл выделил четыре зоны коммуникации:

1. *Интимная зона коммуникации* располагается наиболее близко к телу человека. Вторгаться в нее не принято практически во всех культурах мира. Величина интимной дистанции определена той или иной культурой: в западноевропейских культурах это около 60 см; в культурах восточноевропейских народов – приблизительно 45 см; в странах южной Европы и Средиземноморья это расстояние от кончика пальцев до локтя руки.

2. *Личная зона коммуникации* – это расстояние при общении человека и всеми другими людьми. В этой зоне происходит большинство контактов человека, она равняется 45–120 см. Незнание границ личной зоны при межкультурном общении может привести к межкультурному конфликту, т. к. понимание личной дистанции в разных культурах различается. Так, исследования показывают, что для личного общения англичане используют больше пространства, чем французы и итальянцы, а личная зона латиноамериканцев соответствует интимной зоне североамериканцев.

3. *Социальная зона коммуникации* – это дистанция, которую мы выдерживаем, когда общаемся с незнакомыми людьми, либо небольшой группой людей. Она составляет 120–260 см. Такое расстояние принято сохранять при формальных и служебных контактах.

4. *Публичная зона коммуникации* – это оптимальное расстояние при общении с большой группой людей (собрания, презентации, лекции). Данная зона начинается с расстояния от 3,5 м и до бесконечности.

Наряду с пространством важно учитывать использование времени в невербальном коммуникационном процессе, т. е. **хронемике**. Восприятие и использование времени может существенно отличаться в разных культурах. Так, например, опоздание на важную встречу в США недопустимо, а в Латинской Америке опоздать на 45 минут – это обычное дело.

Одновременно с вербальными и невербальными средствами в общении используются **паравербальные средства**, т. е. совокупность звуковых сигналов, которые сопровождают устную речь и приносят в нее дополнительные значения. К таким сигналам относятся интонация, ритм, тембр. Правильное / неправильное использование подобных сигналов влияет на эффективность коммуникации.

Средствами достижения эффективной коммуникации также служат основные характеристики человеческого голоса (скорость речи, громкость, артикуляция, высота голоса, ритм речи), а также экстралингвистические средства (паузы, кашель, вздохи, смех, плач). Задача паравербальных средств коммуникации – вызвать у партнера те эмоции, ощущения, переживания, которые необходимы для достижения целей коммуникации.

Культурная специфика может быть связана с тональными и тембровыми особенностями языка той или иной культуры, с этой точки зрения выделяют **тихие** (например, английская) и **громкие** (США) культуры; со скоростью речи (относительно медленно говорят финны, к быстро говорящим культурам относят французов, румын, молдаван, цыган); с многословностью / лаконичностью, так, традиционно многословными считаются арабские культуры, в которых ценится способность выражать одну и ту же мысль разными словами.

1.3. Межличностная коммуникация и ее особенности

Важную роль в понимании межкультурной коммуникации играет понятие межличностной коммуникации. **Межличностная коммуникация** – это процесс одновременного взаимодействия коммуникантов и их воздействия друг на друга. Образец межличностной коммуникации – это неформальная беседа двух человек.

В основе межличностной коммуникации лежат различные мотивы, цели и задачи ее участников. В связи с этим выделяют несколько моделей межличностной коммуникации.

1. *Линейная модель* рассматривает коммуникацию как действие, в рамках которого отправитель кодирует идеи и чувства в определенный вид сообщения и затем отправляет его получателю при помощи какого-либо канала (речь, письменное сообщение и т. п.). Если получатель получил сообщение, то коммуникация считается успешной. Данная модель учитывает следующие важные моменты коммуникации: влияние канала, по которому получено сообщение, на реакцию получателя (например, признание в любви, сделанное при встрече, в письме или по телефону будет воспринято получателем по-разному); помехи, искажающие сообщение (шумное помещение, физическое или эмоциональное состояние человека). Недостаток этой модели в том, что она рассматривает коммуникацию как однонаправленный процесс, идущий от отправителя к получателю, поэтому она подходит для описания письменной коммуникации и воздействия средств массовой информации на получателя.

2. *Трансакционная модель* представляет коммуникацию как процесс одновременного отправления и получения сообщений участниками коммуникации. Человек практически одновременно способен получать и декодировать сообщение другого человека, реагировать на него, и в то же самое время другой человек получает наше сообщение и отвечает на него. В соответствии с данной моделью, коммуникация – это процесс, в котором люди формируют отношения, постоянно взаимодействуя друг с другом. Данная модель намного лучше описывает процессы коммуникации, чем линейная.

3. *Интерактивная (круговая модель)* межличностной коммуникации важное место отдает такому элементу, как обратная связь. Обратная связь – это реакция получателя на сообщение, его ответное сообщение отправителю. Таким образом, коммуникация движется по кругу:

отправитель и получатель сообщения последовательно меняются местами. Для описания процессов межкультурной коммуникации круговая модель особенно наглядна.

Круговая модель состоит из следующих элементов: отправитель (источник) – кодирование – сообщение – канал – декодирование – получатель – обратная связь. Также этот процесс включает различные помехи, «шумы», которые мешают эффективной коммуникации. Коммуникация считается эффективной, если переданная информация была понята так, как это задумывал отправитель. Поэтому коммуникация – это не только передача, но и понимание информации.

Круговая модель включает в себя следующие элементы:

- **Отправитель (источник)** – это создатель сообщений.
- **Кодирование** – превращение сообщения в символическую форму (при помощи языка, рисунка и т. п.).
- **Сообщение** – информация, идея, ради которой осуществляется коммуникация. Оно состоит из символов, может быть устным, письменным или визуальным.
- **Канал** – средство, с помощью которого передается сообщение. Он может быть межличностным и массовым.
- **Декодирование** – расшифровка сообщения, которая в результате различных помех может быть более или менее адекватной.
- **Получатель** – объект, которому передается сообщение.
- **Обратная связь** – реакция получателя на сообщение.

Согласно этой модели процесс межличностной коммуникация начинается с того, что отправитель составляет сообщение, которое определено конкретной целью. Сообщение может быть как вербальным, так и невербальным. Отправитель должен стремиться к тому, чтобы его послание было как можно более понятным, четким и убедительным. Сообщение кодируется, т. е. превращается в символическую форму. После этого оно по выбранному каналу (через речь, письмо, электронные средства

связи) передается получателю. Получатель – это человек, имеющий личностные характеристики, отличные от качеств отправителя, поэтому принятое сообщение он декодирует с частичными искажениями. Затем получатель реагирует на сообщение и обеспечивает обратную связь. Она тоже является сообщением, которое проходит те же этапы, пока не придет к отправителю.

На этапах кодирования, передачи и декодирования информации возможны помехи. При кодировании помехи возникают из-за неточности в самом сообщении. Во время передачи сообщения помехи носят в основном технический характер (плохая слышимость, видимость и т. п.). При декодировании получатель может приписать символам, использованным в сообщении, иное значение, чем отправитель, и поэтому понять послание не так, как хотел отправитель. Поэтому эффективность коммуникации зависит от уменьшения помех (нужно стремиться к уменьшению технических помех, упрощению языка послания). Но воспринимать сообщение человек всегда будет индивидуально, поэтому коммуникация никогда не будет абсолютно эффективной.

При межкультурной коммуникации каждая культура представляет собой систему кодов, которая действует в повседневных отношениях, влияет на социальные и культурные нормы и т. д. Эти кодовые системы культур, как правило, не совпадают или совпадают частично.

Кроме того, существенную роль в процессе межличностной коммуникации играют психологические и социальные характеристики акта общения.

К психологическим характеристикам относятся:

- **Коммуникативное намерение** – это желание вступить в общение с другим человеком.
- **Замысел сообщения** – это информация, которую автор хочет передать получателю, проект, идея предстоящего сообщения.

- **Цели сообщения:** ближайшие (получение информации, выяснение позиций и мнений, разъяснение и критика, развитие или прекращение коммуникации, поддержка или отвержение партнера, побуждение к действию) и отдаленные (установление в будущем хороших отношений).

Социальные компоненты коммуникативного акта – это:

- **Статусная роль** – это поведение, предписанное человеку его социальным (возрастным, половым, должностным и т. п.) положением, или статусом. Для того чтобы выбрать правильную манеру поведения и ориентироваться в ситуации, в начале каждого коммуникативного акта необходимо адекватное осознание как собственной социальной роли, так и роли партнера.

- **Ситуативные роли** определяются в процессе коммуникации. В разных ситуациях человек может быть лидером, стараться контролировать весь процесс коммуникации; посредником, гибким человеком, готовым приспособиться к любой ситуации.

- **Стилевые характеристики** участников коммуникативного акта – это особенности их речевого стиля. Есть люди, которые говорят только в одном стиле, они не способны проявить языковую гибкость. Люди с высоким уровнем языковой компетенции, с одной стороны, стремятся сохранить свой стиль общения в разных ситуациях, но, с другой стороны, могут менять его в зависимости от обстоятельств общения.

В процессе коммуникации каждое сообщение может быть интерпретировано на двух уровнях: 1) что говорится (уровень содержания); 2) как говорится (уровень отношений). Уровень содержания кодируется вербально, а уровень отношений – невербально. Различные культуры придают разную степень значения данным уровням. Поэтому бестактное замечание, сказанное не к месту или не так, часто может оскорбить или обидеть собеседника.

1.4. Понятие межкультурной коммуникации

Понятие *межкультурная коммуникация* имеет в научной литературе ряд синонимов: кросскультурная коммуникация, межэтническая коммуникация, межкультурная интеракция.

Большинство специалистов считают, что говорить о межкультурной коммуникации можно тогда, когда люди представляют разные культуры и осознают все, что не принадлежит к их культуре, как чужое. Отношения являются межкультурными, если их участники не пользуются собственными традициями, обычаями, представлениям и способам поведения, а знакомятся с чужими правилами и нормами повседневного общения.

В процессе исследований были определены наиболее характерные черты межкультурной коммуникации: принадлежность отправителя и получателя сообщения к разным культурам; осознание участниками коммуникации культурных отличий друг друга. Соответственно, **межкультурная коммуникация** – совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам.

Когда в коммуникации участвуют представители разных культур, тогда сталкиваются различные культурные взгляды на мир. Встречаясь с чужой культурой, человек видит в ней много необычного и странного. Только поняв культурные различия, он постепенно сможет понять причины своего неадекватного поведения в ситуации коммуникации.

Взаимодействие с незнакомыми людьми, особенно с представителями других культур, сопровождается большим психологическим напряжением, переживаниями и страхом, чем со знакомыми людьми – представителями родной культуры.

Существует понятие **культурной дистанции** – степени близости или несовместимости культур друг с другом. Так, представителям близких культур легче адаптироваться к новой культуре. Культурная дистанция

определяет различия между одними и теми же элементами в разных культурах: климат, одежда, пища, язык, религия, уровень образования, материальный комфорт, структура семьи, обычаи ухода и т. д.

Любая коммуникация – это процесс обмена информацией между людьми. При этом каждый человек имеет свой жизненный опыт и по-своему воспринимает действительность. При передаче и получении информации неизбежны потери и помехи. В связи с этим происходит непонимание между участниками коммуникации, вызывая чувство неуверенности, беспокойства и недовольства.

Когда коммуниканты принадлежат к разным культурам, случаи непонимания очень часты. Это становится причиной того, что возникают негативные эмоции по отношению к партнеру по общению и его культуре. Все это приводит к неудаче общения. Для участников межкультурного общения это стресс, они чувствуют неуверенность, неопределенность.

При первом контакте с чужой культурой каждый человек очень мало знает о ней. В этом случае возникают три основных типа неопределенности:

- **когнитивная неопределенность** связана с тем, что человек не может точно знать представлений и установок своего партнера;
- **поведенческая неопределенность** возникает тогда, когда человек не может предсказать поведение своего партнера;
- **эмоциональная неопределенность** – психологическое состояние, при котором человек беспокоится о том, что его неправильно поймут, отрицательно оценят.

Для эффективной коммуникации необходим оптимальный уровень неопределенности, т. к. если неуверенность будет слишком большой, то люди будут или избегать общения, или заботиться только о том, какое впечатление они производят. Но если беспокойства и волнения не будет совсем, то люди не будут задумываться о процессе общения, не будут обращать внимания на своего партнера. Будут неправильно воспринимать поведение другого человека.

Таким образом, процесс межкультурной коммуникации начинается с осознания существующих культурных различий между разными людьми. Соответственно, главной целью их общения становится преодоление межкультурных различий.

Признание различий помогает понять, что у каждого человека существуют свои правила и социальные нормы, модели мышления и поведения, отличающие людей друг от друга. Для успешного результата общения важно понять, что различия между людьми необходимы. Они помогают по-новому посмотреть на собственные достоинства и недостатки.

Для того чтобы межкультурная коммуникация была успешной, необходимо сократить уровень неуверенности собеседников. Межкультурная коммуникация во многом зависит от сокращения уровня неуверенности собеседников. Человек себя чувствует увереннее в той ситуации, в которой меньше неизвестности.

Двусмысленность и неясность есть в любой коммуникации. В родной культуре решить эту проблему проще, т. к. есть набор жестов, ритуалов общения, которые человек понимает и ожидает от партнера. Те же действия и ритуалы могут иметь в другой культуре иное значение, а значит, уровень неопределенности становится выше. Чтобы сократить уровень неуверенности, необходимо пройти три этапа: преконтакт, начальный контакт и завершение контакта.

На уровне *преконтакта*, т. е. до начала общения, у собеседников на основе невербальной информации складывается представление друг о друге.

Начальная стадия контакта – это первые минуты вербального общения. В это время формируется первое впечатление о собеседнике. Уже в первые две минуты человек делает вывод о том, нравится ли ему собеседник, понимает ли он его.

Завершение контакта связано с потребностью прекратить общение. В момент окончания коммуникации человек делает вывод о мотивации

поступков собеседника, отрицательно или положительно оценивает его действия.

Для каждой культуры существуют единственно правильные стили общения. Важно знать и понимать межкультурный стиль общения тех людей, с которыми происходит взаимодействие. Способность быть посредником между людьми, правильно представить собеседников друг другу, сказать нужное слово в нужной ситуации – это важное умение для специалиста по межкультурной коммуникации.

1.5. Теории межкультурной коммуникации

Важнейшей из всех существующих теорий межкультурной коммуникации является **теория редукции неуверенности**. Ее основоположник К. Бергер считал, что с помощью специальных методов взаимоотношения партнеров по межкультурной коммуникации могут быть изменены в лучшую сторону.

