

НОО «ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА»



МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ДЕЛОВЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

УЧЕБНИК

Н.Н. ФРОЛОВА,
Н.М. БЕЛОВА

www.scipro.ru

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ДЕЛОВЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Н.Н. Фролова, Н.М. Белова

Учебник

Нижний Новгород
2024

УДК 801.8
ББК 60.254.224.022
DOI 10.54092/9785907607675

Главный редактор: Краснова Наталья Александровна – кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука»

Технический редактор: Канаева Ю.О.

Рецензенты:

Чертков Алексей Сергеевич, кандидат исторических наук, заведующий кафедрой Рекламы и человеческих ресурсов, Московский университет им. С.Ю. Витте.

Киселев Геннадий Михайлович, кандидат педагогических наук, доцент АНО ВО «Московский региональный социально-экономический институт»

Авторы:

Фролова Наталья Николаевна, старший преподаватель Центра проектной деятельности, заместитель начальника управления по воспитательной и социальной работе, Московский политехнический университет

Белова Нина Михайловна, кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин, филиал Российского государственного гуманитарного университета в г. Домодедово

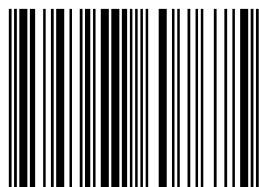
Межкультурные коммуникации в системе деловых и социальных отношений [Электронный ресурс]: учебник – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 118 с.). - Н.Н. Фролова, Н.М. Белова. 2024. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/intercultural_communications4_24.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10".

ISBN 978-5-907607-67-5

В учебнике представлены сведения по межкультурным коммуникациям в процессе делового сотрудничества и социального взаимодействия. Показано, что в структуре коммуникационного процесса с учетом новых трендов межкультурного обмена, появляются новые феномены (нетворкинг, свой-чужой и др.), которые необходимо знать при выстраивании коммуникационных стратегий. Особенно это важно при организации проектной деятельности, когда ее успешность в значительной мере зависит от слаженности взаимодействия всех членов команды. Учебник рассчитан на обучающихся, направления подготовки которых включают необходимость формирования коммуникационных компетенций (soft skills).

Обсуждено и рекомендовано к печати на заседании кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин филиала Российского государственного гуманитарного университета в г. Домодедово, протокол № 9 от 13.03.2024 года.

ISBN 978-5-907607-67-5



9 785907 607675 >

© Н.Н. Фролова, Н.М. Белова. 2024
© Оформление: издательство НОО Профессиональная наука, 2024

Содержание

| | |
|--|-----------|
| Введение | 6 |
| Раздел 1. Человеческие ресурсы как объект коммуникационного процесса | 7 |
| <i>Тема 1. Человеческие ресурсы: понятие о общей характеристика</i> | <i>7</i> |
| <i>Тема 2. Нетворкинг деловой среды как условие эффективной коммуникации</i> | <i>9</i> |
| Раздел 2. Основные понятия и структура коммуникационного процесса | 19 |
| <i>Тема 3. Понятие коммуникации, теория деятельности как методологическая основа теории коммуникации</i> | <i>19</i> |
| <i>Тема 4. Коммуникация и ее виды, основные единицы вербальной коммуникации: тексты, коммуникативные акты. Структура коммуникативного акта</i> | <i>25</i> |
| Раздел 3. Коммуникационный процесс и человеческий фактор 31 | |
| <i>Тема 5. Этническая, национальная, территориальная и социальная принадлежность коммуникантов</i> | <i>31</i> |
| <i>Тема 6. Национально-культурная специфика речевого поведения. Культура и поведение. Типология коммуникации</i> | <i>36</i> |
| Раздел 4. Лингво-когнитивная характеристика коммуникации .. | 45 |
| <i>Тема 7. Текстовая деятельность. Языковая и концептуальная картины мира. Языковая личность</i> | <i>45</i> |
| <i>Тема 8. Проблема понимания. Природа и сущность понятий «свой» и «чужой»</i> | <i>49</i> |
| Раздел 5. Культура в смысле коммуникационного взаимодействия | 61 |
| <i>Тема 9. Понятие культуры. Функциональная общность культур. Сущность культурных ценностей и их место в межкультурной коммуникации</i> | <i>61</i> |
| <i>Тема 10. Понятие межкультурной коммуникации. Объект, предмет и методы исследования, междисциплинарные связи</i> | <i>66</i> |
| <i>Тема 11. Стереотипы в межкультурной коммуникации</i> | <i>72</i> |
| Раздел 6. Формальная организация коммуникации: совместная деятельность и деловые интересы | 76 |
| <i>Тема 12. Организационная (корпоративная) культура</i> | <i>76</i> |
| <i>Тема 13. Деловое общение и народная дипломатия как стабилизирующие факторы в полиэтническом регионе</i> | <i>82</i> |

| | |
|---|------------|
| Раздел 7. Феноменология межкультурной коммуникации и активность человеческого фактора | 87 |
| <i>Тема 14. Диалог культур, вторичная адаптация/социализация, инкультурация. Понятие культурной идентичности.....</i> | <i>87</i> |
| <i>Тема 15. Роль общения в социальной практике.....</i> | <i>92</i> |
| <i>Тема 16. Активность личности, методы изучения культурных систем и межкультурных коммуникаций.....</i> | <i>98</i> |
| Заключение | 104 |
| Литература | 105 |
| Учебно-тренировочный тест по тематике учебника | 107 |
| Краткий глоссарий по тематике учебника..... | 111 |

Введение

Несмотря на то, что в настоящее время система межкультурных коммуникаций испытывает большое напряжение в связи с международной обстановкой, следует отметить, что в общем контексте этой проблематики намечается переформатирование многих процессов. Более того, становится все более очевидным, что человечество развивается по пути расширения взаимосвязи и взаимозависимости различных стран, народов и их культур. Этот процесс охватил различные сферы общественной жизни всех стран мира. Сегодня невозможно найти этнические общности, которые не испытали бы на себе воздействие как со стороны культур других народов, так и более широкой общественной среды, существующей в отдельных регионах и в мире в целом. Это выразилось в бурном росте культурных обменов и прямых контактов между государственными институтами, социальными группами, общественными движениями и отдельными индивидами разных стран и культур. Расширение взаимодействия культур и народов делает особенно актуальным вопрос о культурной самобытности и культурных различиях.

Культурное многообразие человечества увеличивается и его народы находят все больше средств, чтобы сохранять и развивать свою целостность и культурный облик. Эта тенденция к сохранению культурной самобытности подтверждает общую закономерность, состоящую в том, что человечество, становясь все более взаимосвязанным и единым, не утрачивает своего культурного разнообразия. В контексте тенденций общественного развития становится чрезвычайно важным уметь определять культурные особенности народов, чтобы понять друг друга и добиться взаимного признания.

Обязательное условие успешного взаимодействия персонала - развитие кросс-культурных компетенций. По данным Американской академии менеджмента, 55% международных альянсов и 78% слияний и поглощений распадаются в течение первых трех лет. Проблемы здесь лежат не в чисто экономической сфере, а в культурной «нестыковке» команд бизнеса, в организационных сложностях построения распределенных организационных структур из людей, во-первых, с разным менталитетом (национально обусловленным), во-вторых, с разными (в силу практики управления) стратегическими подходами к ведению бизнеса, то есть, в кросс-культурных коммуникациях. Внимание и грамотное управление культурными особенностями сотрудников в эпоху глобализации позволит избежать провалов на конкретных рынках.

Кроме того, в структуре коммуникационного процесса с учетом новых трендов межкультурного взаимодействия, появляются феномены (нетворкинг, свой-чужой и др.), которые необходимо знать при выстраивании коммуникационных стратегий. Особенно это важно при организации проектной деятельности, когда ее успешность в значительной мере зависит от слаженности взаимодействия всех членов команды.

Раздел 1. Человеческие ресурсы как объект коммуникационного процесса

Тема 1. Человеческие ресурсы: понятие о общей характеристика

Человеческие ресурсы – это качества и характеристики, определяющие способность к конкретной деятельности. Их можно рассматривать в рамках отдельной организации и в плане региона или даже страны. Сегодня это один из важнейших ресурсов любой формы деятельности. На что влияют? Эффективность деятельности зависит не только от планирования, оборудования, разработки бизнес-процессов, но и от грамотного управления человеческими ресурсами предприятия. Простыми словами, насколько качественно подобран персонал и насколько комфортно ему работать, настолько хорошо функционирует организация.

Под этим термином понимается определенный комплекс навыков и характеристик, определяющих склонность человека к выполнению той или иной работы. Причем, здесь можно рассматривать как ресурсы отдельного сотрудника, так и проблему человеческих ресурсов в среднем для какой-то территории или даже государства. В одних случаях анализируется потенциал конкретного человека. В других же ситуациях оценивается коллектив для определения имеющихся ресурсов компании. Все зависит от поставленных целей.

Человеческие ресурсы страны или организации рассматриваются с разных сторон. Зачастую анализируется индивидуальный потенциал отдельного человека. Если же изучаются ресурсы всего коллектива, то анализ ведется с точки зрения социально-психологического аспекта. А когда исследуется общество в целом, мы имеем дело с социологией.

Следует отличать человеческий капитал от ресурсов. Хотя эти понятия взаимосвязаны. *Человеческий капиталом* называют врожденные или приобретенные знания и навыки человека, которые могут быть использованы в работе. *Человеческие ресурсы* — это собственно люди с определенными физическими и умственными способностями. Последние используются в профессиональной деятельности для повышения производительности и эффективности труда. Иначе говоря, данные ресурсы представляют собой трудоспособное население с конкретным уровнем физических и духовных характеристик.

Оба этих понятия впервые были применены на практике лишь в 1980-е, поэтому они продолжают изучаться. К тому же в научной литературе детально определен лишь термин «человеческий капитал». Тем не менее, ряд отечественных и зарубежных исследователей используют в своих работах и второй термин, причем более активно, нежели фразы «персонал организации» или «трудовые ресурсы». Под последними понимаются лишь характеристики, связанные исключительно с трудом, без учета человеческого потенциала.

Концепция человеческих ресурсов именно с такой формулировкой впервые прозвучала из уст американского экономиста Джона Р. Коммонса еще в 1893 году. В ту пору появились отделы кадров, призванные *налаживать взаимопонимание между работниками и начальством* на предприятиях.

Логично предполагать, что каждая коммерческая организация обладает набором различных ресурсов, используемых для извлечения прибыли. Из всех них наиболее сильно выделяются именно человеческие.

Люди наделены самостоятельностью, хуже управляемы из-за наличия у них собственных установок и целей. В компанию человек приходит работать прежде всего для реализации своих потребностей. Однако сотрудники организаций каждый день принимают решения из личных побуждений, и это впоследствии влияет на прибыль и успех всего бизнеса. Поэтому руководители компаний в рамках работы с персоналом должны уделять особое внимание продвижению целей организации среди сотрудников. Для этого организуются еженедельные собрания, которые одновременно повышают лояльность людей к своим работодателям и в целом укрепляют *корпоративный дух*.

Другое отличительное качество человека — *обучаемость*. Никакие другие ресурсы не могут со временем быть более функциональными, самостоятельно преобразовывать свои недостатки в достоинства. Люди же на это способны с рождения.

Человек наделен эмоциями. Не всегда эта особенность положительно влияет на ситуацию, однако эмоциональность как фактор человеческих ресурсов общества в принципе может повысить эффективность труда. Эмоции играют роль в процессе налаживания отношений в рабочем коллективе, оказывают влияние на мотивацию сотрудников.

Исходя из сказанного, человеческие ресурсы, в отличие от всех других, предполагают двустороннее взаимодействие людей и организаций. Поэтому ключевое значение имеет продуктивное выстраивание отношений персонала и руководства, для чего требуется вкладываться в развитие этого руководства. Тем самым обеспечивается эффективное управление данными ресурсами.

Прежде всего следует сказать, что любая организация — это сообщество людей, добровольно объединенных ради достижения общей цели. Такое объединение, как правило, имеет четкую структуру.

Деятельность любого предприятия всегда зависит от человеческого фактора, который необходимо регулировать и систематизировать. Это основа работы практически каждой организации. Система человеческих ресурсов является одним из главных объектов управления. Основная цель при этом состоит в извлечении максимальной выгоды от труда персонала, а значит — и в повышении его эффективности.

Руководителям компаний необходимо не только нанимать квалифицированных сотрудников, но и грамотно подходить к организации их деятельности. Налаживание технологического процесса — гораздо более легкая задача, нежели работа с людьми. Всегда нужно учитывать психологический фактор, под действием которого могут возникать конфликты, профессиональное выгорание и потеря мотивации.

Сотрудники организаций могут называться по-разному: работники, персонал, штат, кадры, трудовые ресурсы и т.д. Если не вдаваться в детали, то это все синонимы. Такого мнения придерживаются как отечественные, так и зарубежные авторы специализированных публикаций. Различия между терминами продиктованы лишь подходом к работе с сотрудниками.

Ресурсы характеризуются неоднородностью. Любая, даже очень небольшая организация в своей деятельности сталкивается с необходимостью решать множество разнообразных задач. Выполнение последних возлагается на сотрудников, обладающих самыми разными навыками и опытом. Эти особенности служат основанием для разделения структур персонала на статические и аналитические.

Обобщающей характеристикой в отношении понятия человеческих ресурсов выступает совместная деятельность. Слаженность такой деятельности зависит от сплоченности команды. Поэтому коммуникационная проблема весьма актуальна в этом смысле. Особенно, когда речь идет об управлении человеческими ресурсами в условиях проектной деятельности.

Управление человеческими ресурсами проекта (Project Human Resource Management) — это раздел управления проектами, охватывающий процессы, необходимые для наиболее эффективного использования вовлеченного в проект персонала. Человеческие ресурсы проекта — это совокупность профессиональных, деловых, личностных качеств участников проекта и их возможностей (влияния, «веса», связей и т.п.), которые могут быть использованы при осуществлении, проекта.

Поскольку речь идет о деловых и межкультурных коммуникациях, активности коммуникационного процесса и управлении человеческими ресурсами, актуализируется вопрос развития персонала в отношении формирования гибких навыков (soft skills). К таким навыкам можно отнести нетворкинг (умение создавать полезные связи), деловые и межкультурные коммуникации.

Тема 2. Нетворкинг деловой среды как условие эффективной коммуникации

Нетворкинг (от английского слова *networking* – создание сети полезных связей: *net* – сеть и *work* – работа) – это деятельность, направленная на приобретение полезных связей для быстрого и эффективного решения любых жизненных задач. За новым словом скрывается совсем не новое понятие, которое имеет глубокие корни, прослеживающиеся вплоть до доисторической эпохи разделения труда и натурального обмена.

Человек на протяжении всей истории зависел от социальных связей. Особенно тесно эта зависимость проявлялась на ранних этапах развития цивилизации, когда вопрос выживания был основным и главным. В ту суровую эпоху оказаться вне племени или общины означало верную гибель.

Нетворкинг – это способ окружить себя полезными людьми, профессионалами, к которым всегда можно обратиться за помощью. Помните, что важнейшим принципом нетворкинга является долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество.

Понимание, что мы зависим друг от друга, лежит в основе нетворкинга. Как и раньше, существуют естественные факторы, заставляющие нас искать точки соприкосновения и быть полезными друг другу. Особенно это важно для бизнесменов, руководителей крупных проектов, в чьи обязанности входит решение срочных задач.

Нетворкинг в России – понятие все еще неопределенное. В 2012 году в Москве впервые провели мероприятие «День Нетворкинга в России», которое включало в себя выступления экспертов по бизнесу. Однако до сих пор нетворкинг путают то с обычным общением в соцсетях (социальная сеть – англ. *socialnetwork*), то с понятием *network* из IT-сферы, то с обыденным кумовством, граничащим с коррупцией. В лучшем случае под нетворкингом понимают возможность обменяться визитками на деловых мероприятиях.

Умение заводить правильные знакомства обычно связывают с перспективами роста доходов. Такая точка зрения не является неправильной, однако рассматривать нетворкинг исключительно в качестве вспомогательного инструмента для бизнеса было бы несправедливо. Общение определяет сознание, эта истина знакома с незапамятных времен: скажи мне - кто твой друг, и я скажу тебе – кто ты. Человек, окруженный развитыми людьми, начинает развиваться автоматически, просто перенимая качества своего окружения. Формируя круг общения правильно, человек способствует развитию собственных личностных качеств и задает вектор этого развития.

Если же рассматривать нетворкинг с чисто экономической точки зрения, то приобретение прочных связей среди профессионалов в разных областях общественной жизни помогает зарабатывать больше и терять меньше. Прочные связи – это доверие, возможность положиться на партнера по бизнесу в сложной ситуации. Если у вас проблемы с законом, лучше иметь своего проверенного юриста, чтобы потерять как можно меньше денег; если нужны поставки сырья, лучше иметь своего проверенного поставщика, чтобы не сомневаться в качестве товара и добросовестности продавца.

Является ли нетворкинг обязательным условием успешного ведения бизнеса и повышения уровня доходов? Нет, вы можете зарабатывать деньги и без развития связей, никто не утверждает, что без сети полезных знакомств не может быть бизнеса. Однако причины, по которым успешные предприниматели делают выбор именно в пользу нетворкинга, заслуживают внимания.

В обществе, где сам статус «эксперт» стал ходовым товаром, найти настоящего эксперта в любой области – большая проблема. Если вы взялись за поиски нужного человека в момент возникновения жизненной трудности, у вас не остается времени на тщательный отбор. В таких ситуациях просто звонят по объявлению и надеются на удачу. Дальновидный человек обладает некоторым даром предвидения, он заранее знает, какие сложности могут встретиться ему на жизненном пути (профессиональном и не только), поэтому он не упускает случая заранее наладить контакт с хорошим врачом, юристом, политиком и так далее.

Профессионализм – это всегда навыки организатора и деловые качества. Если вы стремитесь к повышению собственного профессионализма, полезно будет окружить себя достойными примерами. Всегда можно получить совет или спросить мнение по любому пустяковому вопросу. Всегда есть чьи-то достижения перед глазами, которые мотивируют работать над собой, развиваться, ставить высокие цели, соответствовать своему окружению.

Деловая репутация как возможность привлекать инвестиции в собственные проекты. Если вас посетила разумная бизнес-идея, привлечь средства на ее реализацию будет проще, если у вас есть знакомые инвесторы или поручители с репутацией. Сам факт того, что вы обращаетесь в тех кругах, где бывают состоятельные люди, уже повышает ваши шансы привлечь инвестиции во много раз. Ведь все системы отбора лучших инвестиционных проектов основываются на противодействии случайным людям.

Трудоустройство. Ключевые должности закрываются по объявлению только в тех случаях, когда нет возможности закрыть их по знакомству. Часто связи являются более важным фактором, чем профессионализм соискателя, потому что каждому руководителю нужны в первую очередь надежные и лояльные подчиненные.

Виды нетворкинга. Нетворкинг бывает деловым и социальным. Деловой способствует продвижению человека в сфере его деятельности – бизнесе, политике, спорте и т.д. Социальный относится непосредственно к кругу общения в обычной жизни, он не ставит перед собой цели больше заработать или занять лучшее положение в обществе. К социальному нетворкингу могут относиться некоторые виды общения в социальных сетях. Так как люди все чаще заводят личные знакомства именно таким образом. Деловой нетворкинг большей частью происходит в оффлайн-режиме.

Виды делового нетворкинга по характеру отношений. Отношения с действующими или будущими партнерами по бизнесу бывают трех типов:

1. *Позитивное* – я искренне вкладываюсь. Это своего рода инвестиция в будущее: вы пытаетесь как можно больше сделать для нового знакомого, который может быть вам полезен в перспективе. Такой стратегией пользуются опытные управленцы, когда формируют команду.

2. *Негативное* – я беру из отношений как можно больше. Потребительская позиция может быть устойчивой только в одном случае, если из отношений с вами партнер точно так же выкачивает все соки, в иных случаях они быстро закончатся.

3. *Смешанное* – баланс вложений и приобретений. Это оптимальный вариант, но он также является наиболее сложным. Недостатки первых двух подходов очевидны: если вы работаете на отдачу – вами могут начать пользоваться, а если – на прием, то отношения с вами не выйдут за рамки обоюдной выгоды. Смешанный вариант создает тесное партнерство, обоюдную заботу, равную заинтересованность.

Правила эффективного нетворкинга

Будьте полезны людям. Завести знакомство – значит заинтересовать, а деловых людей интересуют те, кто может быть полезен их бизнесу (как, собственно, и вас). Поэтому, прежде чем знакомиться с нужными людьми, подумайте, какой интерес для них представляете вы сами.

Будьте источником позитива, чтобы с вами хотелось общаться. Общение приносит удовольствие – это правило для тех, кто хочет научиться заводить знакомства для бизнеса. Даже если у вас проблемы с предыдущим пунктом, вы можете просто понравиться собеседникам, запомниться харизмой, шутками или эрудированностью. Если вам действительно есть что предложить будущим партнерам по бизнесу, но ваши внешний вид и манера вести разговор навевают на них тоску, знакомство может не получить развития.

Не пытайтесь получить все сразу. Как на первом свидании не имеет смысла тащить девушку в загс, так и при первой встрече рекомендуется не слишком досаждать собеседнику. Самое главное – оставить контакты и хорошее впечатление о себе.

Не пренебрегайте визитками. Визитки не потеряли актуальности в эпоху интернета, они по-прежнему выполняют свою задачу на пять с плюсом. Вручить визитку в ходе разговора, это просто и удобно.

Перестаньте продавать. Верный способ оставить после себя дурное впечатление – попытаться что-то продать человеку. От продавцов все давно устали, их никто не любит, даже самых хороших. Если повезет, их оценивают через призму отношения к товару, который они продают. Но вы хотите зарекомендовать себя с положительной стороны, поэтому даже не думайте заниматься продажами, нетворкинг – не маркетинг.

Знакомьте собеседников друг с другом. Если вы оказались в компании из нескольких человек, убедитесь, что все они представлены друг другу и никто не скучает. Это позволит избежать неловких ситуаций и добавит вам баллов в глазах собеседников.

Представляйтесь кратко, но так, чтобы вас запомнили. Неправильно: «я – фронт-энд разработчик». Правильно: «я создаю сайты удобными и привлекательными для пользователей». Просто называя специальность, вы ничего не говорите собеседнику, но если сместить акцент на суть вашей работы (чем она полезна людям), это мгновенно вызовет уважение, интерес и желание обсудить.

Задавайте открытые вопросы. Открытый вопрос предлагает собеседнику высказать свое мнение, дает возможность поговорить, поделиться опытом. Такой вопрос может стать началом по-настоящему интересного диалога, в отличие от закрытого вопроса, на который можно ответить односложно – да, нет, не знаю, может быть. Не менее важно понимать, о чем спрашивать уместно, а о чем – не очень.

Четко определите, какие знакомства вы хотите завести. Не нужно знакомиться со всеми подряд, на это уйдет много времени, а большинство контактов так и останутся не востребуемыми. Определите целевую аудиторию заранее и сужайте круг тех, с кем хотите пообщаться.

Держите одну руку свободной. С занятыми руками сложнее общаться, это касается как рукопожатий, так и жестикуляции во время разговора. Это кажется мелочью, но разница будет весьма заметной.

Развивайте знакомства. Можно принести домой хоть 10, хоть 100 визиток, но если вы не сделаете следующий шаг к общению, они так и останутся лежать у вас на полке бесполезным грузом.

Как разнообразить профессиональный нетворкинг

Шаблонное мышление – первый враг творчества. Эта фраза не вызывает вопросов у большинства шаблонно мыслящих, так как они просто не относят ее на свой счет, считая, что конкретно у них такой проблемы нет. Однако проблема шаблонности сильно недооценена. Люди, пытающиеся расширить круг знакомств, автоматически стремятся заводить знакомства с теми, кто похож на них, так проще. Человек с другими взглядами, убеждениями или позицией вызывает отторжение или равнодушие. Но согласно исследованию университета Карнеги-Меллон (США) 1985 года, самыми творчески-продуктивными для бизнеса являются связи между людьми, которые отличаются друг от друга.

Прокачивайте softskills. Навыки гибкости – волшебная палочка, которая позволит вам общаться со всеми, независимо от наличия у вас точек соприкосновения. Прокачать softskills – не то же самое, что стать подхалимом или лицемером. Это значит позитивно смотреть на вещи, преодолевать собственный скепсис, не бояться пробовать, быть изобретательным и внимательным.

Выходите из зоны комфорта. Комфорт – это всегда ограничение, находиться в комфортной среде, значит быть ограниченным этой средой. Выход из зоны комфорта вызывает стресс, который стимулирует мозг искать нестандартные решения, в результате чего образуются новые нейронные связи, приобретается уникальный опыт преодоления трудностей.

Действуйте осознанно. Избегайте шаблонных действий и решений, это попытка выбрать протоптанную дорожку. Осознанность заключается в том, что вы анализируете и выбираете лучший вариант, независимо от того, насколько он соответствует вашему опыту или настроению. Помогают мозговые штурмы, рабочие консультации, постоянный поиск нового, анализ ярких примеров.

Работайте с коллабораторскими группами. Это группы непохожих друг на друга людей, которые специально собираются и дискутируют. Результатом такой дискуссии может стать существенное обогащение взглядов ее участников. Это разновидность мозгового штурма, помогающая научиться выйти за стандартные рамки мышления, посмотреть на привычные вещи другими глазами.

Как поддержать беседу с незнакомцем

Правила ведения непринужденной беседы просты, они гарантируют, что вы не провалитесь по собственной вине. Это техника безопасности, которая сама по себе не приводит к каким-то конкретным результатам, но всегда уберегает от простейших ошибок.

Обсуждайте то, что известно всем. Каждый может поддержать разговор, что-то рассказать или послушать, если речь идет об общеизвестном факте. Если же тема узкая, заняты в обсуждении будут двое, остальные быстро заскучают. Если вас всего двое – будьте внимательны к потребностям собеседника в первую очередь, это элементарная вежливость.

Избегайте щекотливых тем. В первую очередь это религия и политика. Темы болезненные, конфликтогенные, их обсуждение может не перейти в ссору, но если участники беседы расходятся в убеждениях, каждый из них отметит это для себя и запомнит. Если эта разница существует, разумно будет ее не обнаруживать.

Ведите нейтральные беседы. Лучшее решение – искать общие интересы в чем-то нейтральном: кино, музыка, театр, спорт, еда, мировые курорты и т.д. Постарайтесь нащупать интересную для собеседника тему и развивайте диалог в этом направлении.

Слушайте активно. Давайте понять, что вы слушаете собеседника. Кивайте головой, жестикулируйте, меняйте мимику, вставляйте в паузах «да», «я понимаю», «разумеется». Только не делайте это наигранно, такое поведение насторожит и вызовет недоверие к вам.

Как начать нетворкинг в реальной жизни

Наблюдая за успешными людьми, можно подумать, что связи и окружение были у них всегда. Но в реальности процент выросших в нужном окружении, незначителен, большинству пришлось с чего-то начинать. Приводим несколько советов, как выстроить сеть знакомств в различных сферах жизни тем, кто не имеет такого опыта.

Определите собственные цели в бизнесе. Это даст вам понимание, какие именно знакомства актуальны для вас в настоящий момент.

Ищите группы и ассоциации, связанные с интересующей вас отраслью. Наблюдая за их активностью, вы будете знать обо всех тематических мероприятиях, на которых можно завести знакомства.

Наметьте конкретных людей согласно собственным запросам. От общих целей постепенно переходите к конкретным бизнес задачам, ищите конкретных людей, которые могут вам помочь в ближайшей или далеко идущей перспективе.

Начните разговор. На деловых встречах царит непринужденная обстановка, познакомиться с нужным человеком нетрудно, просто подойдите и начните разговор. Выше мы дали общие рекомендации по поддержанию беседы, а ниже будут советы для интровертов.

Сделайте второй шаг. После знакомства и обмена контактами разговор можно завершить, чтобы продолжить знакомится с другими участниками мероприятия. Но в дальнейшем обязательно свяжитесь со своими новыми знакомыми, найдите способ поддерживать с ними связь, напоминайте о себе звонками время от времени.

Не забывайте делать акцент на том, чем вы можете быть полезны новым знакомым в их бизнесе. Это не должно быть навязчиво, но каждому вашему собеседнику должен быть сразу понятен этот момент.

Нетворкинг в социальных сетях

Социальные сети – это цифровая платформа для коммуникаций, а нетворкинг – это и есть коммуникации. Использовать социальные сети для нетворкинга вполне естественно и не менее эффективно, чем общение в формате оффлайн.

Для чего нужен

Как цифровая альтернатива визиткам. Соцсети очень удобны в плане сохранения полезных контактов, так как позволяют не только хранить контактную информацию, но и наблюдать за интересными людьми, получать последние новости, быть в курсе их деятельности и жизни.

Для адресного поиска. Соцсети дают возможность находить людей по увлечениям и роду занятости. Специалисты обычно не скрывают такой информации, поэтому у вас есть возможность выйти на нужного человека через его соцсети, если по каким-либо причинам он недоступен оффлайн. Можно подписаться на интересные страницы и отслеживать происходящее в жизни потенциальных партнеров.

Как вести социальные сети

Уделяйте внимание профилю. Ваш профиль или блог – альтернатива визитной карточке. Заполните его как можно подробнее.

Пишите о себе привлекательно. Раскрывайте суть и миссию вашей деятельности, так вы станете профессионалом с человеческим лицом, а не просто регламентированной функцией.

Добавляйте качественные фото. Обязательно добавьте несколько удачных фото в деловом стиле и несколько – более неформальных, чтобы немного раскрыть обе стороны своей жизни. Обновляйте альбомы хотя бы раз в месяц.

Вступайте в тематические группы. Желательно, в серьезные и узконаправленные, где специалистам целевых профессий интересно проводить время.

Загружайте полезный видеоконтент и делитесь им. Видео по теме вашей деятельности с полезными рекомендациями, новостями или обзорами – это отражение ваших интересов.

Следите за состоянием стены. Посты сомнительного содержания лучше вычищать своевременно.

Главное

Заботьтесь о состоянии профиля. Привлекательный профиль помогает делать о вас заочные выводы.

Не будьте продавцом и менеджером. Попытки что-то продать портят впечатление.

Выходите за пределы интернет-общения. Грамотный нетворкинг в социальных сетях должен вырасти в живые отношения, иначе он останется неполноценным.

Нетворкинг в IT-сфере

IT-сфера славится открытостью, дружелюбием и прозрачностью. Вы не найдете тут закрытых тусовок, куда не принимают новичков. Любой может вступить в IT-содружество и получить поддержку на любом уровне.

В IT-сообществе помогают всем. Новички не сталкиваются здесь с насмешками и агрессией, связи заводятся легче.

Нет разделений и дискриминации. В IT-сообществе все на равных, участником сообщества может стать любой. Нет деления на профи и нубов.

От репутации зависит больше, чем от практического профессионализма. Старайтесь не портить себе репутацию в IT-сообществе, здесь от нее зависит всё.

Нетворкинг и деловые знакомства для маркетологов, пиарщиков и рекламщиков

В современном мире нетворкинг становится все более важным элементом успешной карьеры. Особенно это касается профессионалов в области маркетинга, пиара и рекламы, которые должны постоянно находить новых клиентов и партнеров для своих проектов.

Расширение круга контактов. Нетворкинг позволяет установить новые связи с людьми из разных сфер бизнеса и получить доступ к новым клиентам и партнерам. Это особенно важно для маркетологов, пиарщиков и рекламщиков, которые должны постоянно находить новых клиентов и партнеров для своих проектов.

Обмен опытом и знаниями. В рамках нетворкинга можно общаться с коллегами из своей отрасли, узнавать о новых тенденциях и инновациях в маркетинге, пиаре и рекламе. Это помогает развиваться профессионально и расширять свой кругозор.

Увеличение доверия и лояльности. Чем больше людей знают о вас и вашей работе, тем больше у них будет доверия к вам как профессионалу. Кроме того, если вы установили хорошие отношения с коллегами и партнерами, они будут более лояльны к вам и готовы рекомендовать вас своим знакомым.

Как же правильно использовать нетворкинг маркетологам, пиарщикам и рекламщикам?

Вот несколько полезных советов:

Будьте активными на профессиональных мероприятиях. Посещайте конференции, семинары и другие мероприятия, связанные с вашей отраслью. Это поможет вам установить новые контакты и обменяться опытом с коллегами.

Вступайте в бизнес-сообщества — организации, объединяющие предпринимателей, бизнесменов и маркетологов для обмена опытом, знаниями и установления деловых контактов. Бизнес-сообщества также предоставляют своим участникам доступ к эксклюзивной информации, обучению и консультациям от экспертов в различных областях бизнеса.

Используйте социальные сети. LinkedIn и другие профессиональные социальные сети могут стать отличным инструментом для нетворкинга. Создайте профиль, установите контакт с коллегами и партнерами, общайтесь с ними и делитесь своим опытом.

Будьте открытыми и дружелюбными. Нетворкинг — это не только обмен контактами, но и установление хороших отношений с людьми. Будьте дружелюбными, открытыми и готовыми помочь другим профессионалам в вашей отрасли. Это поможет вам установить долгосрочные отношения и получить новые возможности для развития карьеры.

Посетите Нетворкинг Кэмп - ежегодное событие для предпринимателей, созданное для знакомства новых людей. Это поможет вам познакомиться с успешными предпринимателями, а также получить ценную информацию от приглашённых экспертов.

Лучшие мероприятия для нетворкинга среди российских маркетологов, пиарщиков и рекламщиков следующие:

Международный форум PR-агентств (PR Days). Ведущая площадка для профессионалов в сфере PR. Форум объединяет экспертов, представителей бизнеса и государственных структур для обмена опытом и обсуждения актуальных вопросов. Проходит в различных городах России.

Интернет-конференция iMetrics. Мероприятие, посвященное интернет-маркетингу и аналитике. Участники обсуждают последние тенденции в сфере digital-маркетинга и делятся своим опытом. Конференция проводится онлайн.

Фестиваль рекламы White Square. Международный фестиваль креативности, который привлекает ведущих маркетологов, рекламистов и дизайнеров со всего мира. Включает в себя презентации, мастер-классы, кейс-стади и награждение лучших проектов. Обычно проходит в Минске, Беларусь, но привлекает участников из разных стран, включая Россию.

Digital-конференция Synergy Online Forum. Ежегодное событие, посвященное цифровому маркетингу и онлайн-бизнесу. Включает в себя выступления ведущих экспертов и практиков, дискуссионные панели и кейс-стади. Конференция проводится онлайн и доступна для всех желающих.

Нетворкинг и студенты

Студенческий нетворкинг – это забота о будущей карьере. Не все студенты относятся к этому серьезно, однако процесс образования без подготовки к применению этого образования в профессиональной деятельности может оказаться малополезным.

Стажировки. Стажировки помогают студенту пройти первый этап отсеивания резюме при устройстве на работу в солидную компанию. Когда откликов на вакансию слишком много, рекрутеры не просматривают каждый, а отсеивают большую часть по первичным признакам и только потом приступают к внимательному изучению.

Учеба. Общение является неотъемлемой частью процесса обучения. Между студентами постоянно происходит обмен опытом, мнениями, идеями. Студенты заражают друг друга энтузиазмом, чувством здорового соперничества, творческим потенциалом. Чем больше всего этого в жизни студента, тем сильнее он вовлечен в образовательный процесс.

Студенческие организации. Иногда организации студентов воспринимают как кружки по интересам, но во многих странах такие организации являются влиятельными структурами, позволяющими своим членам профессионально развиваться гораздо быстрее остальных. Организации часто устраивают программы, привлекают экспертов в своей области, заботятся о заблаговременном установлении связей с ключевыми фигурами.

Мечты. Известны случаи, когда головокружительные желания студентов исполнялись только благодаря тому, что они не боялись идти им на встречу. Одна девушка написала электронное письмо голливудскому продюсеру с мировым именем и через пару месяцев получила место в его команде, несмотря на отсутствие официальных вакансий.

Где можно практиковать и налаживать связи

Теория успешного нетворкинга необходима, чтобы не наломать дров во время практики, но она бесполезна, если никакой практики нет. Мы рекомендуем начать делать первые шаги как можно быстрее, т.к. никакой теоретический материал никогда не станет заменой живому опыту общения. Где же начать практиковаться?

Языковые курсы. Языковые курсы помогут обзавестись знакомствами среди других учащихся. Также студенты часто живут в принимающих семьях, международных общежитиях или у преподавателей.

Занятия, соревнования, мероприятия. Любое общение на учебе развивает навыки коммуникации. Особенно эффективны групповые задания. Такая польза от общения — нетворкинг. Гораздо проще начинать тренировать навык в университете. Связи с однокурсниками в любом случае могут пригодиться. Прочитайте, как развивать soft skills в университете.

Форумы, конференции, круглые столы. Полезные контакты можно найти среди участников деловых конференций. Вы сразу сможете оценить навыки и опыт по их выступлению. К тому же, вы сами можете подготовиться и впечатлить других своими достижениями. Участие в научных конференциях будет выгодной строчкой в резюме и будет шансом получить хорошую рекомендацию от научного руководителя.

Ярмарки вакансий, карьерный центр в университете. Нетворкинг пригодится при трудоустройстве. Многие вузы спонсируют ярмарки вакансий и другие мероприятия специально для своих студентов. Подготовьте резюме и портфолио. Направляйте его работодателям, которые в вас заинтересуются. Заранее продумайте свой лифт-питч и представьте его работодателям.

Волонтерские клубы. Первокурсникам часто предлагают стать волонтерами на форумах. Помощь в организации — возможность получить полезные контакты и познакомиться с организаторами.

Нетворкинг-сессии. Место для тех, кто стесняется подходить к другим на профессиональных мероприятиях или хочет сразу обзавестись нужными контактами. Такие встречи проходят онлайн и офлайн. На них собираются профессионалы из разных сфер, чтобы познакомиться и поделиться опытом. Например, в России популярно приложение для нетворкинга Random Coffee. Его зарубежный аналог — Lunchclub.

Социальные сети. Профессиональные знакомства за границей обычно проходят в LinkedIn. На платформе можно найти список нужных вам специалистов и профильные мероприятия. 72% рекрутеров пользуются этим сайтом для найма новых сотрудников^[6]. Соцсети подходят для того, чтобы поддерживать связь с нужными контактами. Чтобы создать долгосрочное знакомство, подписывайтесь, лайкайте и комментируйте всех, кто вам интересен и может быть полезным.

Коворкинги. В рабочей обстановке легче завести деловые знакомства. В коворкингах можно познакомиться с профессионалами из разных сфер. Например, начать с уместного вопроса или предложить свою помощь. Не забудьте обменяться контактами.

Любые сообщества: от студенческих до гендерных. Подобные организации основаны на общих интересах и взаимопомощи. В крупных вузах за границей развиты спортивные

ассоциации. В США, например, 2200 студенческих баскетбольных команд, игрокам выплачивают спортивные стипендии. Как правило, общие интересы объединяют, поэтому знакомство более продуктивно. Однажды ваш однокурсник может стать тренером по баскетболу, вспомнит о вас и позовет играть в свою команду.

Выставки и бизнес конференции. Это традиционные места для деловых знакомств, туда приходят именно с целью налаживания связей.

Тренинги и семинары. Это профильные мероприятия для повышения навыков ведения бизнеса. Туда приходят те, кто занят определенным типом деятельности. Если эта область целевая для вас, то и люди могут оказаться полезными.

Спортивные клубы. А это уже лайфхак, основанный на понимании человеческого мышления. Совместные спортивные тренировки сближают людей очень быстро, это научный факт. Поэтому, чтобы побороться за доброе расположение влиятельного бизнес-специалиста, есть смысл записаться с ним в один спортзал.

Публикации в СМИ. Выступить в качестве эксперта для статьи в СМИ не очень сложно, если вы – действительно эксперт в своей области. Свяжитесь с редакцией и предложите свои услуги, это первоклассная реклама.

Старые контакты. Старых знакомых можно найти в соцсетях или в списке контактов вашего смартфона. Это люди, которых с вами объединяет какая-то общая история, вам будет легче найти с ними общий язык. Смело приглашайте их на обед, кофе или деловую встречу.

Специальные предложения. Иногда для нетворкинга создаются специализированные инструменты. Например, бот может подобрать вам случайного собеседника на основе совпадения данных.

Как организовать нетворкинг-мероприятие самостоятельно

Под мероприятием можно понимать, как оффлайн, так и онлайн встречу, но пока предпочтение традиционно отдается оффлайн варианту, так как живое общение на вечеринке гораздо привлекательнее двухчасового сидения перед камерой. Если вы – организатор встречи, вы контролируете все аспекты ее проведения, что дает вам множество преимуществ. Нужно учесть.

- *количество гостей.* В идеале оно должно быть строго определено, если это невозможно – вы должны хотя бы представлять его себе. Если придет слишком мало или слишком много людей – это создаст неудобства.

- *контингент.* Состав гостей очень важен – это могут быть специалисты одной сферы деятельности или разных, но организаторы должны четко понимать, как будет развиваться их общение.

- *атмосфера.* Создание атмосферы поможет людям быстрее найти общий язык, максимально расслабиться, почувствовать себя участником происходящего.

- *тематика.* От тематики будет зависеть, кто и зачем придет: кому-то интересны разговоры о работе, а кто-то устал от них и хочет побыть в неформальной обстановке. Чем лучше вы прочтаете желания гостей, тем привлекательнее будет мероприятие.

- *ведущие (модераторы).* Найдите себе напарника или нескольких, если мероприятие крупное. Одному сложно уделять внимание всем гостям, а позволять им скучать или оставаться незнакомыми друг с другом – недопустимо.

Как гарантированно оставить о себе приятное впечатление

Несколько технических советов, которые работают со всеми и не требуют специальных навыков. Просто потренируйтесь немного в беседах со случайными собеседниками или знакомыми.

Рапорт

Этот термин, заимствованный из танцевального искусства, означает полное понимание между партнерами, позволяющее им на бессознательном уровне действовать как одно целое. Это явление – основа доверительного общения. Оно начинается с желания следовать за другим

человеком, взаимодействовать с ним. Добиться рапорта в общении помогут рекомендации ниже.

Отзеркаливание

Перенимаем язык жестов собеседника, повторяем его движения как в танцах. Избегайте двух ошибок – полного копирования и зеркальности. Полное копирование превратит ваш разговор в пантомиму, нужно добиться легкой похожести, не более того. Зеркальность означает, что когда собеседник делает жест правой рукой, вы делаете жест левой в ответ – это ошибка. Чтобы повторить жест, сделанный правой рукой, нужно тоже сделать жест правой рукой.

Тоннель

Зрительный контакт, соединяющий двух собеседников и ни на секунду не прерывающийся. Жесты и мимика должны быть направлены в сторону собеседника, когда говорите вы. Когда вы слушающий, старайтесь слушать активно – с помощью тех же мимики и жестов.

Слова

Слушайте, какими словами оперирует собеседник и подстраивайтесь под него. Если в его речи часто проскакивает «слушай» или «я слышу», используйте слуховые образы, чтобы донести до него вашу мысль. Тихо, громко, созвучный, вибрация.

Если чаще использует слово «смотри», «взгляни», подбирайте «зрительные» слова – светлый. Темный, яркий, круглый.

Если разговор ведется на профессиональном сленге или с использованием терминологии, подстраивайтесь и сыпьте терминами.

Использование контактов

Контакты могут быть мертвым грузом, а могут превратиться в ценные бизнес активы, если правильно к ним отнестись. Когда есть возможность сохранить контакт нового знакомого – сохраните, это ничего вам не стоит, а польза для бизнеса может быть очень большая. Чтобы контакт не сгинул в серой массе ему подобных ничего не говорящих имен, возьмите привычку давать короткое описание – когда и в каком городе познакомились, чем занимается, что-то важное из его биографии. Заметку можно сделать прямо в телефоне или написать на обороте визитки. Когда общение возобновится после длительного перерыва, вы произведете приятное впечатление на собеседника, показав, что ничего о нем не забыли.

Чтобы контакты не становились холодными, напоминайте о себе дважды в год – возьмите это за правило. Повод найти нетрудно – поздравить с Новым Годом и с Днем Рождения, этого будет достаточно. Но не ограничивайтесь шаблонной фразой, обязательно поинтересуйтесь жизнью человека и изменениями в его профессиональной сфере и бизнесе. Если есть возможность контактировать чаще, становиться ближе – делайте это. Используйте все, что подходит – мессенджеры, почту, общие группы в социальных сетях и т.д.

Ходите на встречи, это прекрасный способ поддерживать контакты если не со всеми, то хотя бы с важными для вас людьми.

Многие знаменитости добились успеха в бизнесе благодаря тому, что их вовремя заметили нужные люди. А чтобы кого-то заметили, этот кто-то как минимум должен быть на виду, это и есть нетворкинг.

Частые ошибки в нетворкинге

Не готовиться к встрече. Навыки импровизации очень ценны, но они не заменяют даже легкую подготовку. Оставьте их на случай крайней необходимости, а перед встречей постарайтесь понять, как вы ее видите и что хотите получить как итог.

Слушать собеседника невнимательно. Если даже собеседник не заметит этого по выражению лица, вы проколитесь, когда не сможете вспомнить ни одного слова из того, что только что услышали. Будьте активным слушателем, не скупитесь на комментарии.

Хвастаться, приукрашивать. Обман быстро всплывает, а хвастовство бросается в глаза и отталкивает.

Вести себя навязчиво. Не думайте, что вам кто-то что-то должен, думайте, что вы можете сделать для других.

Не помогать человеку, когда он в этом нуждается. Любая возможность помочь человеку должна восприниматься вами как отличный способ подкрепить отношения. Помогать следует с энтузиазмом и радостью.

Посещать все мероприятия. Если мероприятий много, сужайте круг, выбирайте самые важные.

Не развивать знакомства. Забыть о знакомстве на два года и вспомнить, когда вам что-то понадобилось – такие отношения у нас могут быть с социальными службами, но никак не с партнерами по бизнесу.

Опаздывать на встречи. Нарушение делового этикета, которое характеризует вас как необязательного человека. Никто не любит ждать.

Мифы про нетворкинг

Быстрые результаты. На самом деле результатов может не быть очень долго, но каждое новое знакомство становится небольшим активом. Это как посаженное семя: вам придется долго его поливать, прежде чем оно превратится в дерево и начнет приносить плоды.

Это хобби. Любительский нетворкинг на досуге занятие полезное, но не более. Настоящие результаты приносит профессиональный выверенный подход и личная стратегия. Относиться к нетворкингу нужно серьезно с самого начала, это поможет вам не потерять время.

Главное – быть экстравертом. Экстраверту действительно легче начать разговор с незнакомцем, это факт. Но разговор, это всего лишь первый шаг. Знакомство нужно развить и углубить, нового знакомого нужно удержать. Экстраверту придется учиться всему этому также как интроверту.

Количество важнее качества. Это самый популярный миф: чем больше у меня визиток, контактов в социальных сетях, чем к большему количеству людей я подойду на встрече, тем эффективнее нетворкинг. На самом деле правильно выстроенные отношения с одним нужным человеком могут стоить дороже бесполезного обмена визитками с тысячей случайных людей.

Самое важное, что нужно знать о нетворкинге – это стиль жизни общительного и активного человека. Чтобы овладеть этим искусством, важно попробовать, ощутить его неповторимый вкус, полюбить его, захотеть сделать его частью своей уникальности. Тогда все советы волшебным образом будут работать, стеснение испарится, самые сложные встречи станут вызывать энтузиазм и здоровый азарт.

Вопросы для самопроверки знаний по разделу 1:

1. Человеческие ресурсы – это...
2. Человеческий капитал – это...
3. Что обозначает понятие «корпоративный дух»?
4. Дайте два определения понятию «Нетворкинг»
5. Что предполагает профессионализм?
6. Какие виды нетворкинга Вы знаете?
7. Какие правила эффективного нетворкинга Вам известны?
8. Как разнообразить профессиональный нетворкинг?
9. Нетворкинг в социальных сетях – это ...
10. Где можно практиковать и налаживать связи?
11. Как организовать нетворкинг-мероприятие самостоятельно?
12. Как гарантированно оставить о себе приятное впечатление?

Раздел 2. Основные понятия и структура коммуникационного процесса

Тема 3. Понятие коммуникации, теория деятельности как методологическая основа теории коммуникации

В настоящее время происходит **процесс становления коммуникации** как объекта исследования на различных уровнях: социологическом, информационном, политологическом, социологическом, философском, психологическом, лингвистическом, культурологическом и т.д. Такое положение является вполне закономерным и объяснимым. Глобальная трансформация индустриального общества в информационно-коммуникативное общество сопровождается не только проникновением коммуникации во все сферы жизнедеятельности общества, возникновением и развитием качественно нового типа коммуникативных структур и процессов, но и глубоким переосмыслением коммуникативной природы социальной реальности, современных изменений в социально - коммуникативной сфере, места и роли коммуникаций в развитии общества.

В американских и западноевропейских университетах с конца 30-х годов читаются курсы по коммуникации, существуют специализации и присваиваются степени MA, MS, Ph. D. по специальностям «communications», «communications management», «communications studies», «mass communications» и т.д. Издается более двух десятков научных журналов, посвященных коммуникации, таких, как, например, «Communication Research», «Journal on Communication Inquiry», «Communication Abstracts», «Management Communication Quarterly», «Written Communication», «Human Communication Research» и др.

Полученные знания находят свое обобщение в различных справочниках, словарях и энциклопедиях. В 1999 году в Нью-Йорке был переиздан «Стандартный словарь по коммуникации», насчитывающий более 1200 страниц; несколькими годами раньше появилась международная энциклопедия по коммуникации.

Созданы **профессиональные ассоциации**: Международная коммуникативная ассоциация; Национальная коммуникативная ассоциация США, Европейский коммуникативный конгресс (European Communication Congress). В декабре 2000 года образована Российская коммуникативная ассоциация (РКА), которая играет большую роль в деле концептуализации коммуникации как области знания, становления и развития коммуникативного образования в России.

Наряду с научными исследованиями активно ведется подготовка соответствующих специалистов. Если для российской системы образования вузовской специальности по коммуникации, также, как и научного направления «коммуникативные исследования» пока не существует, то за рубежом, особенно в университетах Европы и США, уже сложилась определенная традиция в подготовке кадров. Первая кафедра коммуникаций была открыта в США более полувека назад. В настоящее время кафедры коммуникативного направления существуют практически во всех ведущих американских и европейских университетах.