С точки зрения ученого, люди изначально хотят более точно знать, чего им ждать от общения с другим человеком, а также хотят уметь правильно определить начало и конец акта коммуникации. Уменьшение (редукция) неуверенности – это, с одной стороны, построение участником коммуникации предсказаний поведения собеседника (до начала действия) и, с другой стороны, интерпретация действий после их совершения.

Обычно выделяют три стратегии редукции неуверенности:

- *пассивная* – наблюдение за другими участниками общения, без вмешательства в процесс общения;
- *активная* – человек задает вопросы другим людям о том, что его интересует, это помогает ему в общении;
- *интерактивная* – непосредственное взаимодействие с партнером по коммуникации, в процессе которого задаются вопросы, человек сам

пытается раскрыться. Очевидно, что это самая оптимальная стратегия поведения.

Существует целый ряд факторов, уменьшающих неуверенность и неопределенность при контакте с представителями других культур:

- позитивные ожидания;
- сходство между контактирующими культурами;
- советы и замечания со стороны представителей других культур;
- более тесные личные отношения между коммуникантами;
- хорошее знание языка партнера по коммуникации;
- способность к самонаблюдению;
- более глубокие знания о чужой культуре;
- большая терпимость к неопределенности;
- позитивные ожидания в процессе межкультурной коммуникации;
- установка на эффективность общения и адаптацию к чужой культуре и др.

В результате использования указанных стратегий и действия факторов происходит необходимая адаптация, и межкультурная коммуникация становится эффективной.

Важное место в изучении межкультурной коммуникации занимает **теория адаптации**. Автор данной теории – американская исследовательница Я. Ким. Теория рассматривает, как проходит адаптация человека к чужой культуре. При этом исследователя интересуют и люди, прибывшие за границу на короткий срок, и те, кто проживает там долгое время. Я. Ким считает, что адаптация – это сложный процесс, в ходе которого человек постепенно привыкает к новой обстановке и новому общению. Для успешной адаптации необходимо несколько условий: общение с новым окружением, знание иностранного языка, положительная мотивация, участие во всевозможных мероприятиях, доступ к средствам массовой информации.

Сторонники **конструктивистской теории** межкультурной коммуникации считают, что все люди могут интерпретировать слова и

действия других довольно точно и аккуратно. Но поскольку культура влияет на развитие человека, у представителей разных культур формируются разные взгляды и возможности восприятия. В процессе инкультурации человек приобретает взгляд на мир, отличный от того, который существует у представителя другой культуры. Таким образом, формируется когнитивное сознание человека, которое может быть простым или сложным, а это в свою очередь влияет на то, как человек себя ведет в процессе коммуникации и на то, каким образом он адаптируется.

В основе **теории социальных категорий и обстоятельств** понимание важности социальных ролей, стереотипов и схем для процесса коммуникации. Здесь очень важен вопрос влияния социальной группы на человека, его положительное отношение к членам своей социальной группы и негативного отношения этой группы к другим людям. При встрече с представителями других групп происходит настройка на общение с другим человеком. На основе оценки социального статуса собеседника происходит выбор стиля общения и возможных тем для разговора.

И, наконец, сравнительно недавно была разработана **теория конфликтов**, которая описывает барьеры общения. С точки зрения данной теории, конфликты – это нормальное поведение, форма социальных действий, регулируемых нормами каждой культуры. Соответственно, в каждой культуре существуют свои модели конфликтов.

Разнообразие видов социального взаимодействия, социальных контекстов и намерений участников общения находит свое отражение в разнообразии речевых жанров — от повседневной болтовни до эмоциональных признаний, от деловых совещаний и переговоров до выступления в средствах массовой информации. При этом речевое общение через образы, мотивы, установки, эмоции определяет социальные и межличностные отношения, речь конституирует их.

Даже поверхностное наблюдение за поведением людей позволяет выделить среди них особую группу, отличающуюся высокой

коммуникабельностью. Люди этого типа могут легко устанавливать контакты с другими людьми и приобретают знакомых, комфортно чувствуют себя в любой компании. По наблюдениям психологов, такие люди осознанно или неосознанно используют определенные приемы аттракции, т.е. умения расположить к себе собеседника. Специальными исследованиями зарубежных ученых установлено, что характер, форма и стиль коммуникации во многом зависят от первых минут, а иногда и секунд общения. Существует множество очень простых приемов, позволяющих практически в любой ситуации облегчить начальный этап коммуникации, что определяет весь дальнейший ход этого процесса. К числу таких приемов относятся улыбка, обращение к собеседнику по имени, комплимент и т.д. Хорошо известные каждому человеку, часто неосознанно применяемые в повседневной практике и действенные приемы общения позволяют расположить к себе собеседника и заложить основу для продолжительного и эффективного общения.

В зависимости от сочетания различных способов, приемов и стилей общения в коммуникативистике принято выделять три основных вида межкультурной коммуникации — вербальную, невербальную и паравербальную.

1.6. Вербальная коммуникация

Как считают специалисты, коммуникативное взаимодействие людей на три четверти состоит из речевого (вербального) общения. В процессе коммуникации осуществляется взаимное влияние людей друг на друга, обмен различными идеями, интересами, настроениями, чувствами и т.д. Для этого каждая культура создала свою языковую систему, с помощью которой ее носители имеют возможность общаться и взаимодействовать. В науке различные формы языкового общения получили название вербальных средств коммуникации. Под вербальной коммуникацией понимается

языковое общение, выражающееся в обмене мыслями, информацией, эмоциональными переживаниями собеседников.

Значение языка в жизни и культуре любого народа трудно переоценить. В процессе социализации и инкультурации человек усваивает определенные особенности видения окружающего мира. Язык играет большую роль в развитии и закреплении этих особенностей видения: посредством языка окружающий мир оценивается и интерпретируется. Различные интерпретации действительности отражаются в языке и передаются при помощи языка. Поэтому в межкультурной коммуникации язык следует понимать как средство общения, которое предназначено для взаимопонимания участников коммуникации.

Использование языка в качестве основного средства вербальной коммуникации предполагает, что каждому слову или звуку придается специальное, только ему свойственное значение. Для носителей данного языка это значение является общепринятым и помогает им понимать друг друга. Однако в современном мире насчитывается около 3000 языков, в каждом из которых создана своя языковая картина мира, предполагающая специфическое восприятие мира носителями данного языка. Поэтому при коммуникации носителей различных языков возникают ситуации языкового несоответствия, проявляющиеся в отсутствии точного эквивалента для выражения того или иного понятия или даже в таких случаях происходит языковое заимствование и используются понятия из других языков в своем исходном значении.

Следовательно, процесс межкультурной коммуникации осложняется различным соотношением вербальных элементов в общении представителей различных культур. В данном случае возникает проблема соотношения высоко- и низкоконтекстуальных культур. Так, в низкоконтекстуальных культурах недостаточно только выслушать словесное высказывание. Чтобы понять его, необходимо точно представлять себе, в какой ситуации оно было произнесено, кто его сказал, кому и в какой форме. Только с учетом всех

этих элементов формируется полное и точное значение высказывания, раскрывается его смысл. В высококонтекстуальных культурах для понимания достаточно одних только словесных высказываний. Другими словами, существуют культуры, в которых контекст очень важен, и культуры, в которых значение контекста невелико, культуры различаются в зависимости от того, какое значение в них придается контексту и словам. На Западе старая традиция ораторского искусства (риторики) предполагает исключительную важность вербальных сообщений. Эта традиция в полной мере отражает западный тип логического, рационального и аналитического мышления. В культурах западных народов речь воспринимается независимо от контекста разговора, поэтому ее можно рассматривать отдельно и вне социокультурного контекста. Здесь в процессе коммуникации говорящий и слушающий рассматриваются как два самостоятельных субъекта, чьи отношения становятся понятными из их устных высказываний.

Напротив, в азиатских и восточных культурах, для которых социокультурный контекст имеет большое значение, слова считаются составной частью коммуникативного контекста в целом, включающего также личные качества участников общения и характер их межличностных отношений. Таким образом, в этих культурах вербальные высказывания считаются частью коммуникативного процесса, неразрывно связанного с этикой, психологией, политикой и социальными отношениями. По убеждениям представителей этих культур, все эти факторы способствуют социальной интеграции и установлению гармонии, а не являются просто выражением индивидуальности говорящего или его личных целей. Поэтому в восточных и азиатских культурах основной акцент делается не на технике построения устных высказываний, а на манере их произнесения, соответствии существующим общественным отношениям, которые определяют положение в обществе каждого из коммуникантов. Этим объясняется традиционное недоверие азиатских культур к словам в отличие от западных, которые всегда верили в силу слова.

Осторожное отношение к словам в азиатских культурах, например, проявляется в том, что азиаты в любой ситуации, если это возможно, стараются всегда быть как можно сдержаннее в своих отрицательных или однозначных высказываниях. Азиатов больше интересует эмоциональная сторона взаимодействия в целом, чем значения определенных слов и выражений. Учтивость (вежливость) у них часто бывает важнее правдивости, что согласуется с тем, какое значение придается ими поддержанию социальной гармонии как основной функции речи. Это обстоятельство заставляет азиатов любезно отвечать согласием, тогда как на самом деле действительный ответ может быть неприятен собеседнику. Сами структуры некоторых азиатских языков (китайского, японского, корейского) порождают двусмысленность: например, в японском языке глаголы ставятся в конец предложения, поэтому понять сказанное можно лишь дослушав предложение до конца. В отмеченных языках можно часами говорить, не высказывая своего мнения четко и ясно. Даже в обычном разговоре японец может сказать *hai* («да»), хотя это совсем не обязательно подразумевает согласие.

Азиатское понимание ограниченных возможностей языка заставляет представителей азиатских культур больше внимания уделять строгим манерам и этикету. Они прекрасно знают, что произносимые слова и реальные их смыслы могут означать совершенно различные вещи. Осторожное отношение к слову в азиатских культурах проявляется в том, что азиаты в любой ситуации стараются быть как можно сдержаннее в своих отрицательных и утвердительных высказываниях. Для них учтивость часто важнее правдивости. Именно поэтому для японца почти невозможно прямо сказать «нет» собеседнику. Сдержанность и двусмысленность — важнейшие черты в коммуникационном процессе азиатских культур.

На официальных переговорах с китайской стороной следует быть готовым к тому, что будут созданы ситуации, когда партнер должен «первым открыть карты», т.е. первым высказать свою точку зрения, первым сделать предложения. Если переговоры проводятся на китайской территории (китайцы предпочитают проводить переговоры у себя дома), то китайская сторона может сослаться на то, что, согласно их традициям, «гость говорит первым». Попытки получить первичную информацию от китайских партнеров часто оказываются безрезультатными.

По сравнению с вербальными средствами выражения мыслей в азиатских и восточных культурах жители европейских стран и США высказываются более прямо, ясно и точно, стараясь избегать молчания в ходе общения. Представители европейских культур говорят то, что думают, и думают то, что говорят, поскольку для них не имеет значения социокультурный контекст коммуникации. В этих культурах в высшей степени одобчительно относятся к тем, кто просто и прямо выражает свои мысли и чувства.

1.7. Формы вербальной коммуникации

Вербальная коммуникация, как считают специалисты по теории коммуникации, может проходить преимущественно в форме диалога или монолога.

Диалогом называется форма общения, состоящая из обмена высказываниями двух взаимодействующих сторон или партнеров. На практике диалог представляет собой взаимные реплики собеседников, которые в свою очередь являются естественным ответом на побуждения собеседника или реакцией на происходящее вокруг. В теории коммуникации диалог считают первичной, естественной формой языкового общения, генетически восходящей к устно-разговорной сфере. Он представляет собой сложно организованную структуру, создаваемую совместной деятельностью

коммуникантов. Специалисты по коммуникации выделяют следующие типы диалога:

- информативный, состоящий из вопросно-ответной коммуникации и имеющий своей целью получение информации;
- прескриптивный, содержащий просьбу, приказ, обещание или отказ выполнить какое-либо действие;
- обмен мнениями, представляющий собой общение дискуссионного характера между собеседниками с равной коммуникативной компетенцией;
- праздноречивый, представляющий собой эмоциональное общение собеседников (жалобы, хвастовство, восхищение, опасение и т.д.) или информационно бесцельный, но интеллектуальный разговор.

Современными исследованиями установлено, что диалог детерминируется такими социальными характеристиками участников, как социальный статус, роль, профессия, этническая принадлежность, возраст. В зависимости от этих факторов выбираются темы, языковые средства и позиции в языковом общении. Возможности взаимопонимания в диалоге ограничиваются, как правило, социальными и культурно-специфическими аспектами коммуникации, различиями в значимости знаков и социальных символов, сигнализирующих о принадлежности человека к той или иной этнокультурной группе.

Для диалога как простейшей разговорной речи характерны повторения каких-то слов за собеседником, дополнения намеки, междометия и т.д. Особенности диалогической речи в значительной степени зависят от степени близости и взаимопонимания собеседников. В разговоре одну и ту же мысль можно по-разному высказать близкому другу, родителям, коллеге и т.д.

Монолог является речевой формой общения, рассчитанной на пассивное и опосредованное восприятие, поскольку произносится одним человеком при обращении к другому или многим людям. Монологическая речь сложна по своему строению: она продолжается достаточно долго, не перебивается репликами и требует предварительной подготовки. Здесь

необходимо строго придерживаться последовательности, логики и грамматической правильности высказывания. Основными признаками монолога являются большая протяженность реплик, композиционная сложность, стремление выйти за тематические рамки общения.

В риторике и теории коммуникации выделяются несколько типов монолога, которые различаются методами изложения материала. В зависимости от методов принято выделять следующие типы монолога:

- драматический, при котором сложный вид речи дополнительно сопровождается другими средствами коммуникации — мимикой, жестами, пластическими движениями и т.п.;
- информационный, означающий сообщения различного рода.

Теория коммуникации большое внимание уделяет логическому построению речи, убедительности аргументации и ориентированности на взаимопонимание с партнером. Для этого разрабатываются специальные технологии манипулирования и убеждения слушателя или собеседника: запугивание, увещевание, введение в заблуждение, лесть, эмоциональные призывы и т.д.

1.8. Стили вербальной коммуникации

Каждому человеку присущ свой стиль общения, который накладывает характерный отпечаток на его поведение и взаимодействие с другими людьми. В коммуникативном стиле отражаются особенности общения человека, характеризующие его способы взаимодействия с другими людьми. Согласно исследованиям, стиль общения зависит как от индивидуальных особенностей и личностных черт человека, так и от общепринятых в данной культуре норм общения и отношения к людям. В связи с этим коммуникативный стиль можно определить как совокупность устойчивых и привычных способов поведения, присущих данному человеку, которые

используются им при установлении отношений и взаимодействий с другими людьми.

Коммуникативный стиль представляет собой индивидуальную стабильную форму коммуникативного поведения человека, проявляющуюся в любых условиях взаимодействия с другими людьми. Здесь мастерство коммуниканта проявляется не только в культуре его речи, но и в умении найти наиболее точную и наиболее подходящую для каждого конкретного случая стилистическую форму языка. Например, анализируя свое собственное поведение, вы заметили, что всегда стараетесь добиться реализации своих интересов: именно вы устанавливаете время встреч, поездок, развлечений; в беседах с другими людьми задаете тему разговора и говорите большую часть времени и т.д. Все это означает, что управление, манипулирование людьми, доминирование над ними является вашим стилем общения и одной из ваших поведенческих установок.

Практика показывает, что эффективная межкультурная коммуникация требует знания и умения использовать все ее компоненты. Среди этих компонентов важное место принадлежит нескольким стилям вербальной коммуникации, которые основываются на искусном владении всеми речевыми жанрами — от реплики или комментария до лекции, доклада, информационного сообщения, публичной речи.

Как и многое другое, стили вербальной коммуникации также существенно варьируются в разных культурах. В коммуникативистике обычно выделяют следующие группы стилей вербальной коммуникации: прямой и непрямой; искусный (вычурный) и краткий (сжатый); инструментальный и аффективный.

Прямой и непрямой стили вербальной коммуникации. Благодаря этим двум стилям выражаются или скрываются глубинные побуждения и намерения в процессе общения или, иными словами, выявляется степень открытости человека.

Прямой вербальный стиль имеет своей целью выражение истинных намерений и поэтому предполагает жесткий стиль общения, исключая условности и недосказанность.

Например, этот коммуникативный стиль характерен для американской культуры, в которой принято использовать в общении четкие, ясные и однозначные слова. Американцы всегда настойчиво вызывают собеседника на прямой и откровенный разговор, который для большинства американцев выступает как показатель честности и убежденности, а разговор намеками ассоциируется с нечестностью и неуверенностью. Американцы расценивают указания, преподнесенные в не прямой форме, как попытки манипулировать ими, чтобы в случае негативного результата снять с себя ответственность. Поэтому для них характерны следующие высказывания: «Говорите, что вы имеете в виду», «Давайте по существу» и т.д. Американский вербальный стиль несет в себе индивидуальное достоинство, подчеркивает ценность настойчивости и равенства в отношениях. Языковая социализация американских детей направлена на достижение искренности в общении, которая требует в свою очередь использования соответствующих слов и выражений, отражающих истинные намерения и ценности говорящего. В этом стиле проявляется забота о сохранении лица говорящего, о четком обосновании собственной позиции по отношению к теме разговора. Чаще всего такой стиль развивается в индивидуалистских культурах.

Непрямой вербальный стиль позволяет скрывать и камуфлировать истинные желания, цели и потребности говорящего человека.

Например, этот стиль характерен для высококонтекстуальных культур Японии и Кореи. Забота о сохранении собственного лица и лица собеседника в японском обществе требует от говорящего использования неясного и даже двойственного значения слов и выражений. Японцы почти никогда не лгут, однако им не приходит в голову говорить вам правду. Традиции этого народа не допускают возможности открыто сказать «нет». Когда нужно сказать это слово, японцы делают вид, что не понимают вас или не слышат, или просто

пытаются перевести разговор на другую тему, высказывая множество ничего не значащих фраз. Избегая формирования впечатления о себе как о настойчивом, напористом человеке, японцы предпочитают использовать такие выражения, как «может быть», «возможно», «вероятно» и т.д. Японские дети с двухлетнего возраста учатся щадить чувства другого человека, усваивая тонкости поведения путем подражания поведению своих матерей. У корейцев не прямой вербальный стиль выражается в том, что они никогда не дают негативных ответов типа «нет» или «я не согласен с вами». Обычно они используют уклончивые ответы типа «я согласен с вами в принципе» или «я сочувствую вам», что по сути дела является мягкой формой отказа.

Искусный (вычурный) и краткий (сжатый) стили вербальной коммуникации. Данные стили основываются на различной степени использования экспрессивных средств языка, пауз, молчания и т.д.

Искусный, или вычурный, стиль предполагает использование богатого, экспрессивного языка в общении.

Например, этот стиль широко распространен в культурах арабских народов Ближнего Востока, где благодаря клятвам и заверениям сохраняется лицо говорящего, и лицо его собеседника. Так, в арабских культурах отказ от угощения обязательно должен сопровождаться заверениями, что гость действительно сыт и призывами в свидетели Аллаха. Если араб выскажет прямо и точно свои мысли или чувства, без ожидаемой свехубежденности, то тем самым даст основания заподозрить его в неискренности. Прямой вербальный стиль разговора, осторожность в выражениях, краткость и паузы на размышление не принесут успеха в общении с арабами. Сдержанность в словах, которая очень высоко ценится японцами, может вызвать у арабов замешательство. Если собеседник выражает свои мысли сдержанно, то они просто подумают, что собеседник неискренен с ними и будут приставать с расспросами, пока не выяснят в чем дело. В общении с арабами необходимо говорить больше и громче, чем обычно. Громкость голоса, повышение высоты и тона — все это при общении с арабами означает искренность.

Краткий, или сжатый, вербальный стиль коммуникации является противоположностью вычурного. Его главная особенность заключается в использовании необходимого и достаточного минимума высказываний для передачи информации. Помимо лаконичности и сдержанности этот стиль характеризуется также уклончивостью, использованием пауз и выразительного молчания. Паузы и недосказанность в разговоре позволяют говорящему не оскорбить собеседника, не потеряв при этом и своего лица. Обычно этот стиль доминирует в коллективистских культурах, главной целью которых в процессе коммуникации является сохранение и поддержание групповой гармонии.

Например, японцы и китайцы часто используют в разговоре молчание, особенно при неопределенном статусе и роли участников разговора. Для представителей этих культур молчание становится способом контроля над процессом коммуникации.

Инструментальный и аффективный стили вербальной коммуникации различаются ориентацией (направленностью) процесса вербальной коммуникации на того или иного его участника.

Инструментальный стиль коммуникации ориентирован главным образом на говорящего и на цель коммуникации. Он опирается на Точную информацию, чтобы достичь поставленных целей общения. Использование инструментального стиля позволяет человеку утвердить себя в процессе коммуникации, поддержать собственное лицо, а также сохранить чувство автономии и независимости от собеседника. Этот стиль общения преимущественно представлен в культурах, которые характеризуются высокой степенью индивидуализма.

Например, в европейских культурах и в США люди стремятся предъявить себя посредством вербального общения, через разговорную речь показать и утвердить свое индивидуальное «Я».

Данный стиль общения особенно широко распространен в Дании, Нидерландах и Швеции.

Аффективный стиль имеет противоположную направленность процесса коммуникации: он ориентирован на слушающего и сам процесс коммуникации. Для достижения поставленных целей данный стиль предполагает приспособление участников к самому процессу общения, к чувствам и потребностям собеседника. При аффективном стиле человек вынужден быть осторожным в своей речи, избегать рискованных высказываний и положений. Для этого он широко пользуется неточными выражениями и избегает прямых утверждений или отрицаний. Если оба собеседника придерживаются этого стиля, то постоянно возникают ситуации недопонимания и интерпретации сказанного.

Например, аффективный стиль вербальной коммуникации характерен для японского стиля общения. Главной своей целью он ставит достижение понимания собеседниками друг друга. Они должны проявлять интуитивную чуткость к значениям, таящимся между строк. Сами слова,¹ вербальные выражения служат здесь лишь намеками на реальное содержание, поэтому никто из партнеров не ожидает, что слова и выражения будут восприняты как точные факты, отражающие реальность.

1.9. Контексты вербальной коммуникации

Перечисленные варианты стилей вербальной коммуникации в той или иной степени присутствуют практически во всех культурах, но в каждой конкретной культуре оцениваются по-своему, каждому из них придается собственное значение. В каждом случае стиль коммуникации отражает ценности и нормы, лежащие в основе соответствующей культуры. Эти нормы и ценности усваиваются в детстве и определяют способы взаимодействия человека с окружающим миром и другими людьми.

Межкультурная коммуникация всегда требует от ее участников выбора языка общения. Это может быть язык одного из коммуникантов или же какой-либо третий (нейтральный) язык, который является иностранным для

всех участников межкультурной ситуации. В обоих случаях возникает проблема точности и эффективности коммуникации, которые прямо зависят от языковой и культурной компетенции участников. Коммуникация с использованием иностранного языка, как правило, порождает различного рода помехи вербального характера, которые осложняют взаимопонимание. На процесс взаимопонимания в вербальной коммуникации оказывают существенное влияние такие характеристики речевого общения, как денотация и коннотация, полисемия, синонимия, смешение наблюдения и оценки.

Денотация и коннотация. Жизненный опыт человека влияет на значения, которые он придает словам. Денотация — это значение слова, признаваемое большинством носителей данного языка (лексическое значение слова), а коннотация — вторичные ассоциации слова, разделяемые одним или несколькими носителями данного языка. Например, слово «лев» означает хищное животное семейства кошачьих (денотация), а в повседневном общении людей это слово может быть синонимом мощи, силы и величия (коннотация). Дело в том, что первоначальное значение слова не является вечным и неизменным. Значения слов меняются от эпохи к эпохе, от поколения к поколению, от года к году, а также в зависимости от региона, времени и места. Неправильный выбор слова может приводить к конфузу, обиде и непониманию. Игнорирование этого факта существенно осложняет коммуникацию.

Полисемия. Некоторые слова имеют несколько общепринятых значений, что также может послужить причиной неэффективной коммуникации. Примерами таких слов в русском языке могут быть слова «замок», «мука», «лук». Каждое конкретное значение многозначного слова обычно определяется в речевом контексте, в который они включены.

Синонимия. Процесс коммуникации предполагает возможность кодирования какой-либо информации с помощью разных слов и фраз. Выбор такого рода синонимов осуществляется отправителем сообщения для того,

чтобы привлечь внимание получателя, передать необходимую информацию и вызвать соответствующую ответную реакцию. Выбор того или иного синонима может свидетельствовать об отношении говорящего человека к своему партнеру. Синонимы могут демонстрировать нейтральное, положительное или отрицательное отношение одной стороны коммуникации к другой.

1.10. Невербальная коммуникация

Компетентность в коммуникации, а значит, ее эффективность предполагает умение видеть различие между фактуальными утверждениями и выводами, основанными на мнении, чувствовать разницу между оценками, включающими и себя результаты, наблюдений, и оценками, которые отделены от результатов наблюдений. Мы можем видеть, слышать, трогать и т.п.; результаты наших наблюдений описательны. Оценка же включает в себя некоторые выводы из того, что мы наблюдаем, наше отношение к действиям партнера. В процессе коммуникации часто возникают недоразумения из-за того, что его участники свои предположения или мнения представляют как факты. Вместо того чтобы пытаться приписать собеседнику какие-то мысли, чувства, настроения, имеющие для нас значение, иногда лучше выделить те его слова, которые послужили основой для соответствующей интерпретации.

Исследования процесса коммуникации показывают, что речевое (вербальное) общение является основным видом человеческой коммуникации, но оно сопровождается различного рода несловесными действиями, помогающими понять и осмыслить речевой текст. Эффективность любых коммуникационных контактов определяется не только тем, насколько понятны собеседнику слова или другие элементы вербальной коммуникации, но и умением правильно интерпретировать визуальную информацию, которая передается мимикой, жестами, телодвижениями, темпом и тембром речи. Хотя язык является самым

эффективным и продуктивным инструментом человеческого общения, все же это не единственное средство коммуникации. Установлено, что с помощью языка люди передают не более 40% информации своим собеседникам. Остальная информация передается с помощью несловесных средств, которые получили название невербальных.

Дело в том, что средствами вербальной коммуникации можно передать только фактические знания, но их оказывается недостаточно для передачи чувств человека. Различного рода чувства, переживания и настроения, не поддающиеся словесному выражению, передаются средствами невербального общения. Сферу невербальной коммуникации составляют все неязыковые сигналы, посылаемые человеком и имеющие коммуникативную ценность. Эти средства объединяют большой круг явлений, включающий не только мимику, жесты, позы тела, тембр голоса, но и различные элементы окружающей среды, одежду, элементы оформления внешности и т.д.

Под невербальной коммуникацией в науке понимается совокупность неязыковых средств, символов и знаков, использующихся для передачи информации и сообщений в процессе общения.

Невербальные способы передачи информации появились в жизни людей раньше, чем вербальные. Первым такую мысль высказал Ч. Дарвин, который считал, что в основе всех невербальных форм общения лежат эмоции человека, которые представляют собой биологические реакции на внешние стимулы. Учеными доказано, что у человека и приматов мимика при выражении эмоций, некоторые жесты, телодвижения являются врожденными и служат сигналами для получения ответной реакции. Эти сигналы и реакции первоначально не предполагали высокоразвитого человеческого сознания и поэтому оказались устойчивыми и эффективными в своих функциях.

Другим примером биологической природы невербальных форм общения может служить поведение животных, которые прекрасно понимают друг друга при помощи поз, телодвижений, определенной демонстрации

агрессии или страха. Более того, домашние животные понимают мимику и жесты человека, тон его голоса, они отводят глаза в сторону, когда не желают схватки, и т.д. Вероятно, каждому приходилось наблюдать за собаками или кошками, которые выражали отношение к действиям человека, желание или нежелание общаться с ним и т.п.

Невербальная коммуникация является самой древней формой общения людей. Исторически невербальные средства коммуникации развились раньше, чем язык. Они оказались устойчивыми и эффективными в своих первоначальных функциях и не предполагали высокоразвитого человеческого сознания. Кроме того, постепенно проявились их определенные преимущества перед вербальными: они воспринимаются непосредственно и поэтому сильнее воздействуют на адресата, передают тончайшие оттенки отношения, эмоций, оценки, с их помощью можно передавать информацию, которую трудно или по каким-то причинам неудобно выразить словами.

В основе невербальной коммуникации лежат два источника — биологический и социальный, врожденный и приобретенный в ходе социального опыта человека.

Установлено, что мимика при выражении эмоций у человека и приматов, некоторые жесты, телодвижения являются врожденными и служат сигналами для получения ответной реакции. Об этом говорят эксперименты со слепыми и глухими детьми, у которых не было возможности увидеть, а потом симитировать чью-то мимику при выражении удовольствия или неудовольствия.