В последние годы в России успешно развиваются **прикладные коммуникативные специальности (связи с общественностью, реклама, лингвистика и межкультурная коммуникация), специальности в области масс-медиа и др.** Во многих российских вузах созданы кафедры коммуникативного профиля.

С учетом мирового и отечественного опыта можно говорить, что в настоящее время сложился основной континуум науки о коммуникации, который, по мнению Д.П. Гавры, включает следующие дисциплины:

- общая теория коммуникации;
- межличностная и деловая коммуникация;
- теория массовой коммуникации;

- теория организационной коммуникации;
- коммуникационный менеджмент;
- история коммуникаций;
- методы коммуникационных исследований;
- теория кросс-культурных коммуникаций;
- теория вербальной коммуникации;
- теория визуальной коммуникации;
- политическая экономия и экономия коммуникаций;
- коммуникативные исследования;
- международные и глобальные коммуникации;
- теория виртуальных коммуникаций и т.д.

Межкультурная коммуникация, общение, осуществляемое в условиях культурно обусловленных различий в коммуникативной компетенции его участников, когда эти различия влияют на удачу или неудачу коммуникативного события. Под коммуникативной компетенцией при этом понимается знание используемых при коммуникации символических систем и правил их функционирования, а также принципов коммуникативного взаимодействия. Межкультурная коммуникация характеризуется тем, что ее участники при прямом контакте используют специальные языковые варианты и дискурсивные стратегии, отличные от тех, которыми они пользуются при общении внутри одной и той же культуры. Часто используемый термин «кросс-культурная коммуникация» обычно относится к изучению некоторого конкретного феномена в двух или более культурах и имеет дополнительное значение сравнения коммуникативной компетенции общающихся представителей различных культур.

Способность к развитию **коммуникативной компетентности** присуща всем представителям Homo sapiens, однако конкретная реализация этой способности культурно обусловлена. Кроме этого, она обусловлена и уникальным индивидуальным опытом каждого человека, из чего следует, что при коммуникации, являющейся процессом обмена сообщениями, постоянно происходит воссоздание смыслов, так как они не совпадают даже у людей, говорящих на одном и том же языке, выросших в одной и той же культуре. При наличии разных культур и разных языков коммуникация осложняется настолько, что о полном понимании можно говорить лишь с известной долей иронии.

С рождения человек принадлежит многим группам, и именно в них формируется его коммуникативная компетентность. Более крупные группы, обычно называемые культурами, существенным образом определяют когнитивную и прагматическую основы коммуникативной деятельности.

В процессе коммуникации происходит обмен сообщениями, то есть осуществляется передача информации от одного участника к другому. Так как люди не умеют общаться непосредственно – скажем, с помощью электрических импульсов, посылаемых от одного мозга к другому, – информация кодируется с помощью определенной символической системы, передается и затем декодируется, или – шире – интерпретируется адресатом сообщения. Коммуникация имеет место всегда, когда какому-либо поведению или его результату приписывается некоторое значение, и они выступают как знаки или символы. Из всех видов знакового (символьного) поведения в человеческом сообществе важнейшими являются использование языка (вербальная коммуникация) и сопровождающее его несловесное поведение (невербальная коммуникация). В совокупности они образуют знаковую коммуникацию, или коммуникацию в узком смысле. Применимость понятия коммуникации к обмену сообщениями незнаковой природы допускается рядом концепций (в частности, о такой коммуникации говорил К. Леви-Строс, взгляды которого по этому вопросу сочувственно цитировал Р. Якобсон), однако в рамках данной статьи коммуникация в широком смысле, включающая в себя обмен сообщениями незнаковой природы, не рассматривается.

Знаковая коммуникация происходит в соответствии со следующими принципами:

1. Знаковая коммуникация имеет дело со знаками. Поэтому сообщения должны интерпретироваться.

2. В коммуникативном событии задействованы конкретные участники. Поэтому одни и те же высказывания значат в разных коммуникативных событиях разные вещи.

3. Коммуникативное событие представляет собой взаимодействие (транзакцию), в которой каждая из сторон в режиме реального времени играет роль, как Источника, так и Получателя. Для интерпретации сообщения, то есть для создания взаимоприемлемого смысла, при этом требуется кооперация.

4. Коммуникативное поведение, в частности его невербальный компонент, часто является неосознаваемым.

Коммуникация есть сложный, символичный, личностный, транзакционный и часто неосознаваемый процесс, который с необходимостью является неточным. Коммуникация позволяет участникам выражать некоторую внешнюю по отношению к самим участникам информацию, внутреннее эмоциональное состояние, а также статусные роли, в которых они пребывают друг относительно друга.

Естественный язык представляет собой неоднозначную символическую систему, и, тем не менее, его реализации в коммуникативных событиях обычно приводят к взаимному соглашению коммуникантов о трактовке языковых значений. Этому способствует культурно обусловленная коммуникативная компетентность – несколько видов общих знаний, разделяемых коммуникантами. *Во-первых*, это знания собственно символической системы, в терминах которой происходит коммуникация, и, *во-вторых*, знания об устройстве внешнего мира. Знания о внешнем мире состоят из личного опыта индивидуума; базовых, фундаментальных знаний о мире, имеющихся у всех людей; и всех остальных знаний, которыми мы обладаем вследствие нашей принадлежности к различным национальным, этническим, социальным, религиозным, профессиональным и другим группам.

Различия в индивидуальном опыте лежат в основе утверждения об уникальности каждого коммуникативного события, а также о принципиальной неоднозначности языка, возникающей при порождении и интерпретации сообщений в коммуникативном акте.

Общность базовых знаний о мире объясняет принципиальную переводимость сообщений с одного языка на другой и возможность понимания между членами одного языкового коллектива, пользующихся одной символической системой.

Знания более специфицированные, однако, общие для той или иной группы людей, дают опору для порождения и интерпретации сообщений. Эти групповые, или «культурные» знания категорическим образом определяют то, как информация, поступающая к индивидууму, интерпретируется и как формируется речемыслительный импульс при порождении сообщения.

В теоретических работах культура сравнивается то с программой, заложенной в голову человека, то с экраном, стоящим между ним и миром, то с инструментом в его руках. Ясно одно: мир дан вовсе не в ощущениях, а в сложном образе организованных интерпретаций этих ощущений. Интерпретационная модель и есть культура.

Культурно обусловленные знания описываются, в частности, в специально разработанных форматах сценариев и фреймов. В них та или иная сфера человеческой деятельности может быть концептуализована как схема определенных более простых шагов (концептуальная лингвистика) и даже описана в терминах некоторого базового метаязыка (один из наиболее известных семантических метаязыков, *Lingua Mentalis*, в течение многих лет разрабатывался А. Вежицкой).

Термин «межкультурная коммуникация» в узком смысле появился в литературе в 1970-х годах. В учебнике Л. Самовара и Р. Портера «Коммуникация между культурами» («*Communication between Cultures*»), впервые опубликованном в 1972 году, приводится одно из первых определений. К этому времени сформировалось и научное направление, сердцевиной которого стало изучение коммуникативных неудач и их последствий в ситуациях

межкультурного общения. Впоследствии произошло расширение понятия межкультурной коммуникации на такие области, как теория перевода, обучение иностранным языкам, сравнительная культурология, контрастивная прагматика и др. К настоящему моменту научные исследования в области межкультурной коммуникации фокусируются на поведении людей, сталкивающихся с культурно обусловленными различиями в языковой деятельности и последствиями этих различий. Результатами исследований стали описания культурной специфики при выражении и интерпретировании ситуативных языковых действий коммуникантов. С самого начала эти исследования имели большое прикладное значение и использовались в многочисленных разработках для практических занятий (тренингов) по развитию кросс-культурной восприимчивости.

Межкультурная коммуникация как общественный феномен была вызвана к жизни практическими потребностями послевоенного мира, подкреплявшимися идеологически тем интересом, который с начала 20 в. формировался в научной среде и в общественном сознании по отношению к так называемым «экзотическим» культурам и языкам. Практические потребности возникли вследствие бурного экономического развития многих стран и регионов, революционных изменений в технологии, связанной с этим глобализации экономической деятельности. В результате мир стал значительно меньше – плотность и интенсивность продолжительных контактов между представителями разных культур очень выросли и продолжают увеличиваться. Помимо собственно экономики важнейшими зонами профессиональной и социальной межкультурной коммуникации стали образование, туризм, наука.

Эти практические потребности были поддержаны изменениями в общественном сознании и, в первую очередь, постмодернистским отказом от евроцентрических подходов в гуманитарных и общественных науках. Признание абсолютной ценности разнообразия мировых культур, отказ от колониаторской культурной политики, осознание хрупкости существования и угрозы уничтожения огромного большинства традиционных культур и языков привели к тому, что соответствующие дисциплины стали бурно развиваться, опираясь на новый в истории человечества феномен интереса народов Земли друг к другу. Среди многих и многих антропологов, этнографов, лингвистов, культурологов, чьи труды по описанию традиционных обществ, культур и языков способствовали становлению идеи многополярности человеческого сообщества, следует особенно упомянуть американского антрополога и лингвиста Франца Боаса и его работы по языкам североамериканских индейцев, появившиеся в конце XIX – начале XX веков.

Теория деятельности рассматривает психологию как науку о порождении, функционировании и структуре психического отражения в процессах деятельности индивидов (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн). Основные принципы деятельностного подхода: принципы развития и историзма; предметности; активности, включающей активность надситуативную как специфическую особенность психики человека; интериоризации - экстериоризации как механизмов усвоения общественно-исторического опыта; единства строения внешней и внутренней деятельности; системного анализа психики; зависимости психического отражения от места отражаемого объекта в структуре деятельности.

Теория деятельности - это система методологических и теоретических принципов изучения психических феноменов. Основным предметом исследования признается деятельность, опосредствующая все психические процессы. Этот подход начал формироваться в отечественной психологии в 20-е гг. XX в. В 1930-е гг. было предложено две трактовки деятельностного подхода в психологии - С.Л. Рубинштейна (1889-1960), который сформулировал принцип единства сознания и деятельности, и А.Н. Леонтьева (1903-1979), который совместно с другими представителями Харьковской психологической школы, разработал проблему общности строения внешней и внутренней деятельности.

В теории деятельности С.Л. Рубинштейна, ведущей начало с его статьи «Принцип творческой самодеятельности», написанной в 1922 году и в окончательном виде оформившейся

в 1930-е годы, в качестве предмета анализа здесь рассматривается психика через раскрытие ее существенных объективных связей и опосредствований, в частности через деятельность. При решении вопроса о соотношении внешнепрактической деятельности и сознания, принимается положение, что нельзя считать «внутреннюю» психическую деятельность как формирующуюся в результате свертывания «внешней» практической. В его формулировке принципа детерминированности психического внешние причины действуют посредством внутренних условий. При такой трактовке деятельность и сознание рассматриваются не как две формы проявления чего-то единого, различающиеся по средствам эмпирического анализа, а как две инстанции, образующие нерасторжимое единство.

В теории деятельности А.Н. Леонтьева в качестве предмета анализа рассматривается деятельность. Поскольку сама психика не может быть отделена от порождающих и опосредствующих ее моментов деятельности, и сама психика является формой предметной деятельности. При решении вопроса о соотношении внешнепрактической деятельности и сознания, принимается положение, что внутренний план сознания формируется в процессе свертывания изначально практических действий. При такой трактовке сознание и деятельность различаются как образ и процесс его формирования, образ при этом является «накопленным движением», свернутыми действиями. Этот постулат был реализован во многих исследованиях.

Данные методологические установки были сформированы у А.Н. Леонтьева еще в конце 1920-х годов, когда он работал у Л.С. Выготского в рамках культурно-исторической концепции. Исследовал процессы памяти, которую трактовал как предметную деятельность, совершающуюся в определенных условиях общественно-исторического и онтогенетического развития. В начале 30-х гг. он встал во главе Харьковской деятельности школы и приступил к теоретической и экспериментальной разработке проблемы деятельности. В экспериментах, проведенных под его руководством в 1956-1963 годах, было показано, что на основе адекватного действия возможно формирование звуковысотного слуха даже у людей, обладающих плохим музыкальным слухом. Предложил рассматривать деятельность (соотносимую с мотивом) как состоящую из действий (имеющих свои цели) и операций (согласованных с условиями). В основу личности, в норме и патологии, закладывал иерархию ее мотивов. Проводил исследования по широкому кругу психологических проблем. В основе использования теории деятельности для объяснения особенностей психики человека, лежит понятие высших психических функций, разработанное Л.С. Выготским.

Высшие психические функции - это сложные психические процессы, социальные по своему формированию, которые опосредствованы и благодаря этому произвольны. По представлениям Л.С. Выготского, психические явления могут быть «натуральными», детерминированными преимущественно генетическим фактором, и «культурными», надстроенными над первыми, собственно высшими психическими функциями, которые всецело формируются под влиянием социальных воздействий. Основным признаком высших психических функций является их опосредованность определенными «психологическими орудиями», знаками, возникшими в результате длительного общественно-исторического развития человечества, к которым относится, прежде всего, речь.

Знак и знаковое опосредование. Знак - это основа символического моделирования явлений объективного мира, которая заключается в подстановке одного предмета или явления вместо другого, которая служит цели облегчения моделирования тех или иных отношений исходного предмета. Вырабатывается в совместной деятельности, в силу этого имеет конвенциональный характер. Существует в абстрактной, независимой от материального носителя, форме. Возможность символического управления человеческим поведением впервые появляется в процессе использования орудий труда, когда формируется свойство опосредованности индивидуальной деятельности в рамках коллективной деятельности. В процессе дальнейшего развития знаки из средства трансляции общественного опыта превращаются в средство изменения самого себя, используемое индивидом также и для

совершенствования общественного опыта. В качестве знаков могут выступать структуры естественного языка, схемы, карты, формулы и чертежи, символические образы.

Знаковое опосредование - основной теоретический конструкт культурно - исторической теории Л.С. Выготского, как способ управления поведением, осуществляемый самим индивидом. В теории Л.С. Выготского все психическое развитие рассматривается как изменение структуры психического процесса за счет включения в нее знака, что ведет к преобразованию натуральных, непосредственных процессов в культурные, опосредованные. Первоначально в онтогенетическом развитии знак как психологический инструмент выступает посредником во взаимоотношениях между ребенком и взрослым. В этом процессе знак приобретает определенное значение, соответствующее социальным нормативам организации деятельности.

Генезис высших психических функций осуществляется следующим образом. Первоначально высшая психическая функция реализуется как форма взаимодействия между людьми, между взрослым и ребенком, как интерпсихический процесс, и лишь затем - как внутренний, интрапсихический. При этом внешние средства, опосредствующие это взаимодействие, переходят во внутренние, то есть происходит их интериоризация. Если на первых этапах формирования высшей психической функции она представляет собой развернутую форму предметной деятельности, опирается на относительно простые сенсорные и моторные процессы, то в дальнейшем действия свертываются, становясь автоматизированными умственными действиями.

Деятельность - форма активного взаимодействия, в ходе которого животное или человек целесообразно воздействует на объекты окружающего мира и за счет этого удовлетворяет свои потребности. Уже на относительно ранних стадиях филогенеза возникает психическая реальность, представленная в ориентировочно-исследовательской деятельности, призванная обслуживать такое взаимодействие. В ее задачу входит обследование окружающего мира и формирование образа ситуации для осуществления регуляции двигательного поведения животного в соответствии с условиями стоящей перед ним задачи. Если для животных характерно то, что они способны ориентироваться только на внешние, непосредственно воспринимаемые аспекты окружающего, то для человеческой деятельности, в силу развития коллективного труда, характерно, что она может основываться на символических формах представления предметных взаимоотношений.

Деятельностный поход выступает как научная методология для теории межкультурной коммуникации.

В деятельностном подходе коммуникация понимается как совместная деятельность участников коммуникации (коммуникантов), в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи и действия с ними.

Для этого подхода характерны процессуальность, континуальность, контекстуальность.

На дочеловеческой стадии коммуникация проявляет свои основные черты (поведение животных):

- интерсубъектность;
- деятельностный характер;

Можно сказать, что коммуникантами не рождаются, коммуникации обучаются, хотя есть и определенные биологические, природные предпосылки обучения коммуникативной деятельности.

Коммуникация между индивидами точно так же может рассматриваться в индивидуально - психическом или культурно - историческом подходе. При первом исходят из ситуации общения двух или большего числа индивидов и пытаются изобразить ее в структурных моделях (А. Гординер, К. Бюлер, К. Черри и др.). Иногда такую модель рассматривают не просто как эмпирически-описательную, следовательно, требующую еще своего объяснения и анализа, а как теоретически-объяснительную. Это ошибка. В акте общения двух индивидов проявляется или, если так можно сказать, пересекается масса различных процессов. Каждый из них имеет

свои основные законы жизни. Поэтому, чтобы понять это эмпирическое и на первый взгляд простое, а на самом деле очень сложное синтетическое явление, его нужно разложить как бы по разным проекциям. Это будут разные предметы, подчиняющиеся своим однородным законам. В рамках индивидуально - психического подхода эта задача неразрешима, а все попытки решить ее неизбежно приводят нас к культурно-историческому представлению речевой деятельности. Кстати, только в рамках этого подхода удастся соединить в одно целое и коммуникацию между индивидами, и деятельность индивидов.

Культурно-историческое представление деятельности есть представление ее в виде структуры, объясняющей разнородные и постоянно меняющиеся элементы. В рамках этой структуры, охватывая то всю ее, то отдельные группы элементов, протекают различные процессы. Основным, подчиняющим себе все другие, является процесс воспроизводства структуры деятельности. Этот процесс реализуется в разнообразных механизмах деятельности. Они определяют материал и строение всех элементов и агрегатов структуры деятельности. Поэтому, чтобы понять их, нужно начинать с анализа процесса воспроизводства, выявлять его механизмы, определять функцию различных образований в них, а затем идти от функций к внутреннему строению этих образований. Эта схема в полной мере относится и к анализу речевой деятельности.

Как и для всякой другой сложной органической структуры, главная методическая проблема здесь заключается в том, чтобы определить весь набор необходимых и возможных предметов изучения и порядок их анализа. Каждый предмет будет задавать, с одной стороны, этап в изучении структуры речевой деятельности, а с другой - особое направление изучения.

В первом, самом абстрактном предмете эмпирическим материалом для анализа служат отдельные речевые тексты. «Деятельностный» подход проявляется в том, что эти тексты берутся в определенном социально-производственном окружении, которое особым образом изображается, и рассматриваются с точки зрения того или иного употребления. В этой связи выявляются объективные функции знаковых выражений в целом и отдельно входящих в них знаков. При этом с помощью особых процедур может быть выявлено объективное содержание, замещаемое знаками, которое точно так же особым образом изображается. Функции знаков, связанные с замещением объективного содержания или его формальных репрезентаций, рассматриваются как объективные значения. Позиции индивидов, их средства и содержание сознания в таком анализе совершенно не учитываются.

Тема 4. Коммуникация и ее виды, основные единицы вербальной коммуникации: тексты, коммуникативные акты.

Структура коммуникативного акта

В жизни человека процессы общения, коммуникации играют чрезвычайно важную роль. Как мы выяснили ранее, наиболее активно процессы общения начали изучаться со второй половины XX века. Так, в 1950-1960-е годы наибольший научный интерес вызывали способы формализации сообщения, его кодирование и декодирование, передача информации от адресанта к адресату. Эти исследования шли в рамках новых тогда наук: кибернетики и информатики. **Общение** в них рассматривалось как односторонний информационный процесс, в котором наибольшее внимание уделялось способам формализации сообщения, а большая часть определений общения сводилась к идее передачи информации от автора к адресату.

В 1960-1970-е годы различные аспекты процесса общения заинтересовали психологов и лингвистов, которые основной акцент сделали на психологические и социальные характеристики общения, семантическую интерпретацию коммуникативных актов, правилах и особенностях речевого поведения. Общение теперь определяется как деловые или дружеские взаимоотношения, обмен мыслями при помощи языковых знаков. Свое внимание исследователи при этом сосредоточили на психологических характеристиках участников

общения, особенностях речевой деятельности, правилах речевого поведения, но почти не обращались к анализу механизма общения.

В 1980-е годы различные способы общения стали изучаться социологами, занимавшимися анализом социальной сущности общения, которое понималось как следствие закономерностей функционирования общества, взаимодействия его членов, становления и развития личности, организаций, общественных институтов. Тогда же появился **логико-семиотический и культурологический интерес к общению**, который удовлетворялся в рамках социо- и психолингвистики. В рамках этих научных направлений стало возможным связать коммуникативный акт с личностью участника общения, понять общение как феномен того или иного типа культуры.

Виды коммуникации выделяются по составу коммуникантов. Это весьма существенное различие для профессионального коммуникатора, поскольку технология работы в каждом случае имеет свою специфику (даже громкость голоса в случае, например, разговора с самим собой, с одним собеседником или с большой группой будет различаться).

- интраперсональная коммуникация как разговор с самим собой, человек разговаривает со своим внутренним голосом, alter ego, совестью и т.п.;

- межличностная коммуникация во многом первична, в ней участвуют двое коммуникантов (но есть варианты наблюдателя, включенного наблюдателя и постороннего, коммуникации на фоне присутствующих свидетелей, в толпе, в ресторане и т.п.);

- групповая коммуникация: внутри группы, между группами, индивид – группа (интервью политического лидера или разговор руководителя компании со служащими);

- массовая коммуникация происходит в том случае, если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по своим интересам и коммуникативному опыту групп (телевидение, радио; производство компакт-дисков и кассет; интернет и др.).

Отправителем на уровне групповой и массовой коммуникации может быть отдельное лицо, а получателем – группа, коллектив, масса, партия, народ и т.п. Однако все члены коллектива или все жители страны не говорят одновременно. Наконец, фирма может говорить с фирмой (переговоры об общей ценовой политике на рынке товаров или услуг), партия с партией (переговоры о выдвижении единого кандидата), народ с народом (переговоры о мире или о совместных военных действиях).

Так проявляется мифологизированный коллегиальный коммуникант, который нужен для удобства и экономии усилий. У группы или массы, от имени которой этой коммуникант выступает, есть общие мысли и общие высказывания. Обобщенный коммуникант, с одной стороны, выполняет объединительную, а с другой, минимизирующую функцию, то есть, сводит все высказывания, все коммуникативные акты некой общности людей к одному вместо множества.

Обобщение единичных актов коммуникации отдельных индивидов и обозначение их индивидуальным именем типично для человеческого познания. Таким мифологизированным коммуникантом может быть и символический образ, и реальный человек, выступающий от имени общности.

Данная особенность обобщения человеческого опыта из необходимой экономии может превратиться в опасность. Опасность заключается, в частности, том, что отдельный человек может присваивать себе право говорить от группы людей, не выражая при этом их интересов. Такое коммуникативное поведение весьма характерно для политических маргиналов, чьи высказывания переполнены обобщениями типа народ, нация и т.п.

Понимание сущности массовых процессов коммуникации и сущности коммуникации как массового процесса абсолютно необходимо в современном мире каждому. С одной стороны, специалисты по коммуникативным технологиям должны осознавать явления, которые они используют в своей практической деятельности. С другой стороны, потребителю массовой информации и пропаганды также не мешает знать некоторые основы теории коммуникации с

тем, чтобы не быть легковерной жертвой этой самой пропаганды и недобросовестного воздействия на массовое или групповое сознание.

Вероятно, в будущем, наряду с обществами потребителей, которые борются с недобросовестной коммуникацией в сфере товаров и услуг, могут возникнуть и общественные организации, призванные защищать коммуникативную безопасность потребителей информации. Защищать, разумеется, не в виде цензурных запретов, а в виде просвещения потребителей и призыва к ответственности ответственных коммуникантов.

Дополнительные разновидности коммуникации: **межкультурная** (коммуникация как между народами - носителями различных языков и коммуникативных культур, или между государствами, так и **межличностная** - между отдельными представителями этих народов или государств), **организационная** (коммуникация в деловой и производственной сфере, включающая межличностную, групповую и личностно-групповую). Эти разновидности связаны не только с особенностями коммуникативной среды в той сфере, где осуществляется коммуникативная деятельность, но и с составом коммуникантов.

Процесс коммуникации может быть разделен на отдельные фрагменты, **единицы коммуникации** - коммуникативные акты. Разумеется, сам по себе коммуникативный процесс представляет собой континуум, непрерывное взаимодействие участников коммуникации. Однако, в целях анализа и описания, необходимо выделять дискретные единицы – так уж устроено человеческое познание.

Рассмотрим основные понятия и термины, используемые для анализа коммуникативного процесса и его элементов.

В коммуникативных актах задействованы участники коммуникации – коммуниканты (отправитель и получатель), порождающие и интерпретирующие сообщения.

Коммуникантами могут быть человеческие индивиды и общественные институты (правительства, партии, фирмы и т.п.). В последнем случае мы имеем дело с определенной абстракцией, ведь конечным отправителем и получателем всегда является единичный человек. В то же время в юриспруденции, политике, бизнесе, образовании и других общественных сферах коммуникации весьма часто ответственным отправителем признается коллегиальный или институционализированный отправитель.

Обычно сообщения – это высказывания или тексты. Но в невербальной коммуникации сообщением может быть изображение (дорожный знак поворота или фотография встречи политических лидеров), физический предмет (цветок на окне явочной квартиры как сообщение о провале или архитектурное сооружение как сообщение о его предназначении, подарок как знак признательности или черная метка как знак приговора). Сообщениями можно также признать поступки (например, знаковые поступки политических деятелей или шаги фирмы по продвижению товара).