Другим доказательством биологической природы невербальной коммуникации является то, что ее элементы с трудом поддаются сознательному контролю: побледнение или покраснение лица, расширение зрачков, искривление губ, частота моргания и др.

Но сигналы эмоций, унаследованные человеком от своих предков, достаточно сильно изменились к настоящему времени и по форме, и по

своим функциям. Так, считается, что улыбка человека, связанная с положительными эмоциями, восходит к простому животному оскалу агрессии. Животные отводят взгляд в знак умиротворения, когда не желают схватки, у человека — это сигнал о нежелании поддерживать контакт.

Социальная обусловленность коммуникации, как считают этологи, присуща не только человеку, но и животным. Они зафиксировали довольно много правил невербального общения у животных и птиц. Но животные обучаются этим правилам только через имитацию, а человек приобретает их и в ходе процессов инкультурации и социализации. Некоторые нормы невербальной коммуникации имеют общенациональный или этнический характер (в Европе обычно здороваются, пожимая руку, а в Индии складывают обе руки перед грудью и делают небольшой поклон), другие — узкопрофессиональную область применения (сигналы, которыми обмениваются водолазы или грузчики).

Двойная природа невербальной коммуникации объясняет наличие универсальных, понятных всем знаков, а также специфических сигналов, используемых в рамках только одной культуры. На основе признаков намеренности/ненамеренности невербальной коммуникации выделяют три типа невербальных средств:

- поведенческие знаки, обусловленные физиологическими реакциями: побледнение или покраснение, а также потоотделение от волнения, дрожь от холода или страха и др.;
- ненамеренные знаки, употребление которых связано с привычками человека (их иногда называют самоадапторами): почесывание носа, качание ногой без причины, покусывание губ и др.;
- собственно коммуникативные знаки — сигналы, передающие информацию об объекте, событии или состоянии.

Когда говорят о невербальной коммуникации, то прежде всего подразумевают дополнительную информацию о человеке, которую дают его внешний вид и выразительные движения. Жесты, мимика, позы, одежда,

прическа, окружающие предметы, привычные действия — все они представляют собой определенный вид сообщений. «Прочтение» этих элементов поведения собеседника способствует достижению более высокой степени взаимопонимания. Внимательное отношение к информационным источникам такого рода в ходе любого коммуникационного акта позволяет получить сведения о морально-личностном потенциале партнера, его внутреннем мире, настроении, чувствах и переживаниях, намерениях и ожиданиях, степени решительности или отсутствии таковой.

По своей сути невербальная коммуникация представляет собой обмен невербальными сообщениями между людьми в процессе их общения, а также их понимание и интерпретацию, которая возможна потому, что за всеми невербальными проявлениями человеческого поведения закреплено определенное значение, понятное окружающим. Ядро невербальной коммуникации составляют самые разнообразные движения, которые вызываются психическими состояниями человека, его отношением к партнеру, обстоятельствами взаимодействия. Благодаря качественному разнообразию этих средств и условий общения человек может передавать и получать самую обширную информацию о личности коммуникатора — о его темпераменте, эмоциональном состоянии в момент коммуникации, социальном статусе и т.д. Кроме того, через невербальные средства можно узнать об отношении коммуникантов друг к другу, их близости или отдаленности, типе их отношений, а также динамике взаимоотношений.

Специфические формы и способы невербальных средств общения позволяют сделать вывод о существенных отличиях вербального и невербального типов коммуникации. Невербальные сообщения всегда ситуативны, по ним можно понять нынешнее состояние участников коммуникации, но нельзя получить информацию об отсутствующих предметах или происшедших в других местах событиях, что можно сделать с помощью вербального сообщения. Невербальные сообщения синтетичны по своей структуре, их с трудом можно разложить на отдельные составляющие.

В отличие от них вербальные элементы коммуникации (слова, предложения, фразы) всегда четко отделены друг от друга. Наконец, невербальные сообщения обычно произвольны и спонтанны по своей природе: невербальное поведение практически не поддается сознательному контролю. Поэтому в реальной практике коммуникации очень часто возникают ошибки в интерпретации каких-либо невербальных действий.

Люди используют невербальное общение для того, чтобы полнее, точнее и понятнее выразить свои мысли, чувства, эмоции. Эта цель является общей для всех культур, но в разных культурах «слова» невербального языка имеют разное значение, им придается различный смысл. Так, покачивание головой из стороны в сторону для русского человека означает «нет», в то время как для болгарина это значит «да». Невербальные послания в чем-то аналогичны устной и письменной речи, поскольку любое слово, поза или жест имеют соответствующие данной культуре значения. Правда, в отличие от слова многим невербальным знакам можно легко придать альтернативный смысл. Обычно в общении люди добиваются точного понимания невербального языка, когда связывают его с конкретной ситуацией, социальным положением и культурным уровнем собеседника.

Несмотря на двойственный характер невербальные знаки включают в себя довольно большой объем разносторонней информации о личностных качествах партнеров по коммуникации (их темпераменте, эмоциональном состоянии, социальном статусе, коммуникативной компетенции и т.д.), об отношениях участников коммуникации друг к другу (желаемом уровне общения, типе отношений, динамике взаимоотношений), об отношении к ситуации общения (желание продолжать общение, стремление выйти из коммуникации).

Глубокое и обстоятельное рассмотрение невербальной коммуникации достигается через раскрытие ее основных форм и способов, к которым относятся:

- кинесика — совокупность жестов, поз, телодвижений;

- такесика — рукопожатия, поцелуи, поглаживания, похлопывания и другие прикосновения к телу партнера по коммуникации;
- сенсорика — совокупность чувственных восприятий, основывающихся на информации от органов чувств;
- проксемика — способы использования пространства в процессе коммуникации;
- хронемика — способы использования времени в процессе коммуникации.

Кинесика

Кинесика представляет собой совокупность жестов, поз, телодвижений, используемых при коммуникации в качестве дополнительных выразительных средств общения. Этот термин был предложен для изучения общения посредством движений тела. «Кин» — мельчайшая единица движения тела человека, считывая которую, можно интерпретировать передаваемые через жесты и другие движения сообщения. Поведение человека складывается из «кинем» так же, как человеческая речь из последовательности слов, предложений, фраз. Кинемы выполняют роль дополнения или замещения речевых сообщений. Кинесика включает зрительно воспринимаемые движения, выполняющие регулятивную функцию в общении. Это не только движения лица и тела, но и оформление внешности, походка, почерк и др. Элементами кинесики принято считать жесты, мимику, позы и взгляды, которые имеют как физиологическое происхождение (например, зевота, потягивание, расслабление и др.), так и социокультурное (широко раскрытые глаза, сжатый кулак как знак победы и т.п.).

Жесты представляют собой различного рода движения тела, рук или кистей рук, сопровождающие в процессе коммуникации речь человека и выражающие его отношение непосредственно к собеседнику, к какому-то событию, другому лицу, какому-либо предмету, свидетельствующие о желаниях и состоянии человека. Большинство людей во время общения использует руки, чтобы подчеркнуть или выделить наиболее важные места в

разговоре, указать на предметы или людей, выразить мысль жестом и проиллюстрировать свое высказывание. По мнению исследователей, жест несет информацию не только о психическом состоянии человека, но и об интенсивности его переживаний. Считается, что жесты имеют социальное происхождение, поэтому межкультурные различия проявляются в них особенно ярко.

Например, выражая свое одобрение в общественных местах, немцы не аплодируют, как это принято в культурах других народов, а стучат костяшками пальцев по крышке стола, свистят или кричат. При счете они не загибают, а, наоборот, разгибают пальцы, сжатые в кулак.

В различных культурах по-разному принято привлекать к себе внимание официанта. В США это делается поднятым указательным пальцем, легким движением руки, словами «официант» или «извините». В Европе для этого слегка постукивают ложкой или кольцом по стакану. На Ближнем Востоке принято хлопать в ладоши. В Японии приподнимают руку ладонью вниз, слегка шевеля пальцами, а в Испании и Латинской Америке — ладонью вверх, быстро сжимая и разжимая пальцы.

Используемые во всех культурах жесты можно условно разделить на произвольные и непроизвольные, культурно обусловленные и физиологические. Так, почесывание или потирание рук, верчение карандаша в руках может быть отнесено только к физиологическим жестам. Это так называемые жесты-адапторы — движения рук, ориентированные на себя или на использование физических объектов. Но большая часть жестов культурно обусловлена, они являются символами и носят договорный характер. Их можно классифицировать следующим образом:

- иллюстраторы — описательно-изобразительные и выразительные жесты, сопровождающие речь и вне речевого контекста теряющие смысл. Эти жесты сопровождают идущий в данный момент разговор, более подробно раскрывая его содержание. Так, иллюстраторы имеют свойство

усиливаться, когда увеличивается энтузиазм говорящего или когда ему кажется, что слушающий это не понимает;

- конвенциональные жесты, или эмблемы, они используются при приветствии или прощании, приглашении, запрещении, оскорблении и т.п. Они могут быть прямо переведены в слова, употребляются сознательно и являются условными движениями. Часто их применяют вместо слов, которые неловко высказать вслух, поэтому все неприличные жесты попадают в эту категорию;

- модальные жесты — жесты одобрения, неудовольствия, иронии, недоверия, неуверенности, незнания, страдания, раздумья, сосредоточенности, растерянности, смуты, подавленности, разочарования, отвращения, радости, восторга, удивления. Они выражают эмоциональное состояние человека, его оценку окружающего, отношение к предметам и людям, сигнализируют об изменении активности субъекта в ходе коммуникации;

- жесты, используемые в различных ритуалах (христиане крестятся, мусульмане в конце молитвы проводят двумя ладонями по лицу сверху вниз и др.).

Поскольку все эти жесты культурно обусловлены, в разных культурах одни и те же жесты могут иметь совершенно разное значение, что зачастую создает много проблем в межкультурной коммуникации. Особенно разнообразным является жест приветствия, который в различных культурах может выражаться поклоном, поднятием бровей, кивком головы, ударом руки, поцелуем, объятием, слезами, битьем черепа до крови и т.д.

Например, для нас привычно при приветствии помахать рукой из стороны в сторону. На индонезийском острове Бали двое влюбленных могут приветствовать друг друга тяжелым дыханием в виде дружеского сопения. Жители Бирмы, Монголии и Лапландии в качестве приветствия традиционно обнюхивают друг друга. Эскимосы приветствуют незнакомцев ударом кулака по голове или плечу. Жители Амазонии свое приветствие выражают

взаимным похлопыванием по спине, а полинезийцы обнимают и потирают спину собеседника. В районе островов Торреса для приветствия необходимо изогнуть правую руку в форме крюка, затем почесывать ладони друг другу, повторяя это несколько раз.

Практически во всем мире получил широкое распространение жест, который в русской культуре называется «фига». В зависимости от принадлежности к той или иной культуре он расценивается как шуточный жест, как жест-издевка, как защитительный знак (от «дурного глаза»), как символ плодородия, как непристойное приглашение к сексуальным отношениям, как жест понимания между влюбленными, как знак величайшего презрения и т.д. Даже в настоящее время в Италии, Сербии, Англии, Шотландии верят в оберегающую силу фиги. Приверженцы религиозного культа Макумба в Южной Америке (прежде всего, в Бразилии) носят по этой причине изображение фиги в качестве брелока на шее.

При контактах с представителями других культур во многих ситуациях возникает впечатление, что люди ведут себя неестественно.

Например, если мы говорим о себе и показываем при этом пальцем на свою грудь, то этот жест покажется японцам странным, так как в таких случаях они прикасаются пальцем к носу. Только в XX в. рукопожатие стало приемлемым во всем мире. В прошлом такой прямой физический контакт считался неприличным во многих культурах. Китайцы и в настоящее время стараются избегать телесных контактов с незнакомцами. Для них крепкое рукопожатие так же неприято, как для европейцев и американцев похлопывание по плечу (для «западника» это означает «будь здоров»).

Жесты и телодвижения зачастую свидетельствуют о принадлежности человека к какой-либо культуре, даже если он в совершенстве владеет иностранным языком. Существует немало анекдотов о том, каким образом обнаруживают себя американские и русские шпионы. Американца легко узнать по специфической манере сидеть, положив лодыжку одной ноги на

колени другой, откинувшись на стуле и заложив руки за голову. Русских же подводит традиционная привычка пить чай, не вынимая ложки из стакана.

Поза является весьма значимой формой невербальной коммуникации. Поза — положение человеческого тела, которое принимает человек в процессе коммуникации. Это одна из наименее подконтрольных сознанию форм невербального поведения, поэтому она говорит об истинном состоянии человека больше, чем выражение его лица. Дело в том, что человека с раннего детства обычно учат владеть своим лицом при выражении каких-либо чувств, но не обучают сознательно управлять положением своего тела, и поэтому именно поза может рассказать нам о настоящих переживаниях людей и их истинном отношении к окружающим. Наблюдение за позами дает значимую информацию о состоянии человека — напряжен он или раскован, настроен на неторопливую беседу или ждет окончания общения. Любое изменение указывает на изменение отношений между участниками общения.

Специалистам известно около 1000 различных устойчивых положений, которые способно принимать человеческое тело. В коммуникативистике при общении принято выделять три группы поз:

- включение или исключение из ситуации общения (открытость или закрытость для контакта). При готовности к общению человек улыбается, голова и тело повернуты к партнеру, туловище наклонено вперед. Закрытость достигается скрещиванием на груди рук, сплетенными в замок пальцами, фиксирующими колени в позе «нога на ногу», отклонением спины назад и др.;

- доминирование или зависимость. Доминирование проявляется в «нависании» над партнером, похлопывании его по плечу, руке, лежащей на плече собеседника, зависимость — во взгляде снизу вверх, сутулости;

- 0 противостояние или гармония. Противостояние проявляется в следующей позе: сжатые кулаки, выставленное вперед плечо, руки на боках. Гармоничная поза всегда синхронизирована с позой партнера, открыта и свободна.

Как и другие элементы невербальной коммуникации, позы различаются не только в разных культурах, но и в рамках одной культуры в социальных и половозрастных группах.

Например, почти все западные люди сидят на стуле, положив ногу на ногу. Но если европеец, находясь в Таиланде, сядет так и направит подошву ботинок на тайца, тот почувствует себя униженным и обиженным, а арабский партнер воспримет это как глубокое оскорбление потому, что тайцы и арабы считают ногу самым неприятной и «низкой» частью тела. Североамериканский студент может сидеть перед профессором так, как ему удобно, принять расслабленную позу, одну ногу закинуть на другую, поскольку такая поза не является в США каким-то особым индикатором отношений. Но в европейских культурах такая поза предполагает социальное равенство партнеров по коммуникации.