Сообщения состоят из знаков различного рода (словесных и невербальных), изучением которых занимается семиотика или семиология (наука о знаках, от греч. σήμα, σημείον «знак»). Знаки образуют знаковую систему, код или язык (вербальный язык, язык жестов, культурный код, азбука Морзе, языки программирования и т.п.).

Коммуникация может осуществляться как вербальными, так и невербальными средствами.

Вербальная коммуникация для человека является основной – имеется в виду не генезис коммуникации и не процент использования, а универсальность этого способа для человека, всеобщую переводимость любых других коммуникативных средств на вербальный человеческий язык. К числу вербальных средств относится устная и письменная разновидности языка.

Невербальные средства делятся на две группы: первичные языки (система жестов, но не жестовые языки глухонемых, пантомима, мимика) и вторичные языки (азбука Морзе, музыкальная нотация, языки программирования). Вербальные средства изучаются лингвистикой, невербальные – паралингвистикой и отдельными разделами семиотики.

Наиболее разработан исследовательский аппарат изучения вербального языка (в основном, в структурной лингвистике). Этот аппарат заимствуется многими другими общественными науками для описания сфер своих интересов.

В структурной лингвистике выделяются собственно знаки и составляющие их фигуры, например, фонемы как составные элементы словесных знаков. Это термины датского лингвиста - структуралиста Л. Ельмслева (1899-1965). Введение понятия фонемы в конце XIX – начале XX века (русский ученый И.А. Бодуэн де Куртенэ), выделение дифференциальных признаков фонем и разработка систем оппозиций фонологического и морфологического уровня (Н.С. Трубецкой, Р.О. Якобсон, Л.В. Щерба и др.) поставило изучение человеческого языка на качественно новый уровень. Фонема как звукотип объединяет то общее, что позволяет ей функционировать как смыслоразличительной единице в языковой деятельности человека. Одну фонему от другой отличает набор дифференциальных признаков.

Оппозитивный дифференциальный анализ в дальнейшем был распространен на морфологический уровень, предпринимались попытки его использования на более высоких уровнях языка и в других областях человеческой деятельности. Так, французский антрополог Клод Леви-Строс успешно применял методы структурной лингвистики в исследовании первобытной культуры (в частности, систем родства и мифологических систем, орудий труда и других артефактов).

Дифференциальный структурный анализ языка и культуры, возможно, не исчерпывает всего многообразия этих явлений и особенностей их функционирования. Однако он оказывает достаточно отрезвляющее действие на наивный монокультурный взгляд на мир. Каждая из культур обладает своей системой дифференциаций, противопоставление +/- имеет свою специфику в каждой из них. А отсюда – нет хороших и плохих культур, все они дополняют друг друга (принцип дополнительности Н. Бора). В ситуации же межкультурной коммуникации у коммуниканта - носителя другого языка и другого культурного кода может возникнуть коммуникативный акцент или коммуникативный шок (в литературе чаще называется культурным шоком).

Знак, нейтральный или положительный в одной системе культурных кодов может быть неправильно понят как враждебный или отрицательный носителем другой культуры. Это – термин наивного носителя того или иного культурного кода, для которого его собственная культура является уникальной системой - посредником между природой, обществом и индивидом, система, регулирующая жизнь, выживание, поведение и совместную деятельность. Соответственно, можно выделить монокультурный и поликультурный (или комплементарный) взгляд на коммуникацию.

Уровни и их элементы наиболее тщательно разработаны в лингвистике. В других сферах коммуникации применение лингвистического аппарата пока носит по преимуществу метафорический характер, более тщательная разработка структуры других систем коммуникации ждет еще своих исследователей. Но можно привести ряд примеров применения структурного метода в исследовании различных кодов.

Формы коммуникации, такие как письменная, устная, визуальная и т.п. отличаются друг от друга особыми системами кодирования послания.

Коммуникационные средства объединяют различные формы коммуникации, зачастую используя некоторую технологию для заполнения временного и пространственного расстояния между отправителем и получателем сообщения (например, книга: слова, шрифты, картинки, графика).

Средства массовой коммуникации (СМК) также могут включать различные формы коммуникации. Так, телевидение и кино использует слова устного языка, картинки, музыку; газета – слова письменного языка, шрифты, иллюстрации и т.п.

Некоторые из свойств форм и средств коммуникации связаны с их природой или технологическими ограничениями. Так, слова преходящи: Слово не воробей, вылетит – не поймаешь. Слова слышны только на расстоянии силы голоса отправителя и слуха получателя.

Печатные же материалы более стойки ко времени и пространству, это даже приводит иногда к управленческим проблемам (захламленность старыми документами).

Средства коммуникации могут быть использованы как преднамеренно, так и непреднамеренно. Невербальные сигналы (мимика) очень часто информируют получателя без особого желания на то отправителя сообщения. Посторонний слушатель также может быть непроизвольным получателем устного речевого сообщения.

Американский исследователь Эдвард Сепир проводил разграничение между фундаментальными средствами, или первичными процессами, коммуникативными по своей природе, и некоторыми вторичными средствами, облегчающими процесс коммуникации.

Первичные средства и виды коммуникативного поведения, по Сепиру, следующие: язык, жестикауляция, имитация публичного поведения в процессе включения в образ жизни общества и «социальный намек» (неявные процессы новых актов коммуникативного поведения).

Вторичные средства направлены на облегчение первичных коммуникативных процессов в обществе: языковые преобразования, символизм и создание физических условий для осуществления коммуникативного акта.

Языковые преобразования связаны с заменой кода, познаковым переводом (например, устного языка в письмо, азбуку Морзе и т.п.) и делают коммуникацию возможной в тех случаях, когда она затруднена обстоятельствами (например, время и расстояние). Символические системы (флажки - сигналы на флоте, семафор и светофор, горн в армейской коммуникативной среде и т.п.) переводят возможное вербальное сообщение не познаково, а глобально, целиком. Это требуется в тех случаях, когда необходима быстрота восприятия сообщения, быстрота реакции, когда ожидается простейший ответ типа да/нет. В армии, например, где 'приказы не обсуждают', или на дороге, когда для поворота на большой скорости не так много времени, длинные текстовые сообщения были бы вредны. Развитие физических условий, позволяющих осуществлять коммуникацию, по Сепиру, включает железные дороги, самолет (доставляют коммуниканта), телеграф, телефон, радио (доставляют сообщение или его воспроизведение).

Увеличение количества средств расширяет и сферу коммуникации. Два противоположных взгляда на эти процессы принадлежат М. Мак-Люэну и Э. Сепиру. Мак-Люэн считал, что средства во многом определяют и само содержание сообщения (*the medium is the message*). Он во многом предвидел развитие коммуникации в современном обществе и еще в 60-70 - е годы (до появления интернета и глобализации телевидения) отдавал приоритет визуальной коммуникации. Он считал, что современная культура – визуальная по своей сущности, в противовес, например, культуре XIX-начала XX века, преимущественно письменной (печатной). Глобализация коммуникации, по Мак-Люэну, ведет к созданию единого коммуникативного пространства.

Э. Сепир, напротив, высказывал опасение быть понятым слишком многими. С его точки зрения, это ставит под угрозу психологическую реальность образа расширенного Я, противопоставленного не-Я. Невозможность удержать сообщение в тех границах, на которые оно рассчитано признавалось и платой за облегчение коммуникации (примеры: подслушивающие устройства или падение уровня художественных ценностей при увеличении спроса и тиража). В то же время он понимал, что угрожающим препятствием воспринимаются скорее сдерживающие факторы коммуникации, например, разнообразие языков и необходимость перевода. Он также положительно оценивал глобализацию научного сообщества и введение языка международной коммуникации.

Итак, в рамках различных гуманитарных научных направлений коммуникативный акт связывается с личностью участника общения, с тем, чтобы достичь понимания общения как феномена определенного типа культуры. По составу коммуникантов выделяются различные типы коммуникации: интраперсональная, межличностная групповая и массовая коммуникация. Выделяются также дополнительные разновидности: межкультурная, межличностная и организационная коммуникация. Единицей коммуникации являются коммуникативные акты.

Коммуникация может осуществляться как вербальными, так и невербальными средствами. Исследуется письменная, устная, визуальная и другие виды коммуникации.

Вопросы для самопроверки знаний по разделу 2:

1. Какие профессиональные ассоциации Вам знакомы?
2. Знаковая коммуникация происходит в соответствии с принципами. Перечислите эти принципы.
3. Что предполагает теория деятельности?
4. В чем заключается логико-семиотический и культурологический интерес к общению?
5. В чем заключаются единицы коммуникации?
6. Вербальная коммуникация – это...
7. В чем заключаются невербальные средства?
8. Организационная коммуникация заключается в том, что...
9. Что такое коммуникационные средства?
10. Какие Вам известны формы коммуникации?

Раздел 3. Коммуникационный процесс и человеческий фактор

Тема 5. Этническая, национальная, территориальная и социальная принадлежность коммуникантов

Понятие «культурная идентичность». Культурные последствия расширяющихся контактов между представителями разных стран и культур выражаются среди прочего и в постепенном стирании культурной самобытности. Особенно это очевидно для молодежной культуры, которая носит одинаковые джинсы, слушает одну и ту же музыку, поклоняется одним и тем же «звездам» спорта, кино, эстрады. Однако со стороны старших поколений естественной реакцией на этот процесс стало стремление сохранить существующие особенности и отличия своей культуры. Поэтому сегодня в межкультурной коммуникации особую актуальность имеет проблема культурной идентичности, то есть принадлежности человека к той или иной культуре.

Понятие «идентичность» сегодня широко используется в этнологии, психологии, культурной и социальной антропологии. В самом общем понимании оно означает осознание человеком своей принадлежности к какой-либо группе, позволяющее ему определить свое место в социокультурном пространстве и свободно ориентироваться в окружающем мире. Необходимость в идентичности вызвана тем, что каждый человек нуждается в известной упорядоченности своей жизнедеятельности, которую он может получить только в сообществе других людей. Для этого он должен добровольно принять господствующие в данном сообществе элементы сознания, вкусы, привычки, нормы, ценности и иные средства общения, принятые у окружающих его людей. Усвоение всех этих проявлений социальной жизни группы придает жизни человека упорядоченный и предсказуемый характер, а также невольно делает его причастным к какой-то конкретной культуре. Поэтому суть **культурной идентичности** заключается в осознанном принятии человеком соответствующих культурных норм и образцов поведения, ценностных ориентации и языка, понимании своего «Я» с позиций тех культурных характеристик, которые приняты в данном обществе, в самоотождествлении себя с культурными образцами именно этого общества.

Культурная идентичность оказывает определяющее влияние на процесс межкультурной коммуникации. Она предполагает совокупность определенных устойчивых качеств, благодаря которым те или иные культурные явления или люди вызывают у нас чувство симпатии или антипатии. В зависимости от этого мы выбираем соответствующий тип, манеру и форму общения с ними.

Интенсивное развитие межкультурных контактов делает актуальной проблему не только культурной, но и **этнической идентичности**. Это вызвано целым рядом причин. Среди многочисленных социокультурных групп наиболее стабильными являются устойчивые во времени этносы. Благодаря этому этнос является для человека самой надежной группой, которая может обеспечить ему необходимую безопасность и поддержку в жизни.

В условиях нестабильности мира все больше людей (даже молодых) начинают искать поддержку в проверенных временем ценностях своего этноса и через осознание своей принадлежности к этносам люди стремятся найти выход из состояния социальной беспомощности, почувствовать себя частью общности, которая обеспечит им ценностную ориентацию и защитит от больших невзгод. Кроме того, значимо сохранение преемственности в передаче и сохранении ее ценностей, так как человечеству необходимо самовоспроизводиться и саморегулироваться.

Содержание этнической идентичности составляют разного рода этносоциальные представления, разделяемые в той или иной степени членами данной этнической группы. Эти представления формируются в процессе внутрикультурной социализации и во взаимодействии с другими народами. Значительная часть этих представлений является результатом осознания общей истории, культуры, традиций, места происхождения и государственности. В

этносоциальных представлениях отражаются мнения, убеждения, верования, идеи, которые получают свое выражение в мифах, легендах, исторических повествованиях, обыденных формах мышления и поведения. Центральное место среди этносоциальных представлений занимают образы собственной и других этнических групп. Совокупность этих знаний связывает членов данной этнической группы и служит основой ее отличия от других этнических групп.

Этническая идентичность очень важна для межкультурной коммуникации. Общеизвестно, что нет личности внеисторической, вненациональной, каждый человек принадлежит к той или иной этнической группе. Основой социального положения каждого индивида является его культурная или этническая принадлежность. Новорожденный не имеет возможности выбрать себе национальность. С появлением на свет в определенной этнической среде его личность формируется в соответствии с установками и традициями его окружения. Не возникает проблемы этнического самоопределения у человека, если его родители принадлежат к одной и той же этнической группе и его жизненный путь проходит в ней. Такой человек легко и безболезненно идентифицирует себя со своей этнической общностью, поскольку механизмом формирования этнических установок и стереотипов поведения здесь служит подражание. В процессе повседневной жизнедеятельности он усваивает язык, культуру, традиции, социальные и этнические нормы родного этнического окружения, формирует необходимые навыки коммуникации с другими народами и культурами.

При контактах с другими культурами большинство людей судят о чужих культурных ценностях, используя в качестве образца и критерия культурные ценности собственного этноса. Такой тип ценностного суждения принято называть **этноцентризмом**. Этноцентризм представляет собой психологическую установку воспринимать и оценивать другие культуры и поведение их представителей через призму своей культуры. Чаще всего этноцентризм подразумевает, что собственная культура превосходит другие культуры, и в этом случае она расценивается как единственно правильная, превосходящие все другие, которые, таким образом, недооцениваются. Все, что отклоняется от норм, обычаев, системы ценностей, привычек, типов поведения собственной культуры, считается низкопробным и классифицируется как неполноценное по отношению к своему. Собственная культура ставится в центр мира и рассматривает себя как меру всех вещей. Этноцентризм означает, что ценности других культур рассматриваются и оцениваются с точки зрения своей собственной культуры.

Уничижительное отношение к другим народам и культурам основывается на убеждении, что они являются «нечеловеческими», «чужими». Это встречается у самых разных народов мира: у эскимосов на Севере, у южноафриканской народности банту, у народа сан в Юго - Восточной Азии. Превосходство собственной культуры выглядит естественным и имеет положительную оценку, «чужое» же представляется в странном, неестественном виде. Бесспорная абсолютизация собственной культуры закономерно принижает ценность чужих культур, считая их худшими и низшими. Носители такого типа мировоззрения не осознают, что другие народы развивают свою культуру для того, чтобы сделать осмысленной свою собственную жизнь и установить порядок в своих собственных обществах.

Как отмечают К. Ситарам и Г. Когделл, иерархическая система Востока и кастовая система Южной Азии сложились в соответствующих культурах более двух тысячелетий назад для упорядочения общественной жизни, и она успешно выполнила свою историческую роль. Но европейцам кастовая и иерархическая системы общественного устройства кажутся сегодня ужасными. И напротив, горизонтальная система западных культур кажется азиатам ненормальной и непонятной. Они до сих пор убеждены, что абсолютного равенства между людьми не существует, и недоверчиво относятся к так называемому равенству западных культур.

Исследования этноцентризма, проведенные Д. Кемпбеллом и его коллегами, показали, что для него свойственно:

- считать то, что происходит в своей культуре, естественным и правильным, а то, что происходит в других культурах, неестественным и неправильным;

- рассматривать обычаи своей группы как универсальные: что хорошо для нас, то хорошо и для других;
- воспринимать нормы и ценности своей этнической группы как безусловно верные;
- оказывать при необходимости всестороннюю помощь членам своей группы;
- действовать в интересах своей группы;
- чувствовать неприязнь по отношению к другим этническим группам;
- гордиться своей группой.

Этноцентристская переоценка собственной культуры встречается у многих народов в разных регионах мира. Высокая оценка собственной культуры и принижение чужих культур основываются на том обстоятельстве, что многие народы и племена еще на раннем этапе своей истории обозначили себя как «людей», а все, что находилось за пределами их культуры, было обозначено как «нечеловеческое», «варварское». Такого рода убеждения встречаются у многих народов во всех регионах мира: у эскимосов Северной Америки, у африканского племени банту, у азиатской народности сан, в Южной Америке у народа мундуруку. **Чувство превосходства** было также ярко выражено в свое время и у европейских колонизаторов: большинство европейцев рассматривали неевропейских жителей колоний как социально, культурно и расово неполноценных, а свой собственный образ жизни, разумеется, как единственно верный. Если у туземцев были иные религиозные представления, они становились язычниками, если у них были свои сексуальные представления и табу, их называли безнравственными, если они не старались усердно работать, то считались ленивыми, если они не разделяли мнение колонизаторов, их называли тупыми. Провозглашая собственные стандарты абсолютными, европейцы осуждали всякое отклонение от европейского образа жизни, не допуская при этом мысли о том, что туземцы могут иметь собственные стандарты.

Большинство культурных антропологов сходятся во мнении, что этноцентризм в той или иной степени свойственен любой культуре. Во многих из них принято считать, что смотреть на мир через призму своей культуры является естественным, и это имеет как положительные, так и отрицательные моменты. Положительные заключаются в том, что этноцентризм позволяет бессознательно отделить носителей чужой культуры от своей, одну этнокультурную группу от другой. Негативная его сторона заключается в сознательном стремлении изолировать одних людей от других, сформировать уничижительное отношение одной культуры по отношению к другой.

Культура любого народа представляет собой сложную систему ценностей, в которой находят проявление культурная деятельность и отношения ее носителей. Каждый элемент этой системы имеет определенный смысл для той или иной социальной общности. Процесс познания культуры при таком подходе представляет собой выявление ценностных значений соответствующих предметов, явлений, отношений. Результаты этой познавательной деятельности закрепляются в сознании людей в виде соответствующих смыслов. Смысл, в свою очередь, представляет собой элемент сознания индивида, в котором раскрывается сущность изучаемого предмета или явления, его свойства и формы культурной деятельности, его породившие.

В процессе межкультурной коммуникации взаимодействующим сторонам приходится сталкиваться с необходимостью осмысления чужой культуры, что имеет свои особенности. Уже сама установка на осмысление явлений чужой, неизвестной культуры принципиально отличается от осмысления тех или иных явлений своей собственной культуры. В данном случае оказываются неприемлемыми попытки использовать нормативно - ценностную систему своей культуры, поскольку это неизбежно приводит к неадекватным результатам. И наоборот, попытка осмыслить чужую культуру характерными для нее способами также приносит те же неверные результаты.

Интерпретация явлений чужой культуры происходит в результате столкновения привычного и непривычного. Это создает ситуацию отстранения, в соответствии с которой понимание чего-то нового, неизвестного происходит путем сравнения с привычными и

известными явлениями подобного рода из собственной культуры. Такой механизм освоения чужой культуры придает изучаемым ею явлениям вторичный характер, поскольку прообразом и критерием (первичным) становится здесь какое-то явление собственной культуры. Вторичный характер знания о чужой культуре не является второсортным по своему качеству. Это знание также представляет ценность, поскольку по своему содержанию зависит от наличия и соотношения в нем различных компонентов понимания (объема информации, культурной значимости, способов интерпретации). В зависимости от этого интерпретация может быть адекватной или неадекватной.

Значение этноцентризма для процесса межкультурной коммуникации учеными оценивается неоднозначно. Довольно большая группа исследователей полагает, что этноцентризм в целом представляет собой негативное явление, равнозначное национализму и даже расизму. Эта оценка этноцентризма проявляется в тенденции неприятия всех чужих этнических групп в сочетании с завышенной оценкой собственной группы. Но как любое социально-психологическое явление он не может рассматриваться только отрицательно. Хотя этноцентризм часто создает препятствия для межкультурной коммуникации, но одновременно он выполняет полезную для группы функцию поддержания идентичности и даже сохранения целостности и специфичности группы.

Исследователи этноцентризма отмечают, что он может проявляться в большей или меньшей степени. Последнее зависит от особенностей культуры. Так, существуют данные, что представители коллективистских культур более этноцентричны, чем члены индивидуалистских культур. При анализе этноцентризма необходимо также учитывать социальные факторы, поскольку на степень его выраженности оказывают влияние система социальных отношений и состояние межэтнических отношений в данном обществе. Если в обществе не критическое отношение распространено не на все сферы жизнедеятельности этнической группы и присутствует стремление понять и оценить чужую культуру, то это благожелательная, или гибкая, разновидность этноцентризма. При наличии этнического конфликта между общностями этноцентризм может проявляться в ярко выраженных формах. При таком этноцентризме, получившем название воинственного, люди не только судят о чужих ценностях исходя из собственных, но и навязывают последние другим. Воинственный этноцентризм выражается, как правило, в ненависти, недоверии, обвинении других групп в собственных неудачах.

Этноцентризм представляет собой психологическую установку воспринимать и оценивать другие культуры и поведение их представителей через призму своей культуры. Чаще всего этноцентризм подразумевает, что собственная культура превосходит другие культуры, и в этом случае она расценивается как единственно правильная, превосходящие все другие, которые, таким образом, недооцениваются. Все, что отклоняется от норм, обычаев, системы ценностей, привычек, типов поведения собственной культуры, считается низкопробным и классифицируется как неполноценное по отношению к своему. Собственная культура ставится в центр мира и рассматривает себя как меру всех вещей. **Этноцентризм означает, что ценности других культур рассматриваются и оцениваются с точки зрения своей собственной культуры.**

Этноцентристское видение мира имеет глубокие корни в человеческой истории. Еще в античности греки жестко делили все народы на эллинов и варваров. Уже в сочинениях Геродота варвар описывался как чужеродный и отталкивающий, необразованный, неуклюжий, тупой, нелюдимый. Он раболопен, труслив, полон необузданных страстей, своенравен, страшен, жесток, неверен, жаден. Примерно аналогичные оценки давали китайцы гуннам: «Эти варвары выглядят как звери, и поэтому их дружественные речи ничего не стоят». Для римлян германцы были «мужчинами, у которых общими с людьми были только голоса и размер тела».

Уничижительное отношение к другим народам и культурам основывается на убеждении, что они являются «нечеловеческими», «чужими». Это встречается у самых разных народов мира: у эскимосов на Севере, у южноафриканской народности банту, у народа сан в Юго-Восточной Азии. Превосходство собственной культуры выглядит естественным и имеет

положительную оценку, «чужое» же представляется в странном, неестественном виде. Бесспорная абсолютизация собственной культуры закономерно принижает ценность чужих культур, считая их худшими и низшими. Носители такого типа мировоззрения не осознают, что другие народы развивают свою культуру для того, чтобы сделать осмысленной свою собственную жизнь и установить порядок в своих собственных обществах. Как отмечают К. Ситарам и Г. Когделл, иерархическая система Востока и кастовая система Южной Азии сложились в соответствующих культурах более двух тысячелетий назад для упорядочения общественной жизни, и она успешно выполнила свою историческую роль. Но европейцам кастовая и иерархическая системы 'общественного устройства кажутся сегодня ужасными. И напротив, горизонтальная система западных культур кажется азиатам ненормальной и непонятной. Они до сих пор убеждены, что абсолютного равенства между людьми не существует, и недоверчиво относятся к так называемому равенству западных культур.

Сущность **личной идентичности** раскрывается наиболее полно, если обратиться к тем общим чертам и характеристикам людей, которые не зависят от их культурной или этнической принадлежности. Однако не требует доказательства тот факт, что в реальной жизни нет двух абсолютно похожих людей. Жизненный опыт каждого человека неповторим и уникален, и, следовательно, люди по-разному реагируем на внешний мир. Идентичность человека возникает в результате его отношения к соответствующей социокультурной группе, членом которой он является. Но поскольку человек одновременно является участником разных социокультурных групп, то он обладает сразу несколькими идентичностями. В них отражаются его пол, этничность, раса, религиозная принадлежность, национальность и другие стороны его жизни. Эти признаки связывают нас с другими людьми, но в то же время сознание и уникальный опыт каждого человека изолируют и разделяют нас друг от друга.

В определенной степени межкультурную коммуникацию можно рассматривать как взаимоотношение противостоящих идентичностей, при котором происходит включение идентичностей собеседников друг в друга. Неизвестное и незнакомое в идентичности собеседника становится знакомым и понятным, что позволяет ожидать от него соответствующих типов поведения и действий. Взаимодействие идентичностей облегчает согласование отношений в коммуникации, определяет ее вид и механизм. Так, на протяжении долгого времени «галантность» служила основным типом отношений между мужчиной и женщиной в культурах многих народов Европы. В соответствии с этим типом происходило распределение ролей при общении полов (активность мужчины, завоевателя и обольстителя, наталкивалась на реакцию противоположного пола в форме кокетства), предполагало соответствующий сценарий общения (интриги, уловки, обольщения и т.п.) и соответствующую риторику общения. Такого рода отношения идентичностей служит фундаментом коммуникации и оказывает влияние на ее содержание.

Вместе с тем тот или иной тип идентичности может создавать препятствия для коммуникации. В зависимости от идентичности собеседника стиль его речи, темы общения, формы жестикюляции могут казаться уместными или неприемлемыми. Тем самым идентичность участников коммуникации определяет сферу и содержание их общения. Так, разнообразие этнических идентичностей, являющееся одним из главных оснований межкультурной коммуникации, является одновременно и препятствием для нее. Наблюдения и эксперименты ученых-этнологов показывают, что во время обедов, приемов и других подобных мероприятий межличностные отношения участников складываются по этническому признаку. Сознательные усилия по смешению представителей разных этнических групп не давали никакого эффекта, поскольку через некоторое время опять стихийно возникали этнически однородные группы общения.