Телодвижения помогают человеку выражать свои чувства и намерения. Так, человек проявляет по отношению к своему собеседнику большую открытость, если стоит к нему лицом, а не боком. Неприязнь у сидящего человека проявляется в напряжении тела, и, наоборот, расслабление тела и наклон вперед выражают симпатию.

В процессе коммуникации телодвижения могут также использоваться для выражения желания закончить или начать разговор.

Например, в американской культуре применяется несколько жестов, когда есть желание поменять тему разговора, высказаться самому или закончить беседу: наклониться вперед; перестать смотреть собеседнику в глаза; поменять позу; часто кивать головой; касаться обеими ногами пола. Эти тонкие намеки имеют, как правило, практический эффект и меняют характер общения. Представьте себе человека, который стоит, скрестив руки, постоянно смотрит на часы, постукивает ногой по полу и не смотрит вам в глаза. Эти сигналы обычно говорят о том, что ему надо уходить.

Ошибочное употребление жестов может привести к серьезным недоразумениям. Например, широко известен случай, происшедший с одним

американским политиком в одной из стран Латинской Америки. В своих речах он постоянно подчеркивал, что США хотят оказать помощь этой стране, демонстрировал свое дружелюбие и расположение окружающим. Однако его поездка не увенчалась успехом. Самой большой ошибкой политика было то, что, сходя с трапа самолета, он продемонстрировал всем известный американский жест — ОК. Но в Латинской Америке этот жест считается неприличным.

Несмотря на наличие общечеловеческих жестов было бы наивно полагать, будто они совершенно одинаковы у всех народов и поэтому понятны без специального обучения. Один и тот же жест, одно и то же выразительное движение у разных народов может означать различные вещи. Причина этого заключается в том, что сходные жесты воспринимаются по-разному в зависимости от того, где в данный момент находится воспринимающий.

Например, когда шведский студент, обучающийся в Москве, хотел доехать до своего института, он встал на обочине дороги и поднял вверх большой палец сжатой в кулак руки. Таким жестом он пытался остановить попутную машину. Но он не знал, что в русской культуре этот жест означает одобрение. Водители принимали к сведению высокую оценку их мастерства и проезжали мимо.

Но если попытаться вникнуть в значения и интерпретации этого жеста в других культурах, то следует отметить, что в англоязычных странах поднятый вверх палец имеет три значения. В первом он используется при «голосовании» на дороге, т.е. при попытке остановить попутную машину. Во втором значении жест интерпретируется как «все в порядке». В третьем, когда большой палец резко выбрасывается вверх, этот жест означает нецензурное ругательство. В некоторых странах, в частности в Греции, он означает «заткнись».

Мимика представляет собой все изменения выражения лица человека, которые можно наблюдать в процессе общения. Она является важнейшим

элементом невербальной коммуникации, поскольку помогает человеку излагать свои мысли полнее, точнее, понятнее для слушателя, передавать настроение, отношение к тому, о чем он говорит. Лицо партнера по общению вольно или невольно приковывает наше внимание, поскольку выражение лица позволяет нам установить обратную связь с собеседником, т.е. узнать, понимает нас партнер или нет. Человеческое лицо очень пластично и может принимать самые разные выражения. Сокращение лицевых мышц изменяет выражение лица и сигнализирует о состоянии человека. Именно мимика позволяет выразить все универсальные эмоции: печаль, счастье, отвращение, гнев, удивление, страх и презрение. Считается, что в выражении лица участвуют 55 компонентов, сочетание которых способно передать до 20 000 смыслов. Лучше всего исследована улыбка, с помощью которой можно передать симпатию к своему собеседнику или снисхождение к нему, свое хорошее настроение или иронию по отношению к партнеру, а также просто показать хорошее воспитание.

Мимика складывается из спонтанных и произвольных мимических реакций. Развитие мимики стало возможным потому, что человек может управлять каждым отдельным мускулом своего лица. В связи с этим осознанный контроль над выражением лица позволяет нам усиливать, сдерживать или скрывать переживаемые эмоции. Поэтому при интерпретации мимики особое внимание следует обращать на ее согласованность со словесными высказываниями. Пока между мимикой и словами есть согласованность, мы обычно не воспринимаем ее отдельно. Когда несогласованность становится достаточно сильной, это сразу же становится понятным даже неопытному человеку.

Для усиления эмоций мы делаем нашу мимику более выразительной и точной в соответствии с характером и содержанием процесса коммуникации. Так, мы можем несколько преувеличить свою радость, получая подарок, или свое огорчение, наказывая ребенка. Однако различные формы проявления

человеческих эмоций нередко имеют специфический характер для разных культур.

Например, смех и улыбка во всех западных культурах ассоциируются с шуткой и радостью. Типичная «улыбчивость» азиатов может быть одновременно как выражением положительных эмоций (симпатии, радости и т.д.), так и способом скрыть негативные эмоции (недовольство, растерянность, удивление и т.д.). И в Японии смех является признаком смущения и неуверенности, поэтому иногда возникают ситуации непонимания, когда европеец сердится, а японский партнер, смущаясь, улыбается. Если европеец не знает такой особенности японской культуры, то его гнев увеличивается, так как он может подумать, что над ним смеются.

Достаточно часто мы попадаем в ситуации, когда нам приходится сдерживать свои эмоции, чтобы не обидеть или не оскорбить своих близких или знакомых. При этом решающим фактором оказываются культурные традиции. Если в соответствии с нормами данной культуры мужчина не должен публично проявлять страх или открыто плакать, ему придется сдерживать свои эмоции, иначе он будет осужден общественным мнением.

Несмотря на то что каждый человек является опытным интерпретатором мимических реакций других людей, его выводы зависят от множества субъективных причин. Кто-то может долго не замечать явного выражения лица своего партнера, другой, напротив, видит только те знаки, которые подтверждают его установку и прогноз в отношении ситуации, третий замечает только те эмоции, которые характерны для него самого, не воспринимая все чуждое.

Разные люди в различной степени способны контролировать свою мимику, но всем нам приходится учиться это делать, а также интерпретировать мимику других людей.

Хотя многие исследователи согласны с тем, что представители разных культур одинаково реагируют на некоторые раздражители, но только печаль,

счастье и отвращение проявляются одинаково всеми людьми, а прочие эмоции могут выражаться по-разному.

ГЛАВА 2. МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. Освоение чужой культуры и проблемы межкультурных контактов

В процессе культурных контактов людям часто необходимо приспособливаться (адаптироваться) к новым культурным явлениям и условиям. В такую ситуацию попадают ученые, бизнесмены, туристы, выезжающие в другую страну на непродолжительное время, иностранные студенты, персонал иностранных компаний, миссионеры, администраторы, дипломаты, живущие в чужой стране длительное время, и, наконец, эмигранты и беженцы, переехавшие в другую страну навсегда. В результате достаточно сложного процесса взаимодействия с чужой культурой человек в большей или меньшей степени адаптируется к ней, т. е. проходит процесс аккультурации.

В современной науке термин **аккультурация** обозначает процесс и результат влияния разных культур друг на друга, при котором все или часть представителей одной культуры перенимают нормы, ценности и традиции другой культуры.

Проходя аккультурацию, каждый человек стремится, с одной стороны, сохранить свою культурную принадлежность, с другой стороны включается в чужую культуру. Ученые выделяют четыре основные стратегии аккультурации: ассимиляция, сепарация, маргинализация и интеграция.

1. **Ассимиляция** – это вариант аккультурации, при котором человек полностью принимает ценности и нормы иной культуры, отказываясь при этом от норм и ценностей своей культуры.

2. **Сепарация** – это отрицание чужой культуры при сохранении принадлежности к своей культуре.

3. **Маргинализация** – это стратегия, при которой человек теряет идентичность с собственной культурой, и одновременно не проявляет интереса к получению новой культурной принадлежности.

4. **Интеграция** представляет собой идентификацию как со старой, так и с новой культурой.

По данным исследований, эмигранты, прибывающие на постоянное место жительства, стремятся к ассимиляции. При этом у людей, приехавших для получения образования или из-за различных экономических причин, она идет довольно легко. В то же время беженцы, вынужденные по разным причинам покинуть свою родину, психологически сопротивляются разрыву связей с ней, и процесс ассимиляции идет у них намного дольше и труднее.

В настоящее время целью аккультурации считается достижение интеграции культур, результатом которой становится **бикультуральная** или **мультикультуральная** личность.

Важнейшим результатом и целью процесса аккультурации является долговременная адаптация к жизни в чужой культуре. При этом выделяют психологическую и социокультурную адаптацию.

Психологическая адаптация представляет собой достижение человеком психологического комфорта в рамках новой культуры. Это выражается в хорошем самочувствии, психологическом здоровье, а также в четко и ясно сформированном чувстве личной или культурной идентичности.

Социокультурная адаптация заключается в умении свободно ориентироваться в новой культуре и обществе, решать повседневные проблемы в семье, в быту, на работе и в школе.

В последнее время отдельно выделяют экономическую адаптацию, т. к. наличие работы, удовлетворенность ею, определенный уровень благосостояния являются важным показателем успешной адаптации человека в новой культурной среде.

Аккультурация основана на коммуникативном процессе, т. к. все прибывшие в другую страну знакомятся с новыми культурными условиями и овладевают новыми навыками через общение. Поэтому процесс аккультурации можно рассматривать как приобретение коммуникативных способностей к новой культуре. Через продолжительный опыт общения люди осваивают то, что необходимо в новых условиях.

Любое общение, в том числе и личностное, имеет три взаимосвязанных аспекта: познавательный, аффективный и поведенческий. Так, чем больше человек *узнает* о чужой культуре, тем больше увеличивается его способность к познанию вообще. В то же время, чем больше развита система познания у человека, тем большую способность к пониманию чужой культуры он демонстрирует.

Чтобы развивать плодотворные отношения с представителями чужой культуры, человек должен не только понимать ее, но и уметь делить с другими людьми свои чувства, т. е. воспринимать чужую культуру на *аффективном уровне*. Надо знать, какие эмоциональные высказывания и реакции можно себе позволить, ведь в каждом обществе есть определенные правила выражения чувств и эмоций. Когда люди достигают необходимого уровня адаптации, они способны разделить юмор, веселье и восторг, так же, как и злобу, боль и разочарование с местными жителями.

Навыки поведения в конкретных житейских ситуациях являются основными в адаптации человека к чужой культуре. Они делятся на технические и социальные. *Технические навыки* включают умения, важные для каждого члена общества. Это владение языком, умение делать покупки, платить налоги и т. п. *Социальные умения* – это поведение человека в соответствии с различными социальными ролями.

Полная адаптация человека к чужой культуре означает, что все три аспекта коммуникации протекают одновременно, хорошо скоординированы и сбалансированы. В процессе адаптации к условиям новой культуры люди обычно ощущают недостаток одного или двух из этих аспектов. Например, можно многое знать о новой культуре, но не иметь с ней контакта на аффективном уровне. Если такой разрыв велик, человек не сможет адаптироваться к чужой культуре.

Личностное общение тесно связано с социальным общением, которое проявляется во многих формах: от простого наблюдения за людьми на улицах и чтения о людях и событиях в СМИ до контактов с близкими друзьями. Чем больше опыт социального общения у человека, тем лучше он адаптируется к чужой культуре. Для этого желательно иметь больше друзей, представителей чужой культуры, активно пользоваться местными СМИ.

Знакомство с чужой культурой обогащает людей. Но часто контакт с иной культурой ведет к разнообразным проблемам и конфликтам, связанным с непониманием этой культуры.

В той или иной степени **культурный шок** переживают практически все люди, оказывающиеся в чужой культуре. Он вызывает нарушение психического здоровья, определенное психическое потрясение.

Выделяют следующие формы проявления культурного шока:

- напряжение из-за усилий, прилагаемых для адаптации в чужой стране;
- чувство потери из-за лишения друзей, своего положения, профессии, собственности;
- чувство одиночества в новой культуре, которое может превратиться в отрицание этой культуры;
- нарушение ролевых ожиданий и чувства самоидентификации; тревога, переходящая в негодование и отвращение после осознания культурных различий;

- чувство неполноценности из-за неспособности справиться с ситуацией.

Главной причиной культурного шока является различие культур. Каждая культура имеет множество символов и образов, а также стереотипов поведения, с помощью которых мы можем автоматически действовать в разных ситуациях. Когда мы находимся в условиях новой культуры, привычная система перестает работать, потому что она основывается совсем на других представлениях о мире, иных нормах и ценностях, стереотипах поведения и восприятия. Результатом этого и становится психологический, а нередко и физический дискомфорт – культурный шок.

Симптомы культурного шока могут быть самыми разными: человек может начать преувеличенно заботиться о чистоте посуды, белья, качестве воды и пищи, кто-то испытывает общую тревожность, страх, перестает спать по ночам. Наиболее тяжелыми последствиями культурного шока могут стать: депрессия, алкоголизм или наркомания и даже самоубийство.

Однако культурный шок имеет не только негативные последствия. Современные исследователи рассматривают его как нормальную реакцию, как часть обычного процесса адаптации к новым условиям. Более того, в ходе этого процесса личность не просто приобретает знания о новой культуре и о нормах поведения в ней, но и становится более развитой культурно, хотя и испытывает при этом стресс. Поэтому с начала 1990-х гг. специалисты предпочитают говорить не о культурном шоке, а о стрессе аккультурации.

К. Оберг утверждал, что люди проходят через определенные ступени переживания культурного шока и постепенно достигают удовлетворительного уровня адаптации. В настоящее время для описания данных ступеней предложена модель так называемой **кривой адаптации** (U-образная кривая), в которой выделяется пять ступеней адаптации.

Первый период называют «медовым месяцем», потому что большинство мигрантов стремятся учиться или работать за границей, и

оказавшись там, они полны энтузиазма и надежд. К тому же, часто к их приезду готовятся, их ждут, и сначала они получают помощь и могут иметь некоторые привилегии. Однако этот период быстро проходит.

На *втором этапе* непривычная окружающая среда и культура начинают оказывать свое негативное воздействие. Психологическое состояние человека ухудшается в связи с непониманием местных жителей. Результатом может быть разочарование, переживания по поводу неоправданных ожиданий и даже депрессия. Иными словами, наблюдаются все симптомы культурного шока. Поэтому в этот период мигранты пытаются убежать от реальности, общаясь преимущественно со своими земляками и жалуясь им на жизнь.