В межкультурной коммуникации культурная идентичность обладает двойственной функцией. Она позволяет коммуникантам составить определенное представление друг о друге, взаимно предугадывать поведение и взгляды собеседников, то есть облегчает коммуникацию. Но в то же время быстро проявляется ее ограничительный характер, в соответствии с которым

в процессе коммуникации возникают конфронтации и конфликты. Ограничительный характер культурной идентичности направлен на рационализацию коммуникации, то есть на ограничение коммуникативного процесса рамками возможного взаимопонимания и исключения из него тех аспектов коммуникации, которые могут привести к конфликту.

Тема 6. Национально-культурная специфика речевого поведения. Культура и поведение. Типология коммуникации

Люди ведут себя в зависимости от их принадлежности к какой-либо группе, в соответствии с наличием или отсутствием каких-либо признаков (пол, возраст, личный жизненный опыт, уровень образования и др.). Культурные различия можно проследить на примере распространенной во многих культурах традиции обмена подарками.

Европейские предприниматели обращают внимание на то, что при первых контактах с партнерами из азиатских стран им вручались различные подарки, которые в протоколах отмечались как сувениры. **Европейские бизнесмены**, как правило, не готовы принимать подарки, тем более при первом контакте, да еще от совершенно незнакомых людей. Чаще всего эти подарки служили основанием для выводов о корыстных мотивах поведения партнеров. Вопрос о роли подарков для представителей азиатской культуры имел совершенно другое значение. Согласно их представлениям деловые отношения, прежде всего, должны базироваться на межличностных отношениях. Для создания прочных личных отношений партнера проверяют на надежность и соответствие ценностных представлений. Как только становится ясно, что партнеры подходят друг другу и имеют долгосрочные интересы, первоначально установленные взаимоотношения поддерживаются через непрерывный обмен сигналами и подарками. Для успеха деловых контактов в азиатской модели наряду с личными отношениями необходимо сформировать систему взаимных обязательств (ты - мне, я - тебе). Она важна как предпосылка для каждого последующего этапа коммуникации. Такую систему отношений следует создавать уже в самом начале деловых отношений. Поэтому она не может быть последним звеном коммуникации, как на Западе. На Западе стараются избегать любых действий, которые могут выглядеть как взятка. Приглашения и подарки считаются нежелательным влиянием или даже попыткой подкупа. Западная модель делового поведения строится на строгой и категорической этике.

Чтобы понять поведение представителя другой культуры, нужно выяснить, какое поведение традиционно для этой культуры. В случае несовместимости правил поведения другого человека и твоих собственных, надо начать выработку общих правил поведения

Неудачи межкультурного общения чаще всего объяснялись личными причинами, недостатками другой стороны или просто языковым непониманием. Культурные же различия в качестве причины неудачной коммуникации приводились редко. Это объясняется тем, что причины такого рода чаще всего остаются скрытыми от взаимодействующих сторон.

Поведение людей в процессе коммуникации определяется целым рядом факторов разной степени значимости и влияния. *Во-первых*, это связано с особенностью **механизма инкультурации**, в соответствии с которым освоение человеком своей родной культуры осуществляется одновременно как на сознательном, так и бессознательном уровне. В первом случае это происходит посредством социализации через образование и воспитание, а во втором - процесс освоения человеком своей культуры происходит стихийно, под влиянием различных житейских ситуаций и обстоятельств. Причем, эта часть культуры человека как показывают специальные исследования, является не менее значимой и важной в его жизни и поведении, чем сознательная часть. В этом отношении культуру можно сравнить с дрейфующим айсбергом, у которого на поверхности воды находится лишь небольшая часть, а основная часть айсберга скрывается под водой.

Эта невидимая часть культуры находится в основном в подсознании и проявляется лишь тогда, когда возникают неординарные, непривычные ситуации при контактах с другими

культурами или их представителями. Подсознательное восприятие культуры имеет большое значение для коммуникации, поскольку если поведение коммуникантов базируется на нем, тогда становится особенно трудно заставить участников коммуникации создать другие рамки восприятия. Они не в состоянии сами сознательно определять процесс восприятия другой культуры.

Большинство моделей поведения, являющегося продуктами культуры, применяются автоматически, так же как автоматически воспринимаются явления других культур. Например, в американской культуре женщины улыбаются чаще, чем мужчины; этот тип поведения был усвоен бессознательно и стал привычкой. По сей день евреи, читая Тору, откидываются назад, имитируя позу наездника верблюда. Эта манера возникла много веков назад, ее смысл давно утерян, но само движение осталось и передается от поколения к поколению как элемент культуры. Многие подобные модели поведения имеют бессознательный характер, как по своему происхождению, так и по выражению.

Во-вторых, не менее важным фактором, определяющим коммуникативное поведение людей, является ситуация, которую Хош определил, как «культурные очки». Она состоит в том, что большинство людей рассматривают собственную культуру как центр и меру всех вещей. Нормальный человек обычно не осознает, что образцы его поведения и способы восприятия окрашены его собственной культурой и что люди других культур имеют другие точки зрения, системы ценностей и норм.

Повседневное поведение большинства людей характеризуется наивным реализмом. Они исходят из того, что мир таков, каким они его себе представляют, и состоит из бесчисленного количества само собой разумеющихся вещей, предметов, людей, событий, которые воспринимаются как естественные и нормальные. Как правило, люди не догадываются об относительности своего мировоззрения. Нередко это порождает убеждение, что собственная культура превосходит другие. Тогда другие культуры недооцениваются по сравнению с собственной. Все, что отклоняется от собственных норм, привычек, типов поведения, считается низкопробным, безобразным, безнравственным. Подобное сознание превосходства «своего» формирует соответствующую модель высокомерного поведения с пренебрежительным отношением к другим культурам.

В-третьих, поведение людей в процессе коммуникации определяется также окружающей обстановкой и обстоятельствами коммуникации. Наши действия не одинаковы в разной обстановке. Место нахождения человека (аудитория, ресторан, офис) навязывает определенную линию поведения. Сознательно или бессознательно мы придерживаемся соответствующих правил поведения, принятых в данной культуре. Например, формы поведения в религиозных храмах в разных культурах различаются весьма существенно. Так, в Мексике мужчины и женщины ходят в церковь вместе и молча стоят во время службы. В Иране, напротив, мужчины и женщины не ходят вместе и во время службы поют псалмы. Обстоятельства коммуникации также диктуют свои требования к поведению участников. Контакты между людьми могут происходить по самым разным причинам: награждение, производственное собрание, спортивные игры, танцы, панихида. В каждом случае обстоятельства обязывают вести себя по-разному. Например, для одной культуры на свадьбе нормой являются тишина и уединение, а в еврейской, русской и многих других культурах это событие сопровождается громкой музыкой, танцами и весельем.

В-четвертых, коммуникативное поведение определяется количеством времени и частью суток, в которой происходит коммуникация. При нехватке времени люди, как правило, стремятся закончить разговор и завершить контакт, чтобы сделать что-то более важное и необходимое. В американской культуре фактор времени имеет особое значение. Там все действия и поступки строго расписаны по времени и на каждый из них отводится его соответствующее количество. Как заметил Холл: «Для американцев распределение времени — показатель того, как люди относятся друг к другу, как важны для них дела, и показатель их положения в обществе». Каждый случай общения происходит в какое-то время суток, что также

сказывается на его характере. Для того чтобы понять это, постарайтесь сами себе ответить на вопрос: Одинаково ли вы будете реагировать на телефонный звонок в 2 часа дня и в 2 часа ночи?

Практически межкультурная коммуникация на индивидуальном уровне представляет собой столкновение различных взглядов на мир, при котором партнеры не осознают различия во взглядах, считают свое видение мира «нормальным», видят мир со своей точки зрения. Поведение коммуникантов при этом характеризуется ситуацией, когда нечто само собой разумеющееся одной стороны встречает нечто само собой разумеющееся другой. Сначала, как это час то бывает, обнаруживается открытое непонимание, то есть осознание того, что «здесь что - то не так», что мнение и понимание не совпадают. При этом не ставится под сомнение свое «нечто само собой разумеющееся», а занимается этноцентристская позиция к партнеру, ему приписывается глупость, невежество или злой умысел.

И в то же время, каждый человек, вероятно, может вспомнить ситуации из своей жизни, когда общение с другими людьми было ясным, понятным и легким. Это общение с любимыми людьми, с близкими друзьями, когда все происходило само собой, без напряжения и раздумий. В таких ситуациях присутствует естественное желание понять другого человека, не обидеть его, не сделать что - то не так и т.д. Такой тип общения и понимания человека называется эмпатией. **Эмпатия** основана на умении поставить себя на место другого, взглянуть на все его глазами, почувствовать его состояния и учесть все это в своем поведении и поступках. Она предполагает большую чувствительность, сенситивность к состоянию партнера.

Каждый вид коммуникации характеризуется особыми отношениями партнеров, их направленностью друг на друга. В этом отношении специфика межкультурной коммуникации заключается в желании понять, о чем думает партнер, причины его переживаний, его точку зрения и образ мыслей. Поэтому при межкультурной коммуникации, чтобы понять коммуникативное поведение представителей другой культуры, необходимо рассматривать его в рамках их культуры, а не своей, то есть здесь следует проявлять больше эмпатии, чем симпатии. Но с учетом культурных норм и ценностей, существенным образом детерминирующих активность межкультурной коммуникации в деловой среде.

Категория **ценности** образуется в человеческом сознании путем сравнения разных явлений. Осмысливая мир, человек решает для себя, что для него представляется важным в жизни, а что нет, что существенно, а что несущественно, без чего он может обойтись, а без чего нет. В результате этого формируется его ценностное отношение к миру, в соответствии с которым все предметы и явления рассматриваются им по критерию важности и пригодности для его жизни. Каждый объект получает свою оценку и представляет определенную ценность, на основании которой складывается соответствующее к нему отношение. В результате формируется общее ценностное отношение человека к миру, при котором те или иные явления жизни людей имеют для них определенный смысл и значимость.

Роль ценностей в жизни как отдельного индивида, так и общества в целом чрезвычайно велика. В соответствии с ними происходит отбор информации в процессе общения, устанавливаются социальные отношения, формируются аффекты (эмоции и чувства), навыки взаимодействия и т.д. Таким образом, ценность не есть вещь, а есть отношение к вещи, явлению, событию, процессу и т.п. Ценности имеют огромное значение в любой культуре, поскольку определяют отношения человека с природой, социумом, ближайшим окружением и самим собой. Исходя из такого понимания К. Клакхон и Ф. Стродбек определили ценности как сложные, определенным образом сгруппированные принципы, придающие стройность и направленность разнообразным мотивам человеческого мышления и деятельности в ходе решения общих человеческих проблем.

В человеческом сознании существует одновременно множество ценностей, поэтому вполне оправданно говорить о системе ценностей, поскольку ценности существуют не хаотично, они определенным образом упорядочены по отношению друг к другу. Система ценностей обыкновенно представляет собой иерархию, в которой ценности располагаются по

нарастающей значимости. Благодаря этой системе обеспечиваются целостность данной культуры, ее неповторимый облик, необходимая степень порядка и предсказуемости.

Существуют ценности личного характера, ценности, присущие определенному полу или возрасту, ценности каких-либо больших и малых групп людей, различных эпох и государств и так далее, вплоть до общечеловеческих. По этой причине в науке принято все культурные ценности систематизировать на две основные группы. *Во-первых*, это совокупность выдающихся произведений интеллектуального, художественного и религиозного творчества. В эту группу включаются также выдающиеся архитектурные сооружения, уникальные произведения ремесла, археологические и этнографические раритеты. *Во-вторых*, к числу культурных ценностей были отнесены оправдавшие себя и доказавшие на практике свою эффективность принципы совместного сосуществования людей: нравы, обычаи, стереотипы поведения и сознания, оценки, мнения, интерпретации и пр., которые ведут к интеграции общества, к росту взаимопонимания между людьми, их комплиментарности, солидарности, взаимопомощи и т.д. Обе группы культурных ценностей на практике составляют «ядро» любой культуры и определяют ее неповторимый характер.

В процессе межкультурных контактов обнаруживается огромная разница между тем, как воспринимаются одни и те же ценности людьми разных культур. Среди громадного числа разнообразных восприятия, тем не менее, можно выделить группу таких, которые совпадают и по характеру оценок, и по содержанию. Такого рода ценности получили название универсальных, или общечеловеческих.

Рассмотрение культуры как системы ценностей логично ставит вопрос о формах их существования и сферах распространения. В культурной антропологии принято выделять четыре основные сферы культурных ценностей: быт, идеологию, религию и художественную культуру. В контексте межкультурной коммуникации из этих сфер наиболее важное значение имеет сфера быта, представляющая собой исторически первую сферу возникновения и существования культурных ценностей.

Какие ценности имеют для людей важное значение и обладают большим влиянием, а какие не принимаются во внимание — зависит от культуры. Их структура и значимость определяют своеобразие и особенности культуры. Большая часть особенностей собственной культуры, как правило, не осознается и воспринимается как само собой разумеющееся. Осознание ценностей своей культуры наступает лишь при встрече с представителями других культур, когда происходит взаимодействие разных культур и обнаруживаются различия в их ценностных ориентациях. Именно в этих случаях возникают ситуации непонимания, растерянности, бессилия и раздражения, вызывающие чувство обиды, злости, отчуждения, оскорбления.

Исключить ситуации непонимания и добиться положительных итогов в межкультурных контактах возможно лишь с помощью знания особенностей ценностных ориентации партнера. Это знание помогает предсказать его поведение, цели, устремления, желания; оно обеспечивает успех в общении даже с незнакомыми людьми.

На протяжении всей истории человечества различными культурами было создано огромное количество самых разнообразных норм поведения и общения. В зависимости от способа, характера, цели, сферы применения, границ распространения, строгости исполнения все многообразие поведенческих норм было разделено на следующие виды: традиции, обычаи, обряды, законы, нравы.

Нравы — это моральные оценки допустимости тех или иных форм как собственного поведения, так и поведения других людей. Под действие этого вида культурных норм попадают такие формы поведения, которые бытуют в данном обществе и могут быть подвергнуты нравственной оценке. В силу такого своего характера нравы не предполагают немедленного их практического исполнения, а ответственность за их нарушение в целом значительно меньше, чем во всех других нормах. Эта ответственность носит относительный характер, поскольку наказание за нарушение нравов может быть разным — от неодобрительных взглядов до

смертной казни, но наиболее распространенным наказанием в этом случае является устное порицание.

Среди других видов культурных норм наиболее распространенными и влиятельными являются **обычай** - общепринятые образцы действий, предписывающие правила поведения для представителей одной культуры. Влияние обычаев, главным образом, распространяется на область частной жизни людей. По своему назначению они призваны регулировать взаимоотношения и коммуникации внешнего характера, то есть отношения с близкими и дальними родственниками, со знакомыми и соседями, публичное поведение человека за пределами собственного дома, бытовой этикет со знакомыми и незнакомыми людьми и др.

Регулятивная роль обычаев заключается в том, что они предписывают строго установленное поведение в определенных ситуациях. Обычай возникли в незапамятные времена как традиционные формы поведения, благодаря которым обеспечивалась культурная стабильность. В такой их роли было заинтересовано все общество, и оно стремилось их сохранять и культивировать. Поэтому многие обычаи оставались на протяжении веков неизменными.

По мере накопления культурного и социального опыта стали возникать устойчивые формы поведения, которые предписывали наиболее рациональные действия при взаимоотношениях различных групп людей в соответствующих ситуациях. Имеющие рациональный характер и многократно проверенные на практике, они стали передаваться от поколения к поколению, что придало им традиционный характер и породило новый вид культурных норм — традицию. Первоначально это слово обозначало «предание», подчеркивавшее наследственный характер соответствующих культурных явлений. В настоящее время назначение традиций сводится к регуляции межличностных и межгрупповых отношений, а также передаче социального опыта от поколения к поколению. Фактически традиция — это своего рода устные «культурные тексты», аккумулирующие в себе совокупность образцов социального поведения, сложившиеся формы социальной организации, регуляции и коммуникации.

Традиции имеют место в самых разных областях человеческой жизни. Взятые вместе, они представляют собой устойчивую систему поведения человека в самых разных сферах жизни и в разных ситуациях, выполняя при этом свою особую роль. Основной особенностью традиций является акцент на использование таких образцов и моделей поведения, следование которым служит необходимым условием общественной жизни каждого человека. Этот вид социальной регламентации исключает элемент мотивации поведения: нормы, составляющие традицию, должны выполняться автоматически. Представители данной культуры в этом случае должны твердо следовать установившейся модели поведения, основываясь только на интуитивном убеждении, что «так поступали наши предки», «так принято» и т.п.

Разновидностью традиции является **обряд**, который представляет собой массовое выражение религиозной или бытовой традиции. Его главной отличительной чертой является не избирательность, а массовость, поэтому влияние обрядов не ограничивается какой-то социальной группой, оно относится ко всем носителям данной культуры. Как правило, обряды сопровождают важные моменты человеческой жизни, связанные с рождением, свадьбой, вступлением в новую сферу деятельности, переходом в другую возрастную группу, смертью.

Наряду с традициями и обычаями неотъемлемой частью культуры любого народа является **право**, которое представляет собой систему обязательных правил поведения, санкционированных государством и выраженных в определенных нормах. Прообразом права были запреты (табу) в поведении человека. Право представляет собой совместный договор людей о правилах поведения. Эти правила являются общеобязательными для всех, а их исполнение контролируется государством. Действие права распространяется на все сферы общественной жизни: они определяют производство и распределение продуктов между людьми, регулируют отношения между ними, регламентируют контакты и связи между народами.

Наконец, вероятно, наиболее важным и значимым регулятором поведения отдельного человека и отношений между людьми является **мораль**, которая призвана регулировать обыденные отношения людей, их ценностные ориентации, интерпретации различных явлений культуры, правила человеческого поведения и т.п. Необходимость морали как регулятора поведения обусловлена тем, что каждый человек так или иначе ведет себя, совершает какие-либо поступки, действия по отношению к окружающему миру и прежде всего по отношению к другим людям. При этом в его поведении проявляются особенности характера, темперамента, взгляды, вкусы, привычки, эмоции, чувства и т.д. Сопоставляя поведение какого-либо человека с определенными культурными ценностями общества, принято говорить о поведении нормальном либо отклоняющемся. Нормальным считается поведение, соответствующее нормам, которые выработало и которых придерживается данное общество. Оно включает определенные манеры, общепринятые способы общения, обращение с окружающими, которые могут быть подвергнуты нравственной оценке. Так, например, во многих культурах считается недопустимым ходить по улицам нагим, оскорблять старших, бить женщин, обижать слабых, издеваться над инвалидами и т.п.

Различные виды культурных норм пронизывают практически все сферы человеческой жизнедеятельности. Их спектр довольно широк — от простых запретов до сложной системы социальных институтов.

Симпатия получила распространение в самых разных видах коммуникации, и она подразумевает, что человек мысленно ставит себя на место другого. Но при симпатии используются свои собственные способы интерпретации поведения других людей. Согласно теории Беннета, если мы следуем «золотому правилу нравственности» («поступай с людьми так, как хотел бы, чтобы поступали с тобой») при общении с носителями других культур, то тем самым мы проявляем симпатию, потому что рассматриваем приемлемость их поведения со своей точки зрения.

Специфика межкультурной коммуникации заключается в том, что в ней определяющим становится эмпатический подход, то есть мысленное, интеллектуальное и эмоциональное проникновение во внутренний мир другого человека, в его чувства, мысли, ожидания и стремления. Эмпатия основывается на предположении, что в одинаковых обстоятельствах все люди переживают одинаковые чувства и ощущения и это позволяет им понять другие точки зрения, идеи и различные культурные явления. На этом основании возникает способность человека представить себя на месте другого человека, принять его мировоззрение, понять его чувства, желания, поступки. Здесь все основывается на опыте другого человека, а не нашем собственном. В связи с этим Беннет предлагает альтернативу «золотому правилу нравственности» — «платиновое правило», которое выражает сущность эмпатического подхода: «поступай с другими так, как они поступали бы сами с собой». Нет необходимости доказывать, что использование симпатии во взаимодействии с представителями других культур неизбежно ведет к непониманию. И, наоборот, использование эмпатии с ее стремлением понять проблему культурных различий изнутри и найти необходимые пути и способы для взаимопонимания резко увеличивает вероятность того, что между партнерами возникнет понимание. Для этого необходимо только помнить и придерживаться основных характеристик эмпатии:

- внимательно слушать, что тебе говорят;
- стремиться понять, как чувствуют себя другие люди;
- иметь искреннюю заинтересованность в том, что должны сказать другие;
- проявлять сочувствие к нуждам других людей;
- обладать способностью понимать точку зрения другого.

В психологии существуют специальные методы, с помощью которых можно повысить чувствительность людей к переживаниям друг друга. Одним из них является метод подстройки, который часто интуитивно применяют многие люди, пытаясь понять состояние другого человека. Он заключается в том, что нужно постараться максимально близко подстроиться к

партнеру через подражание его внешнему поведению: принять подобную его позу, перенять свойственный ему в данный момент темп речи и т.п. Если удается это сделать, то открываются его переживания и возникает чувство понимания партнера.

Типология коммуникации. Коммуникативная среда и сферы коммуникации. Практически все, что окружает человека, что составляет его среду обитания, является также и **коммуникативной средой**. При этом часть этой среды составляют предметы и явления, могущие быть использованными в коммуникативной функции, а часть – собственно средства коммуникации, для которых передача сообщений является их основным назначением.

Сообщение никогда не отправляется ради сообщения как такового. Его цель – организовать действия получателя (или самого отправителя, как в случае размышления о своих действиях). Слово – всегда поступок (идея, идущая от «философии причастности» М.М. Бахтина), можно говорить о сопряженности коммуникации и действия, о речедействии (термин Ю.В. Рождественского).

В последнее время в политологии, социологии, социолингвистике и теории коммуникации получил распространение термин **дискурс** (его можно условно расшифровать с помощью формулы: речь + действие). Поскольку действие и взаимодействие индивидов происходит в определенной коммуникативной среде, в определенной общественной **сфере коммуникации**, то говорят об **институциональном дискурсе** (политический дискурс, религиозный дискурс, педагогический дискурс, деловой дискурс, производственный дискурс и т.д.)

Комплекс коммуникативных актов, объединенных общей задачей и ситуативными условиями, можно назвать **коммуникативным событием**. В сфере бизнес - коммуникации такими коммуникативными событиями можно считать, например, презентации и выставки. В политической сфере примером коммуникативного события может быть визит главы государства (запланированное и организованное событие) и террористический акт (незапланированное, по крайней мере, правительственными структурами, событие, которое требует определенной реакции). В случае незапланированного коммуникативного события мы часто сталкиваемся с необходимостью кризисной коммуникации.

Коммуникация происходит в разных сферах. В некоторых из них (например, архитектура, музыка) довольно трудно разделить коммуникативный континуум на дискретные единицы. Итальянский исследователь, Умберто Эко, считающий, что «культура есть по преимуществу коммуникация», предложил собственный, интересный и глубокий анализ ряда коммуникативных сфер: кино, живописи, архитектуры, рекламы и др. Глубокий анализ коммуникации в рекламной, торговой, политической сфере, в кино и фотографии можно найти в работах Ролана Барта.

Сферы коммуникации привлекали внимание исследователей в различной степени. Достаточно традиционной считается **сфера бытовой коммуникации** (преимущественно межличностной). Но и здесь, в связи с развитием психоанализа, нейролингвистического программирования, с одной стороны, а также с появлением служб семьи и подростковой психологической помощи, с другой, возникают новые коммуникативные проблемы и задачи. Как говорить с подростком - наркоманом? – вопрос, ответ на который должны дать не только психология и социология, но и лингвистика.

Сфера производственной коммуникации в нашей стране была в поле зрения, в основном, в рамках инженерной психологии. В последнее же время ведутся разработки и в направлении коммуникационного менеджмента, и прикладной риторики. Стиль общения (речевого и невербального) руководителя с подчиненными, взаимодействие сотрудников в процессе работы, написание служебных документов и другие аспекты могут, как улучшить работу предприятия, так и развалить ее.

В связи с бурным развитием рыночных отношений из производственной выделилась **сфера бизнес-коммуникации** или **делового общения**. Наличие достаточных средств в сфере бизнеса способствовало публикации учебной и справочной литературы по коммуникации и

культуре общения, распространению коммуникативных знаний и приемов, пусть и в достаточно упрощенной форме.

Весьма широко ведутся исследования в **сфере политического дискурса**. Наличие множества партий и политических организаций, течений и групп требует ориентации в политическом коммуникативном пространстве.

Сфера научного дискурса также достаточно традиционный объект исследовательского интереса. В то же время, если прежде изучался, в основном, специфический язык научных публикаций, то теперь исследователей привлекают различные проблемы: от создания виртуального глобального научного сообщества (через интернет) до организации коммуникативных событий типа научных конференций и конгрессов. В ряде стран организация научной коммуникации стала предметом бизнеса.