Третий этап становится критическим, т. к. культурный шок достигает своего максимума. Это может привести к физическим и психическим болезням. Часть мигрантов в этот период возвращаются домой, на родину. Но большая часть находит в себе силы преодолеть культурные различия, учит язык, знакомится с местной культурой, обзаводится местными друзьями, от которых получает необходимую поддержку.

На *четвертом этапе* появляется оптимистический настрой, человек становится более уверенным в себе и удовлетворенным своим положением в новом обществе и культуре. Приспособление и интегрирование в жизнь нового общества продвигается весьма успешно. Полная адаптация к новой культуре достигается на *пятом этапе*. Индивид и окружающая среда с этого времени взаимно соответствуют друг другу.

Пять ступеней адаптации составляют U-образную кривую развития культурного шока, которая характеризуется следующими ступенями: хорошо, хуже, плохо, лучше, хорошо.

Интересно, что когда успешно адаптировавшийся в чужой культуре человек возвращается к себе на родину, ему необходимо пройти **реадаптацию** к своей собственной культуре. Считается, что при этом он испытывает **шок возвращения**. Для него предложена модель Wобразной

кривой реадаптации. Она своеобразно повторяет U-образную кривую: первое время человек радуется возвращению, встречам с друзьями, но потом начинает замечать, что какие-то особенности родной культуры кажутся ему странными и непривычными, и лишь постепенно он вновь приспосабливается к жизни на родине.

Рассмотренные модели актуальны не для всех. Например, туристы практически не испытывают культурного шока и не проходят адаптацию, т. к. находятся в чужой стране непродолжительное время.

В зависимости от ситуации процесс адаптации к чужой культуре может продолжаться от нескольких месяцев до 4–5 лет. Степень культурного шока и длительность межкультурной адаптации зависят от *внутренних* (индивидуальных) и *внешних* (групповых) факторов.

В первой группе факторов важнейшими являются индивидуальные характеристики человека: пол, возраст, черты характера.

Считается, что от *возраста* зависит способность к адаптации к другому сообществу. Чем старше люди, тем труднее они адаптируются к новой культурной системе, тяжелее и дольше переживают культурный шок, медленнее воспринимают модели новой культуры. Так, маленькие дети адаптируются быстро и успешно, но уже школьники испытывают большие затруднения в этом процессе. Практически не способны к адаптации и аккультурации пожилые люди.

Пол также влияет на процесс адаптации и продолжительность культурного шока. Считается, что женщины труднее приспосабливаются к новому окружению, чем мужчины. Но это относится к женщинам из традиционных обществ, которые и на новом месте заняты домашним хозяйством и ограничены в общении с новыми людьми. Женщины из развитых стран способны к аккультурации не меньше, чем мужчины. Поэтому в последнее время исследователи считают, что более важным для адаптации оказывается *фактор образования*. Чем оно выше, тем успешнее проходит адаптация, это связано с тем, что образование расширяет

внутренние возможности человека, он легче и быстрее воспринимает все новое.

На сегодняшний момент выделен ряд личностных качеств, которыми должен обладать человек, готовящийся к жизни в чужой стране с чужой культурой: профессиональная компетентность, высокая самооценка, общительность, экстравертность, открытость для разных взглядов, интерес к окружающим людям, склонность к сотрудничеству, терпимость к неопределенности, внутренний самоконтроль, смелость и настойчивость, эмпатия. Однако исследователи отмечают, что если чужая культура слишком отличается от родной, адаптация не будет проходить легче.

К внутренним факторам адаптации и преодоления культурного шока относятся также обстоятельства жизненного опыта человека. Это, во-первых, *мотивы к адаптации*. Самая сильная мотивация обычно у эмигрантов, которые стремятся переехать на постоянное место жительства в другую страну и хотят поскорее стать полноправными членами новой культуры. Велика мотивация и у студентов, которые получают образование за границей и тоже стремятся адаптироваться быстрее и полнее, чтобы достичь своей цели. Намного хуже обстоит дело с вынужденными переселенцами и беженцами, которые не хотели покидать свою родину и не желают привыкать к новым условиям жизни. От мотивации мигрантов зависит, насколько хорошо они знакомы с языком, историей и культурой той страны, куда они едут. Наличие этих знаний, безусловно, облегчает адаптацию.

Если человек уже имеет *опыт пребывания в инокультурной среде*, это способствует более быстрой адаптации. Помогает адаптации и *наличие друзей среди местных жителей*, с помощью которых можно быстрее овладеть необходимой для жизни информацией. Контакты с бывшими соотечественниками, также живущими в этой стране, с одной стороны, обеспечивают поддержку (социальную, эмоциональную, иногда — даже финансовую), но, с другой стороны, есть опасность замкнуться в узком круге

общения, что только усилит чувство отчуждения. Поэтому многие службы, связанные с эмигрантами, пытаются ограничить их проживание в замкнутых национальных группах, т. к. это мешает быстрой адаптации и может даже послужить причиной этнических предубеждений.

Среди *внешних факторов*, влияющих на адаптацию и культурный шок, прежде всего, нужно назвать *культурную дистанцию*, т. е. степень различий между родной культурой и той, к которой идет адаптация. В этом случае важно отметить, что на адаптацию влияет даже не сама культурная дистанция, а представление человека о ней, его ощущение культурной дистанции, которое зависит от множества факторов: наличия или отсутствия войн или конфликтов, как в настоящем, так и в прошлом, знание чужого языка и культуры и т. д. Субъективно культурная дистанция может восприниматься длиннее или короче, чем она есть на самом деле. И в том и в другом случае культурный шок продлится, а адаптация будет более трудной.

На процесс адаптации также влияют *особенности культуры*, к которой принадлежат мигранты. Так, хуже адаптируются представители культур, в которых очень важно понятие «лица» и где боятся его потерять. Для них очень важно вести себя правильно, поэтому они очень болезненно воспринимают неизбежные в этом процессе ошибки, и незнание. Плохо адаптируются также представители так называемых великих держав, которые обычно считают, что приспосабливаться должны не они, а другие.

Очень важны для нормальной адаптации *условия страны пребывания*: насколько доброжелательны местные жители к приезжим, готовы ли помочь им, общаться с ними. Немаловажную роль играет экономическая и политическая стабильность в принимающей стране. Еще один фактор – уровень преступности, от которого зависит безопасность мигрантов, возможность общаться с представителями другой культуры, что возможно, если есть общая работа, увлечения или иные совместные занятия. И, конечно, важна позиция – СМИ, которые создают общий эмоциональный

настрой и общественное мнение по отношению к другим этническим и культурным группам.

Культурный шок – это сложный и болезненный для человека процесс, который во многом меняет человеческую личность. Главный итог данного процесса – способность жить в постоянно меняющемся мире, в котором все меньшее значение имеют границы между странами и все более важными становятся непосредственные контакты между людьми.

В процессе межкультурного общения могут возникать **коммуникативные сбои**: помехи, барьеры коммуникации. **Барьерами** называют факторы, которые препятствуют осуществлению коммуникации (незнание иностранного языка, глухота или немота одного из собеседников и т. п.). **Помехи** – это факторы, которые снижают качество коммуникации (стереотипы, языковые ошибки и т. п.).

Коммуникативные помехи могут быть следующие:

1. Со стороны окружения: шум, плохая видимость, которые мешают восприятию звуковых и визуальных коммуникативных сигналов; физическое расстояние (например, когда возникает необходимость передавать информацию по телефону или электронной почте).

2. Со стороны участников коммуникации (отправителя и получателя): физиологические, языковые, поведенческие, психологические и культурологические.

К **физиологическим помехам** относятся дефекты речи и слуха; нарушения двигательного аппарата, которые затрудняют мимику и жестикуляцию; нарушения зрения, мешающие воспринимать письменную речь, мимику, жесты.

Языковые помехи – это фонетические, лексические и грамматические ошибки в процессе речи; нарушения логики высказывания; неверное восприятие речи на слух; неправильное понимание значения языковых единиц; непонимание грамматических конструкций; неумение воспринять целостность текста; неверный выбор стиля общения.

Среди **поведенческих помех** необходимо назвать несовпадение поведения с коммуникативной интенцией; неумение внимательно слушать собеседника; несовпадение вербальных и невербальных сигналов; неправильная реакция на высказывание собеседника.

К **психологическим помехам** относятся определенные личностные черты (необщительность, замкнутость, подозрительность); предвзятость; узость кругозора; чрезмерная эмоциональность; завышенная или заниженная самооценка; неуважение к собеседнику; установка на конфликт.

Особое место в межкультурной коммуникации занимают **культурологические помехи**: различия менталитетов и национальных характеров; несовпадение языковых картин мира; влияние культурных стереотипов; различия в ценностных ориентирах; несовпадение культурно-языковых норм; ошибки в восприятии юмора; различия в коммуникативных стратегиях; специфические формы и средства невербальной коммуникации.

Знание участников межкультурной коммуникации о том, где, когда и по каким причинам могут возникать помехи, позволяет прогнозировать и предотвращать их появление.

2.2. Стереотипы восприятия в межкультурной коммуникации

Когда люди встречаются с представителями других народов и культур, они обычно воспринимают поведение иностранцев с позиций своей культуры. При этом непонимание чужого языка, символики жестов, мимики и других элементов поведения часто становится причиной неправильного понимания их действий. В результате подобных межкультурных контактов выделяются наиболее типичные черты, которые характерны для того или иного народа. Так постепенно складываются **этнокультурные стереотипы** – обобщенные представления о типичных чертах, характерных для какого-либо народа или его культуры.

Стереотипы широко используются людьми. Наиболее известны **этнические стереотипы** – устойчивые суждения о представителях одних национальных групп с точки зрения других. Основой этнического стереотипа обычно является какая-либо заметная черта внешности (цвет кожи, разрез глаз, форма губ, тип волос, рост и т. д.), черта характера и поведения человека (молчаливость, сдержанность, скупость и т. п.). К таким стереотипам, например, относятся представления о вежливости и худобе англичан, об эксцентричности итальянцев, легкомысленности французов или «загадочной славянской душе».

Стереотипы, несмотря на то, истинные они или ложные, являются фактом любой культуры и влияют на психологию, поведение людей и на межнациональные контакты.

Формирование и усвоение человеком стереотипов может идти различными путями:

- в процессе социализации и инкультурации: привычку думать о других народах определенным образом человек получает в процессе освоения культуры, с самого детства;
- в процессе общения с людьми из близкого окружения (родители, друзья, сверстники, учителя и т. д.);
- через ограниченные личные контакты, которые дают положительный и отрицательный опыт общения с представителями другой культуры;
- через средства массовой информации.

Стереотипы выполняют определенные функции, которые важны для процесса межкультурной коммуникации, а именно: передача относительно достоверной информации; ориентирующая функция; влияние на создание реальности.

Функция передачи относительно достоверной информации основана на том, что большинство стереотипов основано на наблюдениях за реальной жизнью представителей данной культуры.

Ориентирующая функция заключается в том, что стереотипы помогают человеку легче ориентироваться в незнакомой культуре, т. к. помогают разграничить социальное окружение на более понятные группы. Так, если человек видит на улице цыганку, он может предположить, что она предложит ему услуги гадалки.

Функция влияния на создание реальности заключается в том, что с помощью стереотипов человек может четко разграничить свою и чужую этнические группы. Стереотипы создают образ как чужой, так и собственной культуры, это позволяет защитить традиции, взгляды, ценности своей культурной группы. Стереотипы, создавая определенную реальность, обозначают границы культуры.

В процессе межкультурной коммуникации стереотипы позволяют строить предположения о причинах и возможных последствиях своих и чужих поступков, прогнозировать поведение представителей культуры.

Стереотипы являются неотъемлемой частью системы ценностей. В зависимости от того, как они используются, стереотипы могут быть полезны или вредны для коммуникации. Эффективная стереотипизация помогает людям понимать ситуацию и действовать в соответствии с новыми обстоятельствами. Стереотип может приносить пользу при коммуникации в следующих случаях:

- если его сознательно придерживаются, в этом случае стереотип отражает групповые нормы, ценности, признаки, а не взгляды отдельно взятого представителя данной культурной группы;
- если стереотип является описательным, т. е. отражает реальные и объективные качества;
- если стереотип является лишь догадкой о группе, но не прямой информацией о ней, т. к. первое впечатление о группе не всегда отражает действительность;
- если стереотип основан на опыте общения с реальными людьми или исходит из опыта реальной ситуации.

Для успешных межкультурных контактов важно, чтобы стереотипы использовались как первая и положительная догадка о человеке или ситуации, а не как единственно верная информация о них.

Существует ряд причин, из-за которых стереотипы могут стать помехой в межкультурной коммуникации:

- стереотипы мешают выявить индивидуальные особенности людей;
- стереотипы повторяют и усиливают ошибочные представления, до тех пор, пока люди не начинают их принимать за истинные;
- стереотипы часто основаны на полуправде и искажениях, поэтому дают неточные представления о людях, с которыми происходят межкультурные контакты.

В процессе межкультурного общения важно осознавать наличие стереотипов и уметь отказываться от них в случае, если они не совпадают с реальной действительностью.

Результатом межэтнических контактов являются не только стереотипы, но и предрассудки. С точки зрения межкультурной коммуникации **предрассудок** представляет собой предвзятое или враждебное отношение к представителям этнических групп, их культурам и к любым фактам их деятельности и поведения. Причиной возникновения предрассудков является неравенство в условиях жизни различных этнических общностей. Это определяет и возникновение такой распространенной формы предрассудков, как **ксенофобия** – неприязнь к иностранцам.

Следует различать понятия *стереотип* и *предрассудок*. Так, стереотипы отражают те черты и признаки, которые характерны для всех представителей той или иной культурной общности. Стереотип является обобщенным образом представителя данной культуры, который вполне может быть позитивным.

Предвзгляд же представляет собой отрицательную и враждебную оценку группы или ее представителя, основанную на приписывании им определенных негативных качеств. Предвзгляд проявляется в негативном отношении ко всем членам этнической группы. Для предвзздов характерно бездумное негативное отношение ко всем членам группы или большей ее части. Наиболее известными формами предвзздов являются расизм, ксенофобия, дискриминация по возрастному, половому признакам и т. д.