Сфера образовательного дискурса также раскрывает новые грани в нашей стране в связи с дифференциацией образования, появлением рынка образовательных услуг, возникновением потребности в рекламе и «паблик рилейшнз» у образовательных учреждений. Набор в вуз, встречи с будущими студентами, профориентация, консультационные услуги, тестирование – вот ряд направлений коммуникации образовательных учреждений со своими потребителями.

Разговор преподавателя со студентом – **сфера педагогического дискурса** - также отдельная область рассмотрения.

Коммуникативные **сферы шоу-бизнеса и спортивного бизнеса** также достаточно молоды, хотя и имеют определенную предысторию в нашей стране. На западе же элементы **public image** звезд эстрады и героев спорта давно создаются профессионалами в области коммуникации и имиджмейкерства.

Сфера туристического бизнеса является весьма плодородной в смысле коммуникативных событий и сообщений. В ряде случаев она пересекается со сферой международной, межкультурной коммуникации.

Международная коммуникация осуществляется на различных уровнях как в виде официальной (традиционно), так и в виде народной (в последнее время) дипломатии. Существует обширная литература по особенностям межкультурного общения, дипломатическому этикету, дипломатическому протоколу и т.п.

Не так давно специалисты по теории коммуникации, лингвистике, психологии и другим общественным наукам проникли в медицинский и **юридический дискурс**. «Слово лечит» – эта общеизвестная истина приводит к размышлению, как именно это происходит и как работать со словом. Беседа врача и больного не должна протекать спонтанно, иначе возможны фатальные случайности. Так, в известной кинокомедии, больной, неверно поняв слова врача, решил, что ему осталось жить не больше месяца. Толкование законов (Закон – что дышло, куда повернешь – туда и вышло) также может сыграть судьбоносную роль в жизни человека или организации.

Сфера религиозного дискурса обслуживает потребности коммуникации в церкви. Здесь также важна проблема понимания и интерпретации, недаром наука **герменевтика** (теория интерпретации) возникла именно вследствие необходимости толковать старые тексты Священного писания.

Как правило, поведение людей в процессе коммуникации определяется целым рядом факторов разной степени значимости и влияния, зависящими от механизма инкультурации. Эмпатией называется такой тип общения и понимания, когда выражается желание понять другого человека, не обидеть его. Симпатия же подразумевает, что человек мысленно ставит себя на место другого. Но при симпатии используются собственные способы интерпретации поведения других людей, исходя из представлений самого интерпретатора. В данной лекции обсуждаются также различные сферы коммуникации.

Вопросы для самопроверки знаний по разделу 3:

1. В чем смысл понятия «культурная идентичность»?
2. В чем заключается содержание этнической идентичности?
3. Исследования этноцентризма, проведенные Д. Кемпбеллом и его коллегами, показали
свойственные для него характеристики. Какие?
4. В чем заключается этноцентристская переоценка собственной культуры?
5. Что такое чувство превосходства?
6. Что обозначает сущность личной идентичности?
7. Объясните механизма инкультурации.
8. Что такое нравы и обычаи?
9. Что называется коммуникативной средой?
10. Сфера производственной коммуникации – это...
11. Сфера бизнес-коммуникации предполагает...
12. Сфера религиозного дискурса – это...

Раздел 4. Лингво-когнитивная характеристика коммуникации

Тема 7. Текстовая деятельность.

Языковая и концептуальная картины мира. Языковая личность

Современная лингвистическая наука, в частности, такая ее отрасль, как лингвокультурология, выработала терминологическую систему для оперирования понятиями, вынесенными в заглавие данной лекции. Предлагаются следующие определения:

Текстовая деятельность (обмен действиями порождения и интерпретациями целостных коммуникативно-познавательных единиц – текстов) как подлинный механизм социокультурной коммуникации.

Текст - сложный знак и культурная универсалия в структуре социокультурной коммуникации.

Коммуникативная компетентность – уровень коммуникативно-познавательных умений и перцептивной готовности (восприятие), наличие определенных навыков, в том числе навыков внимания и нравственных установок к адекватной интерпретации смысловой информации.

Тезаурус – открытая и подвижная система значений, хранящаяся в памяти индивида и организованная по принципу от общего к частному внутри определенной системы употреблений.

«Смысловые ножницы» в коммуникации между носителями общих и разных языков и культур. Субъективные и социокультурные факторы смысловых разночтений.

Если понимать культуру как текст, то порождение, трансляция и понимание такого текста в процессе познания невозможны без специально отлаженной семиотической или коммуникативной системы, в качестве которой выступает естественный язык. Слово - это великое орудие, «сигнал сигналов», которое используется уже маленьким ребенком, как волшебный рычаг, приводящий в движение более сложную и более умную систему - взрослого или группу взрослых.

Проблема познания не может быть оторвана от проблемы общения именно из-за единой семиотической основы природы человеческой культуры, присвоение которой начинается с овладения ребенком теми достижениями человечества, которые сделаны задолго до появления нового активного «субъекта деятельности» на свет. Еще Л.С. Выготский отметил два главных условия человеческого способа воспитания и развития:

- 1) демонстрацию взрослым какого - либо элемента опыта ребенку, подсказку действием;
- 2) организацию им общения, вовлечение в общение с собой с целью трансляции опыта.

В силу коллективности человеческого вида, понимание и коммуникация всегда совершаются не только для самого себя, но и прежде всего для других (быть понятым другими, продемонстрировать свое понимание другому, и соответственно быть интересным в интеллектуальном и личностном плане другому). Общение в этом случае действительно объясняет то, каким образом деятельность формирует внутренний план сознания. Освоение знаково-символических систем и их развитие совершаются и для себя, и для других, а для системы обучения могут быть представлены как личностные вклады в общественный прогресс, то есть как **акмеологические** составляющие этого процесса.

Эти сложные общественные феномены, так или иначе, могут быть связаны с общими, не всегда однозначно трактуемыми методологическими принципами, лежащими в какой-то мере в зоне ответственности **психосемиотического подхода**.

К числу основных понятий могут быть традиционно отнесены «знак» и «текст», если речь идет о семиотике и психосемиотике. Если же учитывать деятельностьную природу анализируемой реальности, то в этом случае необходимо говорить о «знаково-символической деятельности» или «деятельности со знаково - символическими средствами» и, соответственно,

о «текстовой деятельности» как следующем понятии в иерархии, которое должно быть соотносено с предыдущим.

Порождение и потребление текстов в психологии относят к видам знаковой деятельности, включая их в качестве компонента деятельности более высокого порядка - коммуникативно-познавательной. Это требует специального рассмотрения семиотической стороны общения.

Предметом текстовой деятельности, согласно Т.М. Дридзе, является коммуникативная интенция общающихся, то есть не смысловая информация вообще, а смысловая информация, цементируемая замыслом, коммуникативно-познавательным намерением. В этом случае в качестве действий можно рассматривать конкретные акты осмысления и операции с применением мнестических средств.

Порождение текста и его интерпретация - это решение, прежде всего эмоциональной и мыслительной задачи, а потом лингвистической, так как во всякой деятельности замысел предшествует конкретным операциям и выбору средств по их осуществлению. Текст сам по себе оказывается функциональной системой, в рамках которой лингвистические конструкции используются для реализации определенных коммуникативно-познавательных задач и могут варьироваться сообразно этим задачам. Это особенно важно в юриспруденции, а также для психологов, связанных с практикой консультирования.

Если рассматривать текстовую деятельность на уровне требований общепсихологической теории деятельности, то необходимо выделить также все ее структурные признаки: специфическую мотивацию, иерархию целей, предмет, систему средств и условий реализации и результат (прямой и побочный продукт). Реализуемые в ее рамках (данной теории) разновидности этой деятельности (порождение и интерпретация текстов) присущи одному и тому же субъекту. Адресатом смысловой информации выступает не только потребитель, но и производитель текстов. Каждый человек, поскольку он является субъектом коммуникативно-познавательной деятельности, участвует также в создании «текстовой действительности», а значит в формировании знаний и мнений, ценностей и норм, присущих образу жизни, господствующих в этом обществе представлений о рекомендуемых и принятых способах (моделях) деятельности, взаимодействия и формах общественно одобряемого поведения.

Отсюда можно сделать вывод, что текстовая деятельность, в случае проведения анализа ее структуры, может быть понята как совокупность действий и в то же время более высокий, интегративный вид деятельности, в состав которого на уровне действий должны войти деятельность порождения и интерпретации текстов. Текст же, как единица общения, то есть целостная коммуникативная единица - это некоторая система коммуникативных элементов, функционально объединенных в единую замкнутую иерархическую семантико-смысловую структуру общей концепцией (замыслом) или коммуникативной интенцией. Текст является не только продуктом и объектом деятельности общения, но и образом этой деятельности, независимо от того, в рамках какой подсистемы знаков текст порождается и интерпретируется. Таким образом, текст - это сложная коммуникативная единица наиболее высокого порядка, в этом плане он действительно может быть определен как специфический элемент человеческой культуры. Это позволяет принять общепсихологическое понимание культуры как текста, утверждаемое Ю.М. Лотманом.

Природа текстовой деятельности, как считает Т.М. Дридзе, не столько абстрактно-логическая (рациональная), сколько интуитивная (чувственно-образная), независимо от характера текста и от формы воплощения замысла автором.

Текстовая деятельность благодаря этому становится частью общественно-исторического опыта. Она вплетается в процесс продуктивной познавательной деятельности и участвует в формировании общественного сознания, внедряется в механизмы регуляции общественной деятельности и поведения.

Эту общественную функцию текстов нельзя недооценивать, поскольку текст, как правило, выступает в качестве основного, а нередко и единственного, источника информации о деятельности, выходящей за рамки непосредственного обихода и профессиональной

специализации человека. Он становится источником информации о той предметной реальности, с которой интерпретатор вступает в непосредственный контакт отнюдь не всегда. Это означает, что характер восприятия и смысловой интерпретации разнообразных текстов, вошедших в сферу практического опыта индивида, решительно скажется на всей деятельности, как на его собственной, профессиональной, так и на деятельности тех, с кем (на основе, в частности, и этой стороны своего практического опыта) будет в дальнейшем общаться человек.

Под текстом, в частности в рамках семиотики, подразумевается определенная наполненная смыслом структура, состоящая из знаков. Значение какого-либо текста зависит от правил (кодов), определяющих подбор и сочетание этих знаков. Данные правила конвенциональны, то есть потребитель текста должен обладать определенными навыками или компетенцией для того, чтобы его интерпретировать (декодировать). Поэтому потребители текста, имеющие разное социальное происхождение или разный культурный опыт, могут прочесть один и тот же текст по-разному. Текст существует материально, но не обязательно в форме письменного сообщения (предложения, записки, отчета или романа). Фотография, песня, реклама (сочетание фотографического или любого другого визуального изображения с письменными знаками), видеотекст или одежда могут пониматься в качестве текста.

Глобальные стратегии служат читателю средством координации различных точек зрения, выраженных в тексте повествователем и персонажами; локальные стратегии создают отношение читателя к миру произведения в плане дистанция/участие.

Выделяются следующие **текстовые компетенции**, составляющие компетенцию читателя: знание базового словаря, знание правил конференции, умение определять контекстуальные и ситуативные значения, способность понимания риторического и стилистического гиперкодирования, знание общих и межтекстовых сценариев, идеологическое видение.

Вопрос о соотношении культурной (понятийной, концептуальной) и языковой картин мира чрезвычайно сложен и многопланов. Его суть сводится к различиям в преломлении действительности в языке и в культуре.

Язык — часть культуры, но и культура — только часть языка. Значит, языковая картина мира не полностью поглощена культурной, если под последней понимать **образ мира**, преломленный в сознании человека, то есть мировоззрение человека, создавшееся в результате его физического опыта и духовной деятельности.

Предложенное определение картины мира не принимает во внимание физическую деятельность человека и его физический опыт восприятия окружающего мира: Наиболее адекватным пониманием картины мира является ее определение как исходного глобального образа мира, лежащего в основе мировидения человека, репрезентирующего существенные свойства мира в понимании ее носителей и являющегося результатом всей духовной активности человека. Однако духовная и физическая деятельности человека неотделимы друг от друга, и исключение любого из этих двух составляющих неправомерно, если речь идет о культурно - концептуальной картине мира.

Культурная и языковая картины мира тесно взаимосвязаны, находятся в состоянии непрерывного взаимодействия и восходят к реальной картине мира, а вернее, просто к реальному миру, окружающему человека.

Все попытки разных лингвистических школ оторвать язык от реальности потерпели неудачу по простой и очевидной причине: необходимо принимать во внимание не только языковую форму, но и содержание - таков единственно возможный путь всестороннего исследования любого явления. Содержание, семантика, значение языковых единиц, в первую очередь слова, - это соотношенность некоего звукового (или графического) комплекса с предметом или явлением реального мира. Языковая семантика открывает путь из мира собственно языка в мир реальности. Эта ниточка, связывающая два мира, опутана культурными представлениями о предметах и явлениях культурного мира, свойственных данному речевому коллективу в целом и индивидуальному носителю языка в частности.

Соответственно, различна языковая картина мира у разных народов. Это проявляется в принципах категоризации действительности, материализуясь и в лексике, и в грамматике.

Разумеется, национальная культурная картина мира первична по отношению к языковой. Она полнее, богаче и глубже, чем соответствующая языковая. Однако именно язык реализует, вербализует национальную культурную картину мира, хранит ее и передает из поколения в поколение. Язык фиксирует далеко не все, что есть в национальном видении мира, но способен описать все.

Наиболее наглядной иллюстрацией может служить слово, основная единица языка и важнейшая единица обучения языку. Слово - не просто название предмета или явления, определенного «кусочка» окружающего человека мира. Этот кусочек реальности был пропущен через сознание человека и в процессе отражения приобрел специфические черты, присущие данному национальному общественному сознанию, обусловленному культурой данного народа.

Слово можно сравнить с кусочком мозаики. У разных языков эти кусочки складываются в разные картины. Эти картины будут различаться, например, своими красками: там, где русский язык заставляет своих носителей видеть два цвета: синий и голубой, англичанин видит один: blue. При этом и русскоязычные, и англоязычные люди смотрят на один и тот же объект реальности - кусочек спектра.

Язык навязывает человеку определенное видение мира. Усваивая родной язык, англоязычный ребенок видит два предмета: foot и leg там, где русскоязычный видит только один - ногу, но при этом говорящий по-английски не различает цветов (голубой и синий), в отличие от говорящего по-русски, и видит только blue.

Выучив иностранное слово, человек как бы извлекает кусочек мозаики из чужой, неизвестной еще ему до конца картины и пытается совместить его с имеющейся в его сознании картиной мира, заданной ему родным языком. Именно это обстоятельство является одним из камней преткновения в обучении иностранным языкам и составляет для многих учащихся главную (иногда непреодолимую) трудность в процессе овладения иностранным языком. Если бы название предмета или явления окружающего нас мира было простым, «зеркально - мертвым», механическим, фотографическим актом, в результате которого складывалась бы не картина, а фотография мира, одинаковая у разных народов, не зависящая от их определенного бытием сознания, в этом фантастическом случае изучение иностранных языков (и перевод с языка на язык) превратилось бы в простой, механически - мнемонический процесс перехода с одного кода на другой.

Итак, одно и то же понятие, один и тот же кусочек реальности имеет разные формы языкового выражения в разных языках - более полные или менее полные. Слова разных языков, обозначающие одно и то же понятие, могут различаться семантической емкостью, могут покрывать разные кусочки реальности. Кусочки мозаики, представляющей картину мира, могут различаться размерами в разных языках в зависимости от объема понятийного материала, получившегося в результате отражения в мозгу человека окружающего его мира. Способы и формы отражения, также, как и формирование понятий, обусловлены, в свою очередь, спецификой социокультурных и природных особенностей жизни данного речевого коллектива. Расхождения в языковом мышлении проявляются в ощущении избыточности или недостаточности форм выражения одного и того же понятия, по сравнению с родным языком изучающего иностранный язык.

Понятие языковой и культурной картин мира играет важную роль в изучении иностранных языков.

Интерференция родной культуры осложняет коммуникацию ничуть не меньше родного языка. Изучающий иностранный язык проникает в культуру носителей этого языка и подвергается воздействию заложенной в нем культуры. На первичную картину мира родного языка и родной культуры накладывается вторичная картина мира изучаемого языка.

Вторичная картина мира, возникающая при изучении иностранного языка и культуры, - это не столько картина, отражаемая языком, сколько картина, создаваемая языком.

Взаимодействие первичной и вторичной картин мира - сложный психологический процесс, требующий определенного отказа от собственного «я» и приспособления к другому (из «иных стран») видению мира. Под влиянием вторичной картины мира происходит переформирование личности. Разнообразие языков отражает разнообразие мира, новая картина высвечивает новые грани и затеняет старые. Наблюдая более 30 лет за преподавателями иностранных языков, которые постоянно подвергаются их воздействию, я могу утверждать, что русские преподаватели кафедр английского, французского, немецкого и других языков приобретают определенные черты национальной культуры тех языков, которые они преподают.

Безэквивалентная лексика хорошо изучена теорией и практикой перевода и представляет собой крайний случай языковой недостаточности. Более сложной оказывается ситуация, когда одно и то же понятие по-разному - избыточно или недостаточно - словесно выражается в разных языках.

Языковые явления отражают общественную и культурную жизнь говорящего коллектива. С этой точки зрения интересно выяснить, как отражаются в языке некоторые понятия и насколько лексическая детализация этих понятий обусловлена социальными факторами. Исследования национальной языковой картины мира дают богатый материал для совершенствования процессов межкультурной коммуникации.

Тема 8. Проблема понимания. Природа и сущность понятий «свой» и «чужой»

В ситуации расхождения или несовпадения каких-либо культурных явлений другой культуры с принятыми в «своей» культуре возникает понятие **«чужой»**. Тот, кто сталкивается с чужой культурой, переживает много новых чувств и ощущений при взаимодействии с неизвестными и непонятными культурными явлениями. Их гамма довольно широка - от простого удивления до активного негодования и протеста. Как показывают исследования этих реакций, чтобы сориентироваться в чужой культуре, недостаточно использовать лишь свои знания и наблюдать за поведением чужеземцев. Намного важнее понять чужую культуру, то есть осмыслить место и значение новых необычных явлений культуры, и включить новые знания в свой культурный арсенал, в структуру своего поведения и образа жизни. Таким образом, в межкультурной коммуникации понятие «чужой» приобретает ключевое значение. Но проблема заключается в том, что до настоящего времени не сформулировано научное определение этого понятия. Во всех вариантах употребления оно понимается на обыденном уровне, то есть путем выделения и описания наиболее характерных признаков и свойств этого термина.

При таком подходе понятие **«чужой»** имеет несколько значений и смыслов:

- чужой как неместный, иностранный, находящийся за границами родной культуры;
- чужой как странный, необычный, контрастирующий с обычным и привычным окружением;
- чужой как незнакомый, неизвестный и недоступный для познания;
- чужой как сверхъестественный, всемогущий, перед которым человек бессилен;
- чужой как зловещий, несущий угрозу для жизни.

Представленные семантические варианты понятия «чужой» позволяют рассматривать его в самом широком значении, как все то, что находится за пределами само собой разумеющихся, привычных и известных явлений или представлений. И наоборот, противоположное ему понятие «свой» подразумевает тот круг явлений окружающего мира, который воспринимается человеком как знакомый, привычный, само собой разумеющийся.

В процессе контактов между представителями различных культур сталкиваются различные культурно-специфические взгляды на мир, при которых каждый из партнеров

первоначально не осознает различия в этих взглядах, каждый считает свои представления нормальными, а представления другого ненормальными. Нечто само собой разумеющееся одной стороны сталкивается с нечто самим собой разумеющимся другой стороны. Сначала, как это бывает чаще всего, обнаруживается открытое непонимание (что-то не так), при котором мнение и понимание не совпадают. Как правило, обе стороны не ставят под сомнение «свое само собой разумеющееся», а занимают этноцентристскую позицию и приписывают другой стороне глупость, невежественность или злой умысел.

При контактах с другой культурой человек как бы отправляется в другую страну. Он выходит за границы привычной обстановки, из круга привычных понятий и отправляется в незнакомый, но привлекательный другой мир. Чужая страна, с одной стороны, незнакома и порою кажется опасной, а с другой стороны, все новое привлекает, обещает новые знания, расширяет кругозор и жизненный опыт.

Тем не менее, в теории межкультурной коммуникации по этому поводу имеется понятие «культурный шок». **Культурный шок** – это эмоциональный или физический дискомфорт, дезориентация индивида, вызванная попаданием в иную культурную среду, столкновением с другой культурой, незнакомым местом.

В научный оборот термин «культурный шок» в 1960 году ввёл канадский исследователь Калерво Оберг. По его мнению, культурный шок - это «следствие тревоги, которая появляется в результате потери всех привычных знаков и символов социального взаимодействия», кроме того, при вхождении в новую культуру у человека появляются весьма неприятные ощущения.

Суть культурного шока - конфликт старых и новых культурных норм и ориентаций, старых - присущих индивиду как представителю того общества, которое он покинул, и новых, то есть представляющих то общество, в которое он прибыл. Собственно говоря, культурный шок - это конфликт двух культур на уровне индивидуального сознания.

Вероятно, одной из самых известных метафор описания «культурного шока» является концепция айсберга. Она подразумевает, что культура состоит не только из того, что мы видим и слышим (язык, изобразительное искусство, литература, архитектура, классическая музыка, поп-музыка, танцы, кухня, национальные костюмы и др.), но и из того, что лежит за пределами нашего первоначального восприятия (восприятие красоты, идеалы воспитания детей, отношение к старшим, понятие греха, справедливости, подходы к решению задач и проблемы, групповая работа, зрительный контакт, язык тела, мимика, восприятие себя, отношение к противоположному полу, взаимосвязь прошлого и будущего, управление временем, дистанция при общении, интонация голоса, скорость речи и др.). Суть концепции заключается в том, что культуру можно представить в виде айсберга, где над поверхностью воды находится лишь небольшая видимая часть культуры, а под кромкой воды весомая невидимая часть, которая не оказывается в поле зрения, однако, оказывает большое влияние на наше восприятие культуры в целом. При столкновении со скрытой, подводной частью айсберга (культуры) чаще всего и возникает культурный шок.

Американский исследователь Р. Уивер уподобляет культурный шок встрече двух айсбергов: именно «под водой», на уровне «неочевидного», происходит основное столкновение ценностей и менталитетов. Он утверждает, что при столкновении двух культурных айсбергов та часть культурного восприятия, которая прежде была бессознательной, выходит на уровень сознательного, и человек начинает с большим вниманием относиться как к своей, так и к чужой культуре. Индивид с удивлением осознаёт наличие этой скрытой системы контролирующего поведения норм и ценностей лишь тогда, когда попадает в ситуацию контакта с иной культурой. Результатом этого становится психологический, а нередко и физический дискомфорт - культурный шок.

Существует немало точек зрения, касающихся причин культурного шока. Так, исследователь К. Фурнем, на основе анализа литературных источников, выделяет восемь подходов к природе и особенностям данного явления, комментируя и показывая в некоторых случаях даже их несостоятельность:

- появление культурного шока связано с географическим перемещением, вызывающим реакцию, напоминающую оплакивание (выражение скорби по поводу) утраченных связей. Тем не менее, культурный шок не всегда связан с горем, поэтому в каждом отдельном случае невозможно предсказать тяжесть утраты и, соответственно, глубину этой скорби;

- вина за переживание культурного шока возлагается на фатализм, пессимизм, беспомощность и внешний локус контроля человека, попавшего в чужую культуру. Но это не объясняет различий в степени дистресса и противоречит предположению, что большинство «путешественников» (мигрантов) субъективно имеют внутренний локус контроля;

- культурный шок представляет собой процесс естественного отбора или выживания самых приспособленных, самых лучших. Но такое объяснение слишком упрощает присутствующие переменные, поскольку большинство исследований культурного шока не прогнозирующие, а ретроспективные;

- вина за возникновение культурного шока возлагается на ожидания приезжего, неуместные в новой обстановке. При этом не доказана связь между неудовлетворенными ожиданиями и плохим приспособлением;

- причиной культурного шока являются негативные события и нарушение ежедневного распорядка в целом. Однако измерить происходящие события и установить причинность очень сложно: с одной стороны, сами пострадавшие являются виновниками негативных событий, а с другой стороны, негативные события заставляют страдать этих людей;

- культурный шок вызывается расхождением ценностей из-за отсутствия взаимопонимания и сопутствующих этому процессу конфликтов. Но какие-то ценности более адаптивны, чем другие, поэтому ценностный конфликт сам по себе не может быть достаточным объяснением;

- культурный шок связан с дефицитом социальных навыков, вследствие чего социально неадекватные или неопытные люди переживают более трудный период приспособления. Тем не менее, здесь преуменьшается роль личности и социализации, а в таком понимании приспособления присутствует скрытый этноцентризм;

- вина возлагается на недостаток социальной поддержки, причем в данном подходе приводятся аргументы из теории привязанности, теории социальной сети и психотерапии. Однако достаточно сложно количественно измерить социальную поддержку или разработать механизм либо процедуру социальной поддержки, чтобы проверить и обосновать такое заключение.

В основном человек получает культурный шок, попадая в другую страну, отличающуюся от страны, где проживает, хотя и с подобными ощущениями может столкнуться и в собственной стране при внезапном изменении социальной среды.

Как отмечалось, у человека возникает конфликт старых и новых культурных норм и ориентаций, - старых, к которым он привык, и новых, характеризующих новое для него общество. Это конфликт двух культур на уровне собственного сознания. Культурный шок возникает, когда знакомые психологические факторы, которые помогали человеку приспособиваться к обществу, исчезают, а вместо этого появляются неизвестные и непонятные, пришедшие из другой культурной среды.

Такой опыт новой культуры неприятен. В рамках собственной культуры создается стойкая иллюзия собственного видения мира, образа жизни, менталитета и т.п. как единственно возможного и, главное, единственно допустимого. Подавляющее количество людей не осознает себя как продукт отдельной культуры, даже в тех редких случаях, когда они понимают, что поведение представителей других культур собственно и определяется их культурой. Только выйдя за пределы своей культуры, то есть встретившись с другим мировоззрением, мироощущением и т.д., можно понять специфику своего общественного сознания, увидеть различие культур.

Люди по-разному переживают культурный шок, неодинаково осознают остроту его воздействия. Это зависит от их индивидуальных особенностей, степени сходства или

несходства культур. К этому можно отнести целый ряд факторов, включая климат, одежду, еду, язык, религию, уровень образования, материальное благосостояние, структуру семьи, обычаи и т.д.

Сила проявления культурного шока и длительность межкультурной адаптации зависит от ряда факторов, которые можно разделить на две группы: внутренние (индивидуальные) и внешние (групповые).

По мнению исследователей, возраст человека является базовым и критическим элементом адаптации к другой культуре. С возрастом человек сложнее интегрируется в новую культурную систему, сильнее и дольше испытывает культурный шок, медленнее воспринимает ценности и образцы поведения новой культуры.

Также важным в процессе адаптации является уровень образования человека: чем он выше, тем успешнее проходит адаптация. Это связано с тем, что образование расширяет внутренний потенциал человека, усложняет его восприятие окружающей среды, а значит, делает его более терпимым к изменениям и новациям.

Можно говорить об универсальном перечне желательных характеристик человека, который готовится к жизни в другой культуре. К таким характеристикам следует отнести профессиональную компетентность, высокую самооценку, коммуникабельность, экстравертность, открытость для разных мнений и точек зрения, интерес к окружающей среде и людям, способность к сотрудничеству, внутренний самоконтроль, смелость и настойчивость.

К группе внутренних факторов, определяющих сложность адаптации и длительность культурного шока, помимо прочего относится жизненный опыт человека, его мотивация к перемещению, имеющийся опыт пребывания в другой культуре; наличие друзей среди местных жителей.

К группе внешних факторов относится культурная дистанция, под которой понимается степень различий между «своей» и «чужой» культурой. Нужно понимать, что на адаптацию оказывает влияние не сама культурная дистанция, а представление человека о ней, которое зависит от многих факторов: наличия или отсутствия войн, конфликтов в настоящем и в прошлом, знание чужого языка и культуры и т.д.

Стоит также отметить ряд внешних факторов, опосредованно определяющих процесс адаптации: условия страны пребывания, доброжелательность местных жителей к приезжим, готовность оказать им помощь, желание общаться с ними; экономическая и политическая стабильность в принимающей стране; уровень преступности; возможность и доступность общения с представителями другой культуры.

По мнению Т.Г. Стефаненко, существуют следующие стадии культурного шока: «медовый месяц», «собственно культурный шок», «примирение», «адаптация».

«Медовый месяц». Данная стадия характеризуется энтузиазмом, приподнятым настроением, большими надеждами. В течение этого периода различия между «старой» и «новой» культурой человек воспринимает положительно, с большим интересом.

Собственно «культурный шок». На втором этапе непривычная окружающая среда начинает оказывать негативное воздействие. Через некоторое время человек осознает возникающие проблемы с общением (даже если знание языка хорошее), на работе, на учёбе, в магазине, дома. Внезапно все различия становятся для него ещё заметнее. Человек осознает, что с этими различиями ему придется жить не несколько дней, а месяцы или, возможно, годы. Начинается кризисная стадия культурного шока.

«Примирение». Данная стадия характеризуется тем, что депрессия медленно сменяется оптимизмом, ощущением уверенности и удовлетворения. Человек чувствует себя более приспособленным и интегрированным в жизнь общества.

«Адаптация». На этой стадии человек больше не реагирует отрицательно или положительно, потому что приспосабливается к новой культуре. Он вновь ведёт повседневную жизнь, как и ранее на своей родине. Человек начинает понимать и ценить местные традиции и

обычаи, даже перенимает некоторые модели поведения и чувствует себя более раскованно и свободно в процессе взаимодействия с местными жителями.

По мнению антрополога Ф. Бока, существуют четыре способа разрешения конфликта, возникающего при культурном шоке.

Первый способ можно назвать геттоизацией (от слова гетто). Он осуществляется в ситуациях, когда человек попадает в другое общество, но старается или оказывается вынужден (из-за незнания языка, вероисповедания или по каким-нибудь другим причинам) избегать всякого соприкосновения с чужой культурой. В этом случае он старается создать собственную культурную среду - окружение соотечественниками, отгораживаясь этим окружением от влияния инокультурной среды.

Второй способ разрешения конфликта культур - ассимиляция. В случае ассимиляции индивид, наоборот, полностью отказывается от своей культуры и стремится целиком усвоить необходимые для жизни культурные нормы другой культуры. Конечно, это не всегда удается. Причиной неудачи может быть либо недостаточная способность личности приспособиться к новой культуре, либо сопротивление культурной среды, членом которой он намерен стать.

Третий способ разрешения культурного конфликта - промежуточный, состоящий в культурном обмене и взаимодействии. Для того чтобы обмен приносил пользу и обогащал обе стороны, нужна открытость с обеих сторон, что в жизни встречается крайне редко, особенно, если стороны изначально неравны. Результаты такого взаимодействия не всегда очевидны в самом начале. Они становятся видимыми и весомыми лишь по прошествии значительного времени.

Четвёртый способ - частичная ассимиляция, когда индивид жертвует своей культурой в пользу инокультурной среды частично, то есть в какой-то одной из сфер жизни: например, на работе руководствуется нормами и требованиями другой культуры, а в семье, в религиозной жизни - нормами своей традиционной культуры.

Последствия культурного шока могут быть не только негативными. По мнению современных исследователей, культурный шок является вполне нормальной реакцией, и даже неотъемлемой частью процесса адаптации к новым условиям. Кроме того, в этом случае человек не просто получает информацию о новой культуре и её нормах и ценностях, но и повышает свой уровень культурного развития, хотя и испытывает при этом стресс. Поэтому с начала 90-х гг. XX в. многие ученые предпочитают использовать словосочетание «стресс аккультурации».

Актуальность всех вопросов, связанных с культурой, приобрела в настоящее время небывалую остроту. Повышенный интерес к изучению культур разных народов, выдвигание на передний план культурологии, еще недавно влачившей жалкое существование на задворках истории, философии, филологии; выделение ее в научную специальность Высшей аттестационной комиссией России; создание специализированных ученых советов для защиты кандидатских и докторских диссертаций по культурологии; поток публикаций на тему диалогов и особенно конфликтов культур; создание обществ, ассоциаций, объединяющих исследователей проблем культуры; бесконечные конференции, симпозиумы, конгрессы по вопросам культуры; включение культурологии и антропологии в учебный план подготовки специалистов по всем гуманитарным направлениям и даже в программы средней школы; наконец, уже упоминавшееся известное предсказание С. Хантингтона о третьей мировой войне как войне культур и цивилизаций - все это свидетельствует о настоящем буме, взрыве интереса к проблемам культуры.

За этим бумом кроются не только и не столько благородные и созидательные мотивы интереса к другим культурам, стремление обогатить свою культуру опытом и оригинальностью других, сколько совсем иные причины, грустные и тревожные. В последние годы социальные, политические и экономические потрясения мирового масштаба привели к небывалой миграции народов, их переселению, расселению, столкновению, смешению, что, разумеется, приводит к **конфликту культур**.

В то же время научно - технический прогресс и усилия разумной и миролюбивой части человечества открывают все новые возможности, виды и формы общения, главным условием эффективности которых является взаимопонимание, диалог культур, терпимость и уважение к культуре партнеров по коммуникации.

Русская пословица, живая, употребительная, не утратившая, в отличие от многих других, своей актуальности, учит: «В чужой монастырь со своим уставом не ходят». Ее аналог в английском языке выражает ту же мысль другими словами: *When in Rome, do as Romans do* (Приехав в Рим, делай, как римляне). Так в каждом из этих языков народная мудрость старается предостеречь оттого, что теперь принято называть термином конфликт культур.

Чтобы понять суть термина конфликт культур, вдумайтесь в русское слово иностранный. Его внутренняя форма абсолютно прозрачна: из иных стран. Родная, не из иных стран, культура объединяет людей и одновременно отделяет их от других, чужих культур. Иначе говоря, родная культура - это и щит, охраняющий национальное своеобразие народа, и глухой забор, отгораживающий от других народов и культур.

Весь мир делится, таким образом, на своих, объединенных языком и культурой людей, и на чужих, не знающих языка и культуры. Тот факт, что по различным социально - историческим причинам именно английский язык стал главным международным средством общения и, поэтому, им пользуются миллионы людей, для которых этот язык неродной, не только принес англоязычному миру огромную политическую, экономическую и иную пользу, но и как бы лишил этот мир щита: сделал его культуру открытой, выставленной напоказ всему остальному человечеству. При национальной любви англичан к закрытости — «мой дом — моя крепость» — это представляется неким парадоксом и иронией судьбы. Их национальный дом открылся всем на свете через английский язык.

В древнерусском языке всех иностранцев называли словом немец. Вот как характеризует англичан русская пословица XII века: «Аглицкие немцы не корыстны люди, да драться люты». Впоследствии это слово было вытеснено словом чужеземец, а значение слова немец сузилось до только тех иностранцев, которые приезжали из Германии. Интересно, что корень слова немец - нем-, от немой, то есть немец — это немой, не умеющий говорить (не знающий нашего языка) человек. В основе определения иностранца, таким образом, лежало его неумение говорить на родном, в данном случае русском языке, неспособность выразить себя словесно (ср. варвар). Чужеземец из чужих земель и затем иностранец из иных стран, пришедшие на смену немцу, переставили акцент с владения языком (или, вернее, невладения) на происхождение: из чужой земли, из иных стран. Смысл этого слова становится полным и ясным в противопоставлении: родной, свой - иностранный, то есть чужой, чуждый, принятый в иных странах. В этой оппозиции уже заложено столкновение между своим и чужим уставом, то есть конфликт культур, поэтому все сочетания со словами иностранный или иностранец предполагают этот конфликт.

Самые очевидные примеры столкновений культур дает просто реальное общение с иностранцами как в их стране, так и в своей родной. Такого рода конфликты порождают множество курьезов, анекдотов, смешных сюжетов («наши за границей», иностранцы в России и т. п.), неприятностей, драм и даже трагедий.

В Латинской Америке «не работает» реклама сигарет «Мальборо»: ковбой, человек на лошади - это представитель беднейшего населения, который может курить только самые дешевые и поэтому плохие сигареты.

Испанская фирма договорилась с Мексикой о продаже большой партии пробок для шампанского, но имела неосторожность покрасить их в бордовый цвет, который оказался в мексиканской культуре цветом траура, - и сделка сорвалась.

Вот как описывает Сол Шульман, известный путешественник и антрополог, типичный конфликт культур у иммигрантов Австралии: «Приезжает греческая или итальянская семья - отец, мать и десятилетний сын. Отец решил подзаработать денег в богатой стране, а затем вернуться домой. Проходит пять-шесть лет, деньги скоплены, можно возвращаться на родину.

«На какую родину? - удивляется сын. - Я австралиец». Его язык, культура, родина уже здесь, а не там. И начинается драма, заканчивающаяся иногда развалом семьи. Вечная проблема «отцов и детей» усугубляется здесь еще и отчуждением культур разных поколений. Недаром иммигранты нередко называют Австралию «золотой клеткой».

Профессиональный переводчик с индонезийского языка И.И. Кашмадзе, почти полвека работавший в самых высших кругах политики и дипломатии СССР, описывает визит начальника криминальной полиции Индонезии в нашу страну: «В завершение вечера генерал Калинин, решив показать «братские чувства» к индонезийскому гостю, попытался поцеловать его в губы, чем вызвал у начальника полиции глубочайшее удивление».

Питер Устинов, английский писатель, артист, режиссер, общественный деятель русского происхождения, описывает конфликт культур, имевший место на съемках английского фильма в Италии между итальянскими и английскими рабочими, когда последние пытались выполнить в условиях чужого мира требования своей культуры и своего профсоюза. Проблема заключалась в том, что профсоюз английских рабочих предписывал им, в соответствии с культурной традицией Англии, прерывать работу на чай. «Вот и в Италии в заранее установленные часы работа прерывалась для чаепития, хотя жара стояла почти сорокаградусная, а прохладительные напитки имелись всегда. Итальянские рабочие смотрели на нас с изумлением. Они все как один были обнажены по пояс, а свои политические убеждения демонстрировали на собственных головах в виде пилоток, сложенных из коммунистической газеты «Унита».

Поначалу английские рабочие из нашей съемочной группы требовали, чтобы я заставлял итальянцев делать перерыв и тоже пить чай. Однако ничто не могло заставить итальянцев это делать. Англичане стали искать моральное оружие, чтобы на них воздействовать. Я напомнил им, что мы находимся в Италии, и что нет способа заставить итальянцев пить чай на своей земле. Британцы посуровели как люди, которые чувствуют, что им оказывают несправедливый отпор. В конце концов, ко мне явилась от них делегация: они готовы были отказаться от чая при условии, что во всех отчетах будет значиться, что они его пили. Ясное дело, отклонение от режима не смогут понять в холодных лондонских кабинетах. В сосудах свободы уже начался атеросклероз: равнодушный диктат привилегий сменился дотошным диктатом правил. Людям доброй воли остался единственный путь спасения - повиновение» (П. Устинов. О себе любимом. Пер. Т. Л. Черезовой. - М., 1999. - С. 188).

Студенты из Таиланда перестали посещать лекции по русской литературе. «Она на нас кричит», - сказали они о преподавательнице, говорившей, в соответствии с русской педагогической традицией, громко, четко и ясно. Эта манера оказалась неприемлемой для студентов - тайцев, привыкших к иным фонетическим и риторическим параметрам.

Культурный конфликт произошел у российских студентов, учившихся по американской программе, с преподавателями из США. Заметив, что несколько студентов списывают, американские преподаватели, поставили неудовлетворительные оценки всему потоку, что обозначало и моральный удар, и большие финансовые потери для российских студентов. Американцы возмущались теми, кто давал списать, и теми, кто не донес немедленно об этом преподавателям, даже больше, чем теми, кто списывал. Идеи «не пойман — не вор» и «доносчику первый кнут» не имели никакого успеха. Все сдавшие этот письменный экзамен были вынуждены снова его сдавать и снова платить деньги. Часть российских студентов, возмущенная этой ситуацией, отказалась продолжать программу.

В отличие от прямого, непосредственного конфликта культур, возникающего при реальном общении с иностранцами, такого рода 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.

Так, чтение иностранной литературы неизбежно сопровождается и знакомством с чужой, иной страны культурой, и конфликтом с ней. В процессе этого конфликта человек начинает

глубже осознавать свою собственную культуру, свое мировоззрение, свой подход к жизни и к людям.

Яркий пример конфликта культур при восприятии иностранной литературы приводит американский антрополог Лора Бохэннен, пересказавшая «Гамлета» Шекспира туземцам Западной Африки. Они восприняли сюжет через призму своей культуры: Клавдий — молодец, что женился на вдове брата, так и должен поступить хороший, культурный человек, но нужно было это сделать немедленно после смерти мужа и брата, а не ждать целый месяц. Призрак отца Гамлета вообще не уложился в сознании: если он мертв, то, как он может ходить и говорить? Полоний вызвал неодобрение: зачем он мешал дочери стать любовницей сына вождя — это и честь, и, главное, много дорогих подарков. Гамлет убил его совершенно правильно, в полном соответствии с охотничьей культурой туземцев: услышав шорох, крикнул «что, крыса?», а Полоний не ответил, за что и был убит. Именно так и поступает каждый охотник в африканском лесу: услышав шорох, окликает и, если нет человеческого отклика, убивает источник шороха и, следовательно, опасности.

Чтение иностранных авторов — это вторжение в чужой монастырь. Мы видим и, главное, оцениваем этот чужой мир через призму своей культуры, что, соответственно, также оказывается конфликтом культур.

В такой взрывоопасной ситуации перед наукой и образованием остро стоят сложные и благородные задачи: во - первых, исследовать корни, проявления, формы, виды, развитие культур разных народов и их контактов и, во - вторых, научить людей терпимости, уважению, пониманию других культур. Для выполнения этой задачи и проводятся конференции, создаются объединения ученых и педагогов, пишутся книги, в учебные планы и средних, и высших учебных заведений вводятся культурологические дисциплины.

Приоритетные каналы восприятия

Достижение желаемого результата в общении с партнером зависит от того, насколько вы сможете предвидеть его реакцию на ваши слова и поступки, построить в связи с этим свое поведение. Для этого, очевидно, нужно иметь правильное представление о партнере и уметь взглянуть на ситуацию с его позиции. Важно учитывать характер, привычки, убеждения, интеллектуальный и культурный уровень собеседника, его образ жизни. Все это, составляя внутреннее содержание человека, проявляется внешне: в его манере одеваться, походке, позе, жестике, выражении лица, звучании голоса, интонации.

Наблюдательные люди часто с первого взгляда определяют, что за человек перед ними, как с ним нужно держаться, чего от него можно ожидать. О таких людях говорят, что они проницательны. Проницательность зависит от внимательности человека, его знания жизни, силы воображения. Чтобы иметь верное представление о человеке, нужно, *во-первых*, уметь наблюдать, *во-вторых* – исключить возможные ошибки восприятия.

Как известно, существует *три канала поступления информации в сознание* человека:

- 1) визуальный (внешняя и внутренняя информация представляет собой комплекс зрительных образов);
- 2) аудиальный (информация представляет собой комплекс звуков);
- 3) кинестетический (информация представляет собой комплекс ощущений: вкусовых, осязательных, обонятельных, ощущений тела).

Каждый человек способен принимать и перерабатывать информацию, используя все три канала. Но при этом, как убедительно показано в теории нейролингвистического программирования, у каждого из нас есть один канал, через который мы прежде всего воспринимаем, думаем, вспоминаем. Такой канал называется приоритетным. Говорят, что каждому человеку присуща своя модальность.

В соответствии с этим всех людей можно условно разделить на визуалов, аудиалов и кинестетиков. Внимательно наблюдая за собеседником, можно определить, к какому типу он относится. Различия проявляются в звучании голоса, особенностях жестике, направлении движения глаз, преимущественном употреблении определенных слов, отражающих

модальность образов, присутствующих в его сознании. По этим словам, называемым предикатами, легче всего определить тип человека. Так, например, аудиал часто вставляет в разговор: «Послушайте», «Как говорится», «А я вам говорю». Визуал: «Посмотрите», «Неужели вы не видите, что...», «Как вы сами видите» и т.п. Это не удивительно: ведь у аудиала – слуховые образы и ассоциации, а у визуала – зрительные. От кинестетика можно услышать: «Я чувствую...», «У меня все похолодело» и пр.

Таблица 1.

Распознавание типа модальности собеседника по основным показателям

| Показатель | Тип модальности | | |
|----------------------------------|---|---|--|
| | Визуал | Аудиал | Кинестетик |
| <i>Предикаты</i> | Вижу, представьте, в перспективе, в фокусе, ясно, мне кажется | Говорю, послушайте, логично, тихо, громко, звучит | Легко, тяжело, почувствуйте, приятно, удобно, вкусно |
| <i>Тональность голоса</i> | Высокая | Средняя | Низкая |
| <i>Тип речи</i> | Торопливый, аритмичный | Ровный, размеренный | Замедленный, певучий |
| <i>Жесты рук</i> | На уровне лица | На уровне пояса, локти прижаты к бокам | Могут отсутствовать или на уровне таз аи бедер |
| <i>Направление движения глаз</i> | Вверх прямо, вверх влево, вверх вправо, прямо перед собой | Направо, налево, вниз направо | Вниз прямо, вниз влево |

Определение модальности собеседника требует наблюдательности и навыков. Для того чтобы было легче говорить на языке собеседника, можно потренироваться: один день употреблять в своей речи визуальные предикаты, другой день – аудиальные, третий – кинестетические.

Полезно поработать также над развитием своих каналов восприятия. В идеале у гармоничной личности все они равнозначны.

Особенности восприятия человека человеком

Глядя на человека, мы обычно воспринимаем его в целом. Впечатление от одного и того же человека у разных людей, как правило, различно. Бывает, что преступника трудно найти потому, что фотороботы, составленные по описаниям свидетелей, разительно отличаются друг от друга и от истинного лица.

Можно сказать, что восприятие субъективно.

Прежде всего у людей разные *возможности восприятия*, что связано с особенностями зрения и слуха, природной или воспитанной наблюдательностью. У людей различны также *приоритетные каналы восприятия*. Восприятие подвержено влиянию *стереотипов* («Я таких людей знаю») и *предыдущего опыта*. Именно опыт позволяет нам заметить в человеке то, на что порой не обращают внимание другие. На результат восприятия значительно влияет *установка* (предварительная информация о человеке).

Ваше *состояние в момент общения* с партнером также влияет на то, каким вы его воспринимаете. Раздражение, усталость и даже радостное возбуждение – плохие помощники. Расстроенный человек видит мир через «черные» очки, радостный – через «розовые». Ваша

оценка может быть необъективна также из-за того, что вы *пристрастно относитесь* к партнеру.

Существует известный *закон восприятия*, согласно которому в любом объекте восприятия мы выделяем нечто главное, а все остальное служит фоном.

От того, что именно мы считаем главным, а что фоном, зависит впечатление от объекта в целом.

Впечатления разных людей об одном и том же человеке и различаются в основном потому, что у каждого это главное – свое. Оно определяется тем, что для человека важно в данный момент: его интересами, желаниями, надеждами, опасениями.

Восприятие внешнего вида и поведения человека зависит также от усвоенных в детстве и юности этических, эстетических и социокультурных *норм* и правил, представлений о том, «что такое хорошо и что такое плохо».

Наконец, как это ни странно на первый взгляд, восприятие другого человека зависит от нашего *представления о себе*. Например, неуверенный в себе начальник активное поведение подчиненного может воспринимать как проявление вызова, угрозу своему влиянию.

Итак, восприятие другого человека зависит от *наших* установок, *нашего* опыта и воспитания, *наших* желаний и опасений, и поэтому

Наблюдение и восприятие другого человека содержит информацию и о нас самих.

Зная, что есть причины, приводящие к необъективности восприятия, можно попытаться учесть их влияние.

Опираясь на изложенные особенности восприятия, деловому человеку можно посоветовать:

1. Развивать наблюдательность, обращать внимание на все особенности внешнего облика и психологического склада человека.

2. Стремиться получить полную информацию о человеке (чтобы не домысливать).

3. Давать по возможности полную информацию о себе (чтобы не было слухов).

4. Говорить с партнером на его языке (учитывать его приоритетный канал восприятия).

5. Беседовать с сотрудниками и партнерами в удобном месте, в спокойной обстановке и в спокойном состоянии.

6. Не поддаваться влиянию предварительной информации о партнере.

7. Пояснять свои действия. Говорить подчиненным о своих ожиданиях (чтобы не было разочарований и претензий).

8. Не считать свое представление о нормах поведения единственно возможным.

9. Делать для других не то, что ты считаешь нужным, а то, чего бы они хотели, чтобы ты делал для них. Только тогда они будут воспринимать это положительно.

10. Быть таким, каким хочешь, чтобы тебя видели. Чтобы оценка партнера была объективной, старайтесь наблюдать, оценивать и делать выводы беспристрастно.

Механизмы восприятия и понимания

Основные механизмы восприятия – стереотипизация и индивидуализация. Они включаются одновременно, но в зависимости от ситуации общения, наших склонностей и профессии у нас больше работает тот или другой.

Стереотипизация – сопоставление образа данного человека с имеющимися в сознании стереотипами: образами представителей различных социально-демографических групп, психологическими типами, к которым, на наш взгляд, относится этот человек. Существуют стереотипные представления об учителях, студентах, бизнесменах, стариках, подростках, старых холостяках, цыганах, американцах и т.д. Мы относим человека к какой-то группе на основе того *общего*, что объединяет данного человека и существующий образ. Зная особенности поведения этой группы людей, можно в какой-то мере предвидеть поведение партнера.

Индивидуализация – восприятие человека во всей его неповторимости, со всеми присущими ему особенностями. При этом мы обращаем внимание на *отличия* собеседника от

представителей той социальной группы, к которой он относится или может относиться, на его психологические особенности.

В деловом общении важны оба механизма. Каждый человек относится к какой-то социально-демографической группе, психологическому типу и имеет свои, неповторимые черты. Восприятие и правильная оценка общего и особенного, присущего вашему партнеру, позволяет прогнозировать его поведение.

Общаясь с партнером, мы, конечно, не просто наблюдаем за ним, а вместе проживаем те минуты. В процессе общения люди проникаются чувствами друг друга (*эмпатия*), способны рассуждать с позиции другого человека (*рефлексия*), отождествлять себя с ним (идентификация). Понимать партнера – значит представлять, как он рассуждает и что чувствует в данной ситуации.