Предвзздки, как и стереотипы, являются элементами повседневной культуры, которые передаются их носителями из поколения в поколение и сохраняются при помощи обычаев или нормативных актов. Предвзздки усваиваются человеком в процессе социализации и укрепляются в зависимости от культурно-групповых норм и ценностей. Их источником является ближнее окружение человека (родители, учителя, приятели). Это означает, что индивидуальные предвзздки чаще всего возникают не из личного опыта межкультурного общения, а через усвоение ранее сложившихся предвзздов.

Предвзздки негативно влияют на жизнь человека. Во-первых, из-за предвзздка человек видит в других людях только то, что хочет видеть, а не то, что есть на самом деле. Он не замечает положительных качеств этих людей. Во-вторых, люди видят в объекте предвзздка потенциальную угрозу, поэтому еще больше не доверяют им. В-третьих, существование предвзздов влияет на самооценку их объектов: людям навязывается чувство социальной неполноценности, и это становится причиной межэтнических и межкультурных конфликтов.

Предвзздки трудно изменить, если они однажды были приняты, то от них очень трудно отказаться. Особенно это касается этнических предвзздов. Идеальным условием для изменения предвзздов может служить одинаковый статус людей. Например, если глава русской семьи, имеющий предвзздки относительно цыган, вынужден признать, что,

начиная со следующего года, класс, где учатся его дети, будет посещать цыганский ребенок, он будет скорее всего пытаться пересмотреть свои предрассудки к цыганам.

Изменению предрассудков могут способствовать средства массовой информации. Но для изменения предрассудка необходимо большое количество времени. При этом предрассудок нельзя убрать, вычеркнуть из сознания людей, его можно лишь сделать более обоснованным, доступным для понимания.

Любое общество является неоднородным по своему составу, оно включает в себя различные культуры и субкультуры. При этом для каждой из этих культур характерны свои ценности, нормы и правила общения. Поэтому люди неизбежно вступают в конфликты друг с другом.

Враждебное отношение к иностранцам, предубеждения по отношению к какой-либо конкретной народности не являются всеобщими. Они возникают из-за причин социального характера.

В современной науке конфликты рассматривают не только как негативную сторону коммуникации, их воспринимают как неизбежную часть повседневной жизни, которая может иметь и позитивный характер.

Конфликт представляет собой любой вид противоборства или несовпадения интересов. С точки зрения проблем межкультурного общения, конфликт рассматривается исследователями как нарушение коммуникации.

В процессе коммуникации с представителями других культур причиной конфликта очень часто является знание или незнание культурных особенностей, ошибки в восприятии действий или поступков представителей других культур.

Кроме того, причинами конфликтов в коммуникации, не только межкультурной, могут стать:

- личные особенности коммуникантов (своенравие, неготовность к адаптации, честолюбие, жажда власти и т. п.);

- социальные отношения (соперничество, неготовность к компромиссам, недостаточное признание способностей и т. п.);
- организационные отношения (перегруженность работой, неточные инструкции, постоянные изменения правил и предписаний для отдельных участников коммуникации, и т. п.).

Вероятность конфликтов больше между людьми, состоящими в достаточно близких и зависимых отношениях (партнеры по бизнесу, друзья, коллеги, родственники, супруги). При этом очевидно, что причинами конфликтов в межкультурном общении могут стать не только культурные различия.

Проблема конфликта культур затрагивает все виды человеческой жизни и деятельности при любых контактах с другими культурами, в том числе и «односторонних»: при чтении иностранной литературы, знакомстве с иностранным искусством, театром, кино, прессой, радио, телевидением, песнями.

При реальном общении с иностранцами возможно возникновение **прямого (непосредственного) конфликта культур**. Контакты и конфликты с иностранной культурой (книги, фильмы, язык и т. п.) можно назвать **косвенными, опосредованными**. В этом случае культурный барьер менее видим и осознаваем, что делает его еще опаснее. С другой стороны, например, чтение иностранной литературы кроме конфликтной ситуации сопровождается и знакомством с чужой культурой. В процессе конфликта человек начинает глубже осознавать свою собственную культуру, свое мировоззрение, свой подход к жизни и к людям.

2.3. Понятие эффективной межкультурной коммуникации

Коммуникация в каждом конкретном случае может быть как успешной, так и не успешной. Главным условием успешной межкультурной коммуникации является целостность коммуникативной цепочки: от

коммуникативной интенции адресанта, которую он закодировал в вербальной или невербальной форме, до содержания, понятого адресантом, и соответствующей обратной связи.

Коммуникация считается **эффективной**, если адекватно доведена информация от отправителя к получателю. Это значит, что передаваться может не только положительное, но и отрицательное сообщение: даже если человек не хочет слышать неприятную для него информацию, но не может этого избежать, цель отправителя считается достигнутой. Также межкультурная коммуникация считается успешной, если все ее участники взаимно удовлетворены результатами общения.

Выделяют следующие условия эффективной межкультурной коммуникации:

- желание передать сообщение (коммуникативная интенция);
- стремление познать чужую культуру, воспринять психологические, социальные и др. межкультурные различия;
- настрой на совместные действия с представителями другой культуры;
- способность преодолевать стереотипы;
- использование общих кодов (вербальных или невербальных);
- творческое отношение к процессу коммуникации; владение набором коммуникативных средств и их правильный выбор в зависимости от ситуации общения (тон, стиль, стратегии, речевые жанры, тематика и т. д.);
- соблюдение этикетных норм и др.

Кроме того, для эффективной коммуникации важно восприятие внешности и поведения другого человека, его понимание и оценка. Восприятие может быть адекватным или искаженным. Здесь важную роль играет первое впечатление от партнера по коммуникации.

Большую роль в успешности коммуникации играют личностные факторы, которые напрямую зависят от норм и ценностей культуры, к

которой принадлежит человек. К таким факторам относятся пол, возраст и семейное положение. В любой культуре поведение мужчины отличается от женского, по-разному общаются между собой дети и взрослые.

Серьезное влияние на коммуникацию оказывают индивидуальные психологические черты характера отдельного человека: общительность, контактность, коммуникативная совместимость и адаптивность.

Общительность – это потребность человека в других людях и контактах с ними, большое количество этих контактов и их легкость. Общительность связана с типом темперамента. Общительный человек умеет не теряться в момент общения, устанавливать дружеские отношения, обладает необходимыми коммуникативными навыками (умеет слушать, поддерживать беседу, уверенно владеет вербальными и невербальными средствами коммуникации).

Контактность – способность вступать в психологический контакт, формировать в процессе взаимодействия доверительные, основанные на взаимном согласии отношения.

Коммуникативная совместимость представляет собой готовность и умение сотрудничать, создавать непринужденную атмосферу взаимной удовлетворенности общением, обеспечивать хороший психологический климат в группе, т. е. отсутствие напряжения, досады, психологического дискомфорта.

Адаптивность – это готовность к пересмотру привычных представлений и решений, способность гибко реагировать на меняющиеся обстоятельства.

В процессе изучения проблем межкультурной коммуникации выделены приемы, направленные на улучшение процесса межкультурного общения:

1. *Стремление к высокой степени эксплицитности.* Это означает, что большая часть информации, которая при общении с представителями родной культуры может быть скрыта, т. к. она может подразумеваться, в

процессе межкультурного общения должна быть выражена вслух, по крайней мере, на начальном этапе межкультурных контактов.

2. *Избыточность.* Эффективное межкультурное общение часто требует избыточности, т. е. объяснения незнакомых лексических единиц, использования полных предложений, повторов, разъяснений, различных комментариев, активного использования невербальных средств.

3. *Использование различных каналов коммуникации* (голоса, мимики, жестов, запахов, вкусовых ощущений и т. д.).

4. *Использование механизма обратной связи.* На основе обратной связи отправитель может делать выводы о правильности понимания информации собеседником (переспросы, анализ вербальных и невербальных реакций собеседника), а значит, корректировать результаты общения.

Знание и использование данных приемов дает возможность прогнозировать ход межкультурной коммуникации, предупреждать возникновение ошибок, ведущих к коммуникативным сбоям, а следовательно, совершенствовать процесс межкультурного общения.

2.4. Взаимопонимание культур в международном бизнесе

В данном разделе будет приведена типология туристских предприятий с точки зрения их культурного наполнения, обоснованы преимущества многонациональных предприятий. Также рассмотрено влияние культурной составляющей на корпоративную культуру, анализируются преимущества и недостатки различных подходов управления в мультикультурном окружении.

Классификация туристских предприятий сквозь призму культуры. Если посмотреть на туристические организации с точки зрения культурного разнообразия, можно выделить три группы: монолитные, плюралистические и мультикультурные.

Монолитные организации однородны, состоят из одной национальной культуры. Межгрупповые конфликты практически отсутствуют вследствие однородности группового состава.

Плюралистические организации преобразуются из монолитных, когда в последних появляются представители других культур и создаются условия для включения их культурных норм и ценностей в корпоративную культуру компании. Местный персонал нанимается на работу, и его присутствие распространяется на различные организационные уровни. Однако количественно преобладают работники, национальная принадлежность которых соответствует родине компании, и лишь носители родной культуры занимают ключевые руководящие посты.

Многокультурные организации, как и плюралистические, культурно неоднородны, хотя в отличие от последних высоко ценят свое культурное разнообразие признавая потенциальную значимость его для производственных показателей компании. В управлении многокультурной организацией применяется *синергический* подход. Такие компании характеризуются привлечением местного персонала к работе на всех уровнях, его активным участием во всех внерабочих мероприятиях, отсутствием предубеждения и дискриминации, сведением до минимума межгрупповых конфликтов. Представители культурных меньшинств отождествляют себя со своей организацией, и все культуры интегрируются в одно синергическое целое.

Преимущества поликультурности. Сокращение расходов.

Если в компании созданы все условия для того, чтобы представители культурных меньшинств или иных культур получали удовлетворение от работы, текучесть кадров в ней сокращается, а следовательно, организация экономит на расходах на привлечение новой рабочей силы;

Приобретение ресурсов. Компании, известные своей политикой многокультурности, удерживают высококвалифицированные кадры, которые в свою очередь способствуют поддержанию доброго имени компании;

Преимущество на рынке. Знание особенностей национальных рынков, которое приносят с собой в компанию представители различных культур, укрепляет позиции компании на мировом рынке;

Творчество. Ориентированная на многообразие культурных норм компания, в которой приветствуется новизна обладает большим потенциалом к творчеству;

Эффективное решение проблем. Многокультурная организация обладает большим и разнообразным опытом. Ее культурная неоднородность позволяет исследовать проблему в большем многообразии аспектов и с более широким спектром перспектив.

Организационная гибкость. Те многокультурные компании, в которых высоко ценится культурная неоднородность, широко привлекают к работе местных специалистов, многие из которых двуязычны. А исследования показали, что билингвы отличаются более нетипичным мышлением и гибкостью познания.

Корпоративная культура. Корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной компании, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды.

Культуру организации нельзя понимать как некий монолитный блок. При описании корпоративной культуры обычно выделяют три уровня, при этом каждый последующий является все менее очевидным.

Поверхностный «символический» уровень – составляют видимые объекты, артефакты культуры: манера одеваться, правила поведения, физические символы, организационные церемонии, расположение офисов.

Подповерхностный уровень – объединяет ценности и нормы, сознательно зафиксированные в документах организации и призванные быть руководящими в повседневной деятельности членов организации.

Базовый или глубинный уровень – некоторые ценности укореняются в корпоративной культуре настолько глубоко, что сотрудники просто перестают их замечать. Эти основополагающие предположения и убеждения и есть сущность корпоративной культуры, составляющие третий уровень. Именно они руководят поведением и решениями людей на подсознательном уровне. Система ценностей организации – основа корпоративной культуры. Ценности организации являются ядром корпоративной культуры, на основе которых вырабатываются нормы и формы поведения в организации.

Фундаментальные ценности корпоративных культур компаний выражаются в различных материальных (видимых, воспринимаемых нашими чувствами) образах: символах, преданиях, героях, девизах, церемониях и традициях, с помощью которых мы получаем возможность интерпретировать культуру любой фирмы.

Символ (знак) — это объект, действие или событие, имеющее смысл для окружающих. Символы, связанные с корпоративной культурой, доносят до людей важнейшие ценности организации.

Предания (мифы или легенды) — это основанные на происходивших (или выдуманных) событиях, часто повторяемые повествования, известные всем сотрудникам организации.

Герой— человек, олицетворяющий собой дела, подвиги, характер или атрибуты корпоративной культуры, модель, образец личности, подражать которой стремятся большинство сотрудников организации.

Девиз (слоган или лозунг) — это предложение, в котором кратко формулируется основная ценность корпоративной культуры. Являясь одним из элементов корпоративной культуры, девизы в емкой и лаконичной форме подчеркивают наиболее сильные, значимые стороны той или иной компании.

Корпоративные церемонии, также как ритуалы и традиции — это особые плановые мероприятия, проводимые ради всех присутствующих. Церемонии проводятся для того, чтобы привести собравшимся наиболее яркие примеры выражения корпоративных ценностей.

Корреляция национальной и корпоративной культур. В настоящее время общепризнанно, что национальный и региональный менталитеты – важнейший фактор, влияющий как на формы, функции и структуру управления в целом, так и непосредственно на корпоративную культуру каждой конкретной организации.

Так, например, если человек привык к групповой жизни, то специфической основой, формирующей систему управления, является опора на коллектив, коллективный контроль и принятие решений. Если в обществе установилась система ценностей, основанная на индивидуализме, обостренном чувстве собственного достоинства и т.д., то каркасом несущей конструкции, вросшей в систему управления, является опора на индивидуальные качества, использование индивидуальных форм контроля.

Наличие соответствия не отрицает противоречий между культурой организации и менталитетом. Мусульмане оставляют работу и молятся не в момент перерыва, а когда необходимо творить намаз, чем вызывают сбой в рабочем ритме. В Турции, Иране, Афганистане предпочтут при продвижении по службе не самых способных, а «единоверцев». Противоречия возникнут, если начать осуществлять наказание на производстве без учета законов шариата, при построении системы управления без опоры на коллективизм, уважения к старшим. Африканцы, нанимаемые европейцами на работу, уходили с нее, когда это не сочеталось с их обычаями и традициями. Они искренне не понимали, почему должны работать в это время.

Итак, «менталитет - корпоративная культура», их соотношение, соответствие и противоречие выступает как содержание и форма, как сущность и явление. Соответствие между культурой организации и менталитетом обуславливает относительно устойчивую систему производства, сглаживает противоречия между управляемыми и управляющими, способствует преодолению кризисных ситуаций. Это соответствие – одна из основополагающих черт равновесия социальных систем, характеризующихся отсутствием социальных конфликтов. Пример

этого, экономическое развитие США, Франции, Англии и Германии в 90-х годах 20 века.

Вышесказанное означает, что каждой конкретной черте национального менталитета соответствуют адекватные формы, виды, системы корпоративной культуры.

Модели корпоративных культур. Известный социолог и специалист по теории управления Гирт Хофстеде в результате проведенного им в конце 1970-х годов обширного исследования сумел сформулировать четыре признака, которые могут описывать культуры по их положению друг относительно друга на шкале каждого из четырех параметров. Исследование состояло в анкетировании большого числа сотрудников (более 1000) транснациональной корпорации в более чем ста странах на предмет их отношения к работе и поведения на рабочем месте. Получившиеся в результате статистической обработки кластеры признаков позволили сформулировать следующие оси культурных противопоставлений.

Дистанция власти. Степень, в которой общество приемлет неравномерное распределение власти между его членами. В культурах с низкой дистанцией власти (например, в Скандинавии) коммуникативный стиль политиков заметно отличен от, например, Турции, где политик должен излучать значительность, властность и могущество.

Индивидуализм. Степень, в которой общество согласно с тем, что взгляды и поступки отдельной личности могут быть независимы от коллективных или групповых убеждений и действий. Так, в США успех формулируется в терминах индивидуальных достижений и подчеркивается индивидуальная ответственность за поступки. Коллективизм, наоборот, означает, что люди должны увязывать свои воззрения и поступки с тем, что считает группа (семья, организация, партия). В таких культурах (Латинская Америка, арабский Восток, Юго-Восточная Азия) в выборе, который совершает индивидуум, очень велика роль группы – например, семьи.

Избегание неопределенности. Степень, в которой члены общества чувствуют себя неуверенно в неопределенных, заранее не структурированных ситуациях и пытаются избежать их, вырабатывая правила, формулы и ритуалы и отказываясь мириться с поведением, отклоняющимся от стандарта. Общества с высокой степенью избегания неопределенности боятся инноваций, приветствуют поиски абсолютной истины. На производстве и в образовательном процессе представители таких обществ предпочитают хорошо структурированные ситуации.

Мужественность/женственность. Степень, в которой общество ориентировано на достижение успеха, напористость, решение задач, приобретение вещей. Это противопоставлено идеям качества жизни – заботе о других, солидарности с группой, помощи менее удачливым. Мужские культуры отчетливо противопоставляют традиционные мужские и женские социальные роли. Успех – в том числе и для женщин – ассоциируется с проявлением «мужских» качеств. К мужским культурам в равной степени относятся противопоставленные во многих других отношениях США и Япония. К женским – скандинавские страны.

В рамках изучения межкультурных отношений в многонациональных корпорациях большой интерес представляет классификация национальных организационных культур, по Фонсу Тромпенаарсу .

Ф. Тромпенаарс регламентирует организационную культуру компании не только по технологиям и рынкам, но и по национальным культурным предпочтениям руководителей и работников организации. При выделении характера или типа корпоративной культуры, как считает Ф. Тромпенаарс, особенно важны три аспекта жизнедеятельности организации:

- взаимоотношения в целом между работниками и организацией;
- иерархическая структура власти, определяющая начальников и подчиненных;
- общие представления каждого сотрудника о судьбе организации, ее предназначении и целях, а также о своем месте в ней.

Для выделения различных типов корпоративных культур Ф. Тромпенаарс сравнил их по следующим параметрам: *равенство — иерархия*; ориентация на человека (*личность*) - на задачу (*цель*). Это позволило ему вычленить четыре типа корпоративных культур, которые значительно различаются тем, как в них принято думать, учиться, меняться (перестраиваться); как в них стимулируется мотивация и разрешаются конфликты, как иза какие заслуги или достижения производятся награждения. Фонс Тромпенаарс предложил следующую типологию:

«Семья». Ф. Тромпенаарс использует сравнение с семьей для характеристики культуры. Такая корпоративная культура ориентирована на власть, где руководитель считается заботливым отцом, который лучше, чем его подчиненные, знает, что следует делать и что принесет большую пользу. Корпорации с таким типом культуры чаще встречаются в странах, куда индустриализация пришла достаточно поздно: Греция, Италия, Япония, Сингапур, Южная Корея, Испания. Корпоративные культуры типа «семья» относятся к высококонтекстуальным, что означает небольшую потребность в эксплицитно выраженной информации при высокой значимости культурного контекста, который однозначно воспринимается членами данной культурной общности.

«Эйфелева башня». В данной организационной культуре заранее заложено бюрократическое распределение труда, контроль за которым выполняется на верхушке иерархии. Если каждая функция соответствует тому, что предписано системой, значит все задачи будут решены по плану. Мастер контролирует выполнение нескольких процедур, менеджер контролирует работу нескольких мастеров, и так далее вверх по иерархической лестнице. Олицетворяя формальную бюрократию, она символизирует машинный век: ее конструкция важнее отдельных элементов. Иерархия такой корпоративной культуры значительно отличается от «семьи». Каждый следующий уровень выполняет четкую и демонстративную функцию по удержанию вместе низших уровней. При культуре такого типа

руководитель лишь случайный человек: по сути своей это роль. В этом случае карьера базируется на профессиональной квалификации. Во главе австрийских или немецких компаний, которые являются типичными моделями «Эйфелевой башни», стоят руководители, на дверях офисов которых помимо таблички с именем обязательно указывается звание, например, профессор Гюнтер или доктор Вагнер.

«Управляемая ракета» Эта культура эгалитарна, обезличена и ориентирована на задачу. Она похожа на «Эйфелеву башню» в полете. Но если «Эйфелева башня» по сути своей - средство, то «управляемая ракета» - цель: все должно быть сделано для того, чтобы достичь поставленной цели. Эта культура ориентирована на задачу. Эта индивидуалистическая культура создает все условия лишь для временной совместной работы большого числа различных специалистов. Состав участников часто меняется, и постоянно лишь направление общего развития в сторону выполнения поставленной цели. Членов команды объединяет общий энтузиазм, но только до тех пор, пока идет работа над проектом, а затем эту команду расформируют. Члены группы словоохотливы, выразительны и умны, но их единство - это средство, а не цель. Все говорят на языке, определяемом производственной необходимостью, а оплата производится в зависимости от качества труда.

«Инкубатор». В основе этой культуры лежит идея о том, что организация вторична по отношению к индивидуальным достижениям человека и ей следует играть роль инкубатора, обеспечивающего все необходимые условия для самовыражения и самосовершенствования человека. Целью культурного «инкубатора» является освобождение индивида от рутины, создание условий для творческой деятельности и сведение к минимуму времени, потраченного на добычу средств существования. Эта культура почти лишена всякой иерархии, а те небольшие подразделения, которые в ней все же имеются, предназначены для обеспечения человека всем необходимым в его работе: теплом, светом, компьютерной обработкой данных и т. д.

В реальной жизни все типы культур смешаны при доминирующем влиянии одной из них. Тем не менее в каждой национальной культуре преобладает свой тип корпоративной культуры. Однако существует тенденция: маленькие компании, где бы они ни находились, проявляют склонность к культурам типа «семья» или «инкубатор», а в крупных компаниях со сложной структурой были замечены черты, свойственные культурам типа «Эйфелева башня» и «управляемая ракета».

Корпоративные культуры, как и национальные, при взаимодействии вступают в конфликт, приводящий порой ко взаимному непониманию и недоверию. Попытки «скрестить» «семью» с бюрократической структурой обречены на множество проблем и неудач; стремление сдружиться с подчиненным в «Эйфелевой башне» будет расценено как потенциально неверный шаг; желание работать в одной группе с близким другом в «управляемой ракете» посчитают действием, подрывающим основы культуры. Назвав своего босса «приятель» и хлопнув его по плечу, вы рискуете быть вышвырнутым из «Эйфелевой башни»; а если вы в «инкубаторе» предложите отмечаться, приходя и уходя с работы, вас не поймут.

Культурная обусловленность эффективного лидерства. Эффективное лидерство — это способность вдохновлять и оказывать влияние на мыслительные структуры, установки и поведение людей. Значимость лидерства трудно переоценить, поскольку оно воздействует на мотивацию и поведение служащих и в конечном счете — на общий климат в организации. Кумулятивный эффект от действий слабого менеджера может оказать негативное воздействие на способность организации достигнуть поставленные цели. Во всех культурах степень уважения лидера зависит от того, отвечает ли он тому образу, что сложился у подчиненных, или нет, причем этот образ различен по Странам.

Чтобы правильно определить ранг или оценить степень властных полномочий у иностранцев, менеджер должен знать

местные «измерители» успеха и занимаемой должности. Стиль одежды, вещи, которыми обладает лидер, офисное убранство и даже титулы имеют разное значение в различных культурах. Мультикультурный лидер пытается максимизировать эффективность своей деятельности, выполняя одновременно несколько различных, но важных ролей:

- представителя материнской компании;
- менеджера местной фирмы;
- резидента местного сообщества;
- гражданина либо страны размещения, либо другой страны;
- члена профессионального сообщества;
- члена семьи.

Данные роли — результат взаимодействия двух различных наборов факторов, определяющих содержание лидерства и его контекст. Содержание лидерства включает характеристики лидера и решения, принимаемые им. Контекст лидерства охватывает все переменные, относящиеся к данной ситуации. Интегративная модель процесса лидерства (включая его содержание и контекст) демонстрирует роль культуры как могущественного фактора, оказывающего влияние на роль лидерства, т.е. доказывает культурную обусловленность лидерства

Эта модель называется «интегративной», поскольку связывает воедино параметры культуры, в самом широком смысле слова, с процессами мотивации, лидерства и оценки полученных результатов. Она указывает на культурную обусловленность лидерства, зависимость его от факторов окружения (внешней и внутренней среды), а также степени соответствия контекста (деловой культуры и системы менеджмента), в котором оперирует менеджер, деловой культуре, в которой он сформировался.

Контекст воздействует на личность лидера, его стиль, способности, определяет потребность в культурной осведомленности и чувствительности, детерминирует источники власти. Наконец, все ценности и нормы, мотивы и

потребности, которыми руководствуются лидер, работники или группы работников в своей деятельности, являются функцией от национального окружения, бизнес-среды, в которой они действуют, т.е. являются культурно обусловленными.

Вместе с тем лидерство должно быть ситуативным, что подчеркивает необходимость его соответствия ситуации. Не только под влиянием среды, но и в зависимости от ситуации в конечном счете формируются особенности организационного поведения как работников (их ожидания, реакция на действия менеджера и т.п.), так и самих лидеров (приверженность автократическому или партисипативному стилю, ориентация на людей или задачи и др.).

Взаимодействие и взаимообусловленность поведенческих характеристик лидера и его подчиненных напрямую определяют мотивационные эффекты (работоспособность, результативность, способность к достижению целей, удовлетворенность трудом, а значит, количество прогулов, текучесть кадров и т.п.) и результаты их совместной работы (степень достижения индивидуальных и групповых целей, производительность, качество труда, позитивный настрой и т.д.).

Оценка этих результатов через систему вознаграждений, в свою очередь, напрямую воздействует на процесс лидерства и мотивации, т.е. выполняет функцию обратной связи (позитивной или негативной в очередном цикле).

К основным навыкам межкультурного лидерства, бесспорно, следует отнести:

- навыки социального восприятия;
- межличностную компетенцию;
- эффективное осмысление;
- продуктивные методы работы.

Модели управления в международных фирмах. Преимущества и недостатки различных подходов управления. В своей международной

деятельности разные организации применяют различные модели управления: культурное превосходство, культурный компромисс, культурная синергия.

Модель культурного превосходства используется, когда в компании применяется единый стиль общения и управления (свойственный «родной культуре»), спускаемый сверху вниз всем сотрудникам, независимо от их культуры. При этом не признаются и не используются своеобразные методы ведения дел, принятые в культуре принимающей страны. Примером такой модели культурного взаимодействия может быть некая американская компания, которая пытается проводить маркетинг, рекламу, создавать организационные структуры и т. д. одинаково везде - в Лос-Анджелесе, Париже и Москве.

Модель культурного компромисса использует те методы взаимодействия, которые уже существуют во всех странах, участвующих в деле, и имеют много общего. Новая международная организационная культура, которая создается с помощью данной модели, ограничена теми географическими областями, национальные культуры которых характеризуются большим сходством. Примером могут служить государства Северной Америки.

Модель культурной синергии направлена на создание новой международной управленческой политики и практики. Такая модель взаимодействия признает наличие сходств и различий между национальными культурами, представленными в международной корпорации. Она создает новую международную организационную культуру, которая опирается на национальные культуры создателей организации, ее сотрудников и клиентов. Последняя наиболее продуктивна и перспективна в международной деловой активности. Возникновение культурной синергии — необходимое условие успеха внутренней интеграции. Культурная синергия - это сочетание лучшего из разных культур для достижения наивысших результатов сотрудничества. Синергия возникает при идеальном соответствии между людьми и их организационной культурой. Синергия это сложное явление,

она возникает, когда в корне отличающиеся друг от друга группы людей работают вместе. Цель синергии - создание наиболее эффективной производственной атмосферы, основанной на соединении для общего блага различных представлений о мире, опыта и знаний. Стремительно нарастающие обмен ценностей и взаимодействие культур, уничтожение границ и сокращение расстояний между ними вынуждают людей учиться использовать имеющиеся межкультурные различия на пользу человечеству.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Основы деловой коммуникации в межкультурной среде.....	3
1.1. Понятие коммуникации и ее роль в современной жизни.....	3
1.6. Общение и коммуникация, виды коммуникации и стили общения...	4
1.7. Межличностная коммуникация и ее особенности.....	12
1.8. Понятие межкультурной коммуникации.....	17
1.9. Теории межкультурной коммуникации.....	20
1.10. Вербальная коммуникация.....	23
1.11. Формы вербальной коммуникации.....	27
1.12. Стили вербальной коммуникации.....	29
1.13. Контексты вербальной коммуникации.....	34
1.14. Невербальная коммуникация.....	36
Глава 2. Межкультурные коммуникации в профессиональной деятельности.....	51
2.1. Освоение чужой культуры и проблемы межкультурных контактов..	51
2.3. Стереотипы восприятия в межкультурной коммуникации.....	61
2.4. Понятие эффективной межкультурной коммуникации.....	67

**Новикова Татьяна Сергеевна,
Сычева Елена Михайловна**

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Учебное пособие для студентов сельскохозяйственных вузов

Формат А4 Печатных листов 5,25.

ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА
21400, Смоленск, ул. Б. Советская, 10/2