Предвидение поведения партнера

Слова «Я от него этого не ожидал», к сожалению, нередко можно услышать в деловом общении. Обычно их произносят с недоумением и обидой. Еще бы! За ними может стоять несостоявшаяся сделка, неожиданный переход сотрудника в другую фирму, переговоры с конкурентами и тому подобные неприятные сюрпризы. Между тем, если спросить «непредсказуемого», почему он так поступил, с его точки зрения все окажется логичным и порядочным. Способность взглянуть на события глазами другого человека называется децентрацией.

Децентрация – это «механизм преодоления эгоцентризма и означает преобразование собственных образов, понятий и представлений путем принятия в расчет возможных точек зрения других людей». «Стать другим» на время удастся не всем. Эта способность зависит от эмоционального склада личности, ее склонности к сопереживанию, навыков общения, воспитания и жизненного опыта.

Развитые эмпатия и рефлексия помогают децентрации. А вот отождествление себя с другим человеком может сослужить плохую службу в том случае, если этот человек не похож на нас. Если мы ставим себя на место другого человека и ждем от него таких поступков, которые свойственны нам, в этом случае нас может ждать глубокое (и естественное) разочарование.

Неумение встать на позицию другого человека может привести к непониманию и конфликтам. *Чтобы предвидеть поведение партнера, нужно взглянуть на ситуацию его глазами.*

Когда поведение партнера не удастся предвидеть, мы терзаемся вопросом: «Почему он так поступил?» При этом мы склонны принимать свои страхи и опасения за намерения другой стороны. Чтобы этого не произошло, в поисках причины поведения партнера нужно проанализировать все, что известно о нем, о ситуации и об условиях, в которых он оказался, привлечь на помощь свой жизненный опыт.

Ошибки в прогнозировании поведения партнера в основном вызваны следующими причинами:

1. Мы недостаточно знаем партнера: судим о его характере на основе одного значимого поступка или выстраиваем его образ, представляя лишь отдельные черты.
2. Мы ошиблись, отнеся этого человека к определенному стереотипу.
3. Мы не ошиблись, отнеся этого человека к данному стереотипу, но у нас неверное представление о поведении или характере людей этой группы.
4. Поведение этого человека отличается от поведения стереотипа в силу его индивидуальных особенностей, а мы не учли этого.
5. Мы недостаточно знаем ситуацию, в которой оказался партнер.
6. Мы рассуждаем по схеме: «Я бы на его месте поступил так», вместо того чтобы представлять, как поступит в этой ситуации он.

Плодотворное наблюдение за партнером и понимание его возможны лишь при живом интересе к этому человеку. Мир бизнеса – это мир деловых контактов, в котором преуспевают наблюдательные, вдумчивые, доброжелательные люди.

Вопросы для самопроверки знаний по разделу 4:

1. Что обозначает понятие «коммуникативная компетентность»?
2. В чем смысл понятия «вторичная картина мира»?
3. Проблема понимания заключается в том, что...
4. Поясните кратко природу и сущность понятий «свой» и «чужой».
5. Культурный шок – это...
6. Перечислите причины культурного шока.
7. В чем смысл понятия «конфликт культур»?
8. Какие Вам известны приоритетные каналы восприятия?
9. Существует три канала поступления информации в сознание человека. Перечислите их.
10. Особенности восприятия человека человеком в том, что...
11. Какие Вам известны механизмы восприятия и понимания?
12. Стереотипизация – это...
13. Индивидуализация – это...
14. Ошибки в прогнозировании поведения партнера в основном вызваны несколькими причинами. Перечислите их.

Раздел 5. Культура в смысле коммуникационного взаимодействия

Тема 9. Понятие культуры. Функциональная общность культур. Сущность культурных ценностей и их место в межкультурной коммуникации

С раннего детства каждый ребенок овладевает родным языком и усваивает культуру, к которой принадлежит. Это происходит в процессе общения с близкими и незнакомыми людьми, в домашней среде, с помощью вербальных и невербальных способов общения. **Категория ценности** образуется в человеческом сознании путем сравнения разных явлений. Осмысливая мир, человек решает для себя, что для него представляется важным в жизни, а что нет, что существенно, а что несущественно, без чего он может обойтись, а без чего нет. В результате этого формируется его ценностное отношение к миру, в соответствии с которым все предметы и явления рассматриваются им по критерию важности и пригодности для его жизни.

Роль ценностей в жизни, как отдельного индивида, так и общества в целом чрезвычайно велика. В соответствии с ними происходит отбор информации в процессе общения, устанавливаются социальные отношения, формируются аффекты (эмоции и чувства), навыки взаимодействия и т.д. Ценность не есть вещь, а есть отношение к вещи, явлению, событию, процессу и т.п. Ценности имеют огромное значение в любой культуре, поскольку определяют отношения человека с природой, социумом, ближайшим окружением и самим собой. Исходя из такого понимания, К. Клакхон и Ф. Стродбек определили ценности как «сложные, определенным образом сгруппированные принципы, придающие стройность и направленность разнообразным мотивам человеческого мышления и деятельности в ходе решения общих человеческих проблем».

Осваивая ценности окружающего мира, человек опирается на устоявшиеся в его культуре традиции, нормы, обычаи и постепенно формирует систему основополагающих и общепринятых ценностей, служащих ему руководством в жизни. На этой основе в каждой культуре складывается своя система ценностей, отражающая ее специфическое положение в мире. Система ценностей обыкновенно представляет собой иерархию, в которой ценности располагаются по нарастающей значимости. Благодаря этой системе обеспечиваются целостность данной культуры, ее неповторимый облик, необходимая степень порядка и предсказуемости.

Существуют ценности личного характера, ценности, присущие определенному полу или возрасту, ценности каких-либо больших и малых групп людей, различных эпох и государств и так далее, вплоть до общечеловеческих. По этой причине в науке принято все культурные ценности систематизировать на две основные группы. *Во-первых*, это совокупность выдающихся произведений интеллектуального, художественного и религиозного творчества. В эту группу включаются также выдающиеся архитектурные сооружения, уникальные произведения ремесла, археологические и этнографические раритеты. *Во-вторых*, к числу культурных ценностей были отнесены оправдавшие себя и доказавшие на практике свою эффективность принципы совместного сосуществования людей: нравы, обычаи, стереотипы поведения и сознания, оценки, мнения, интерпретации и пр., которые ведут к интеграции общества, к росту взаимопонимания между людьми, их комплиментарности, солидарности, взаимопомощи и т.д. Обе группы культурных ценностей на практике составляют «ядро» любой культуры и определяют ее неповторимый характер.

В процессе межкультурных контактов обнаруживается огромная разница между тем, как воспринимаются одни и те же ценности людьми разных культур. Среди громадного числа разнообразных восприятий, тем не менее, можно выделить группу таких, которые совпадают и по характеру оценок, и по содержанию. Такого рода ценности получили название **универсальных или общечеловеческих**. Их универсальный характер обуславливается тем,

что основные черты таких ценностей базируются на биологической природе человека и на всеобщих свойствах социального взаимодействия. Так, например, нет ни одной культуры в мире, где оценивалось бы положительно убийство, ложь и воровство. В каждой культуре существуют лишь свои границы терпимости этих явлений, но общая их негативная оценка однозначна.

Рассмотрение культуры как системы ценностей логично ставит вопрос о формах их существования и сферах распространения. В культурной антропологии принято выделять четыре основные сферы культурных ценностей: быт, идеологию, религию и художественную культуру. В контексте межкультурной коммуникации из этих сфер наиболее важное значение имеет сфера быта, представляющая собой исторически первую сферу возникновения и существования культурных ценностей.

Несмотря на наличие идеологии, религии и искусства бытовая культура и сегодня остается основополагающей для формирования личности, поскольку это формирование начинается еще в детстве, когда человек не способен к освоению культурных ценностей идеологии, религии и искусства. Специфика **бытовой культуры** состоит в том, что она вырабатывает те ценности, которые имеют основополагающее значение для межкультурной коммуникации. Именно быт является хранителем исторической памяти культуры, поскольку он значительно устойчивее идеологии и религии и изменяется гораздо медленнее, чем они. Поэтому именно бытовая культура в большей степени содержит в себе ценности «вечные», общечеловеческие и этнические. Кроме того, именно бытовые ценности являются основой существования идеологии, религии и искусства. Нормы и ценности бытовой культуры являются самодостаточными. Это значит, что, пользуясь только ценностями бытовой культуры, человек может иметь устойчивые ориентиры для жизни в условиях соответствующей культуры. Дополнительное значение бытовой культуре при межкультурной коммуникации придает ее стихийный характер. Ценности бытовой культуры рождаются в процессе житейской практики и имеют утилитарную направленность. Поэтому они не нуждаются в обосновании и доказательстве, носители данной культуры воспринимают их как естественные и само собой разумеющиеся. Их оказывается вполне достаточно для приобщения человека к культуре.

Культурные ценности, как уже было отмечено, в жизни каждого человека имеют разное значение. Поэтому одни люди являются приверженцами ценностей коллектива, а другие - ценностей индивидуализма. Так, человек в США в первую очередь считает себя индивидом, а уж потом членом социума, в то время как во многих других странах, таких, как Япония, люди в первую очередь считают себя членом социума и только потом индивидом. Когда люди с такими разными ориентациями вступают в общение, особенно деловое, всегда возникают ситуации непонимания. Например, проводя деловые переговоры с японцами, американцы назначают сотрудника, ответственного за их подготовку и ведение, и, если переговоры пройдут успешно, этот сотрудник будет вознагражден. В японской фирме такое невозможно, там царит коллективная ответственность за результаты любого дела. Поэтому в Японии никогда не выделяют кого-либо из общей массы.

Какие ценности имеют для людей важное значение и обладают большим влиянием, а какие не принимаются во внимание - зависит от культуры. Их структура и значимость определяют своеобразие и особенности культуры. Большая часть особенностей собственной культуры, как правило, не осознается и воспринимается как само собой разумеющееся. Осознание ценностей своей культуры наступает лишь при встрече с представителями других культур, когда происходит взаимодействие разных культур, и обнаруживаются различия в их ценностных ориентациях. Именно в этих случаях возникают ситуации непонимания, растерянности, бессилия и раздражения, вызывающие чувство обиды, злости, отчуждения, оскорбления.

Жизнь человека в обществе себе подобных всегда подчинена определенным правилам, которые составляют существенную часть его образа жизни. В соответствии с этими правилами любая культура имеет собственное представление о «плохом» и «хорошем» поведении. В

каждой культуре формируется система долженствований и запретов, которые предписывают, как обязан человек поступать в той или иной ситуации, или указывают ни в коем случае чего-то не делать. Все это означает, что общение между людьми облечено в различные формы, подчинено тем или иным условиям и законам. Различные способы человеческого общения также диктуются культурными нормами, которые предписывают, как должны общаться или обращаться друг к другу младшие и старшие по возрасту или чину, мужчины и женщины, законопослушные граждане и преступники, туземцы и иностранцы и т.д. При этом зачастую официальные законы играют меньшую общественную роль, чем правила и запреты, сложившиеся в значительной мере стихийно.

Практически с самого начала культурной деятельности человека возникает потребность в регулировании его поведения и общения с другими людьми. Необходимость этого вызвана тем, что материальные продукты культуры, которые создаются людьми, лишь показывают границы их возможностей, но они не определяют, как должны действовать люди в различных отношениях между собой. Поэтому вместе с созданием ценностей культуры стали одновременно формироваться также требования к поведению человека, которые регулировали как распределение этих ценностей, так и разнообразные отношения между людьми. Первоначально они представляли собой правила, регулирующие человеческое поведение, позднее в науке они получили название норм. Изначально нормы служили указателями на то, где, как, когда и что должны были делать люди в повседневной жизни. Различные нормы имели разную степень влияния и значения в поведении людей, и те из них, которые приобретали наибольшее влияние, становились общепринятыми.

На протяжении всей истории человечества различными культурами было создано огромное количество самых разнообразных норм поведения и общения. В зависимости от способа, характера, цели, сферы применения, границ распространения, строгости исполнения все многообразие поведенческих норм было разделено на следующие виды: традиции, обычаи, обряды, законы, нравы.

Одним из первых регуляторов человеческого поведения стали нравы, которые были предназначены регулировать повседневное поведение людей, способы реализации ценностей, оценивать различные формы их отношений и т.д. Из всех культурных норм нравы являются наиболее подвижными и динамичными, поскольку призваны регулировать текущие события и поступки. **Нравы** - это моральные оценки допустимости тех или иных форм как собственного поведения, так и поведения других людей. Под действие этого вида культурных норм попадают такие формы поведения, которые бытуют в данном обществе и могут быть подвергнуты нравственной оценке. В силу такого своего характера нравы не предполагают немедленного их практического исполнения, а ответственность за их нарушение в целом значительно меньше, чем во всех других нормах. Эта ответственность носит относительный характер, поскольку наказание за нарушение нравов может быть разным - от неодобрительных взглядов до смертной казни, но наиболее распространенным наказанием в этом случае является устное порицание. Например, если вы громко чавкаете во время обеда в обществе, то, возможно, в вашу сторону будут направлены лишь неодобрительные взгляды людей, которые вас слышат. Но в некоторых культурах, наоборот, считается нормой «потягивать» свой суп, и эта манера не вызывает никаких реакций окружающих.

Среди других видов культурных норм наиболее распространенными и влиятельными являются обычаи - общепринятые образцы действий, предписывающие правила поведения для представителей одной культуры. Влияние обычаев, главным образом, распространяется на область частной жизни людей. По своему назначению они призваны регулировать взаимоотношения и коммуникации внешнего характера, то есть отношения с близкими и дальними родственниками, со знакомыми и соседями, публичное поведение человека за пределами собственного дома, бытовой этикет со знакомыми и незнакомыми людьми и др.

Регулятивная роль обычаев заключается в том, что они предписывают строго установленное поведение в определенных ситуациях. Обычаи возникли в незапамятные

времена как традиционные формы поведения, благодаря которым обеспечивалась культурная стабильность. В такой их роли было заинтересовано все общество, и оно стремилось их сохранять и культивировать. Поэтому многие обычаи оставались на протяжении веков неизменными.

В каждой культуре формируется своя **система обычаев**, распространяющаяся на все стороны повседневных отношений. Тот или иной обычай всегда связан с соответствующей специфической ситуацией. Поэтому характер и основные черты обычаев соответствуют образу жизни общества и его социально-сословной структуре. По этой причине одинаковые, на первый взгляд, обычаи в разных культурах приобретают совершенно разное содержание. Примерами здесь могут служить различия в разных культурах по отношению к свадебным обрядам и половым контактам.

Становление различных регуляторов поведения человека шло одновременно с развитием и усложнением его взаимоотношений с окружающим миром. По мере накопления культурного и социального опыта стали возникать устойчивые формы поведения, которые предписывали наиболее рациональные действия при взаимоотношениях различных групп людей в соответствующих ситуациях. Имеющие рациональный характер и многократно проверенные на практике, они стали передаваться от поколения к поколению, что придало им традиционный характер и породило новый вид культурных **норм - традицию**. Первоначально это слово обозначало «предание», подчеркивавшее наследственный характер соответствующих культурных явлений. В настоящее время назначение традиций сводится к регуляции межличностных и межгрупповых отношений, а также передаче социального опыта от поколения к поколению. Фактически традиция - это своего рода устные «культурные тексты», аккумулирующие в себе совокупность образцов социального поведения, сложившиеся формы социальной организации, регуляции и коммуникации.

Традиции имеют место в самых разных областях человеческой жизни. Взятые вместе, они представляют собой устойчивую систему поведения человека в самых разных сферах жизни и в разных ситуациях, выполняя при этом свою особую роль. Основной особенностью традиций является акцент на использование таких образцов и моделей поведения, следование которым служит необходимым условием общественной жизни каждого человека. Этот вид социальной регламентации исключает элемент мотивации поведения: нормы, составляющие традицию, должны выполняться автоматически. Представители данной культуры в этом случае должны твердо следовать установившейся модели поведения, основываясь только на интуитивном убеждении, что «так поступали наши предки», «так принято» и т.п.

Автоматическое следование традиции на практике представляет собой простое соблюдение привычных норм и требований к поведению представителей какой-либо культуры. Возьмем для примера процедуру совершения покупок. В европейских странах при покупке товара отношения продавца и покупателя определяются устойчивыми ценами. В редких случаях здесь уместен торг, но он скорее исключение, а не правило. В то же время именно торг является необходимым атрибутом процедуры покупки в арабских странах. Там торговля является одновременно процессом общения между участниками и поэтому превращается в увлекательную и эмоциональную форму коммуникации. Другим примером может служить традиция приглашения на обед друзей и знакомых, которая существует во многих странах Европы и Азии. Однако в Азии сразу после обеда принято попрощаться и уходить. Если кто-то поступает не так, то это значит, что он еще хочет есть. И, напротив, если так поступить в Европе или Северной Америке, то это будет расценено как невоспитанность и неуважение. Такое поведение будет означать, что вы пришли в гости только пообедать.

Разновидностью традиции является обряд, который представляет собой массовое выражение религиозной или бытовой традиции. Его главной отличительной чертой является не избирательность, а массовость, поэтому влияние обрядов не ограничивается какой-то социальной группой, оно относится ко всем носителям данной культуры. Как правило, обряды сопровождают важные моменты человеческой жизни, связанные с рождением, свадьбой,

вступлением в новую сферу деятельности, переходом в другую возрастную группу, смертью. Однако наиболее известными и распространенными являются религиозные обряды, особенно связанные с использованием пищи. Достоверно известно, что во многих древних религиях жертвоприношения совершались предметами пищи, а в христианстве обряд причащения совершается хлебом и вином. Это неслучайно. Поскольку еда является первоосновой физического существования человека, то практически в любой культуре она обретает мистическое и символическое значение. На самых ранних стадиях развития культуры процесс потребления пищи значил для человека не только утоление голода, но и приобщение к окружающему миру: так, сила съеденного животного как бы переходила к съевшему его человеку, а злаки и ягоды давали символическое приобщение к силам земли. Подобного рода символические значения и лежат в основе многих религиозных традиций жертвоприношения и таинств.

Наряду с традициями и обычаями неотъемлемой частью культуры любого народа является право, которое представляет собой систему обязательных правил поведения, санкционированных государством и выраженных в определенных нормах. Прообразом права были запреты (табу) в поведении человека. Право представляет собой совместный договор людей о правилах поведения. Эти правила являются общеобязательными для всех, а их исполнение контролируется государством. Действие права распространяется на все сферы общественной жизни: они определяют производство и распределение продуктов между людьми, регулируют отношения между ними, регламентируют контакты и связи между народами.

Своим строго нормативным характером право отличается от обычаев, которые представляют собой распространенную практику поведения, типичные действия, то, что происходит по обыкновению. Но, несмотря на характерные различия, право и обычай связаны между собой. Например, по китайскому закону муж имел право в случае смерти жены на повторный брак. Это право фиксировало обычай и поощряло такую практику поведения как нечто обычное и распространенное. Напротив, повторный брак вдовы осуждался конфуцианскими нормами. Считалось, что повторным браком жена лишает душу покойного мужа спокойствия в загробном мире. Но эта норма не стала обычаем, практикой поведения, и повторные браки вдов случались довольно часто.

Сравнительный анализ норм права в разных культурах показывает, что они весьма существенно отличаются у разных народов. В основе этих отличий лежит, как правило, различное понимание справедливости.

Наконец, вероятно, наиболее важным и значимым регулятором поведения отдельного человека и отношений между людьми является мораль, которая призвана регулировать обыденные отношения людей, их ценностные ориентации, интерпретации различных явлений культуры, правила человеческого поведения и т.п. Необходимость морали как регулятора поведения обусловлена тем, что каждый человек так или иначе ведет себя, совершает какие-либо поступки, действия по отношению к окружающему миру и, прежде всего по отношению к другим людям. При этом в его поведении проявляются особенности характера, темперамента, взгляды, вкусы, привычки, эмоции, чувства и т.д. Сопоставляя поведение какого-либо человека с определенными культурными ценностями общества, принято говорить о поведении нормальном либо отклоняющемся. Нормальным считается поведение, соответствующее нормам, которые выработало и которых придерживается данное общество. Оно включает определенные манеры, общепринятые способы общения, обращение с окружающими, которые могут быть подвергнуты нравственной оценке. Так, например, во многих культурах считается недопустимым ходить по улицам нагим, оскорблять старших, бить женщин, обижать слабых, издеваться над инвалидами и т.п.

Таким образом, различные виды культурных норм пронизывают практически все сферы человеческой жизнедеятельности. Их спектр довольно широк — от простых запретов до сложной системы социальных институтов. В процессе развития культуры некоторые из них

сами приобрели статус культурных ценностей, а обязательность их исполнения в общественном сознании современного общества воспринимается не только как простая повинность, но и как осознанная необходимость, внутреннее убеждение человека. **Нормативные регуляторы культурных норм** могут быть как разрешительными, так и запретительными. Однако с их помощью регулируются, координируются действия отдельных личностей и человеческих групп, вырабатываются оптимальные пути решения конфликтных ситуаций, предлагаются рекомендации для решения разнообразных жизненных вопросов.

Тема 10. Понятие межкультурной коммуникации. Объект, предмет и методы исследования, междисциплинарные связи

Как академическая дисциплина **межкультурная коммуникация** использует, прежде всего, достижения культурной антропологии и исследований коммуникативных процессов в обществе. Наиболее существенный вклад в изучение коммуникации вносят когнитивная и социальная психология, социология, когнитивная лингвистика и типология языков. Подобное разнообразие методов неудивительно, когда речь идет о такой многоаспектной, непрерывной и бесконечной, неизменно присущей человеку деятельности, как коммуникация.

Коммуникация может характеризоваться по тому, какой тип коммуникативной компетенции конвенционально задействован в коммуникативном событии. Для социальной коммуникации это схемы и сценарии поведения в соответствующих обыденных ситуациях; для профессиональной коммуникации это сфера знаний, связанных с профессиональной деятельностью на рабочем месте. В отличие от указанных видов коммуникации, межличностная коммуникация опирается на индивидуальный опыт и возможна только при определенной степени его общности у участников общения. Исходя из этого, можно говорить и о разных функциональных сферах межкультурной коммуникации: межличностная, социальная, публичная, межгрупповая, профессиональная, массовая коммуникация и коммуникация внутри малых групп.

Изучение межкультурной коммуникации предполагает знакомство со следующими явлениями и понятиями:

- принципы коммуникации;
- основные функции культуры;
- влияние культуры на восприятие и коммуникацию в ее различных сферах и видах;
- параметры для описания влияния культуры на человеческую деятельность.

Важно отметить принципиальную прикладную ориентированность многих исследований: их результаты предназначены для непосредственного использования в сферах деятельности и профессиях, которые осуществляют себя посредством коммуникации (в таких случаях ее – общественно-политическая деятельность, управление, консультирование (в том числе медицинское), социальная работа, журналистика и др. Операционные параметры для описания влияния культуры на человеческую деятельность и развитие общества были сформулированы в работах антропологов Ф. Клухона и Ф. Шродбека, лингвиста и антрополога Э. Холла, социолога и психолога Г. Хофстеде.

Ясно, что при обсуждении межкультурных коммуникативных различий с необходимостью приходится прибегать к высокой степени обобщения, поскольку индивидуальные особенности конкретного говорящего или конкретной коммуникативной ситуации могут не укладываться в культурный стереотип. Это отражается на методах исследования, в которых для получения достоверных результатов необходимы опора на большой корпус данных и аккуратный статистический анализ. Утверждения приходится формулировать в терминах «стандартного» случая или «тенденций».

Клухон и Шродбек обратили внимание на культурные различия в системах ценностей, которые в целом составляют картину мира данной культуры. В эту картину входят такие

фундаментальные вещи, как отношение к времени, к деятельности, к природе, представления о ценности межличностных отношений.

Эдвард Холл в своих книгах описал разные параметры культурно обусловленных коммуникативных различий. Так, в частности, им было введено различие высоко- и низкоконтекстных культур, проявляющееся в количестве информации, эксплицитно выражаемой в сообщении. Пример высоко контекстного сообщения – реплика в беседе между двумя близкими людьми: «Как ты можешь так об этом говорить». Пример низкоконтекстного – хорошая инструкция о том, как найти предмет, который вы никогда не видели, в месте, где вы никогда не были. Исходя из того, что культуры могут характеризоваться тенденциями к более высоко или низко контекстным сообщениям, можно использовать это как параметр для их сравнения. В стандартном высказывании в рамках **низкоконтекстной культуры** (швейцарской, немецкой, североамериканской) информация, которая требуется для правильной интерпретации данного сообщения, содержится в максимально вербализованном виде. Высказывания же в **высококонтекстных культурах** (Китай, Япония) часто не могут быть поняты на основе содержащихся в них собственно языковых знаков. Для их правильной интерпретации требуется знание контекста, причем не узкого, ситуативного, но весьма широкого, культурологического. Поэтому на уровне обыденного европейского сознания японскую беседу часто описывают как игру недомолвок. А японцам, в свою очередь, нередко кажется, что европейцы слишком прямые и нетактичны. Различия между высококонтекстной и низкоконтекстной коммуникацией проявляются, в частности, на уровне так называемых дискурсивных макроструктур. Они используются при описании коммуникативных стилей в различных сценариях.

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 национальные 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.

Соревновательность. 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. Высокосоревновательные культуры отчетливо противопоставляют традиционные мужские и женские социальные роли. Успех – в том числе и для женщин – ассоциируется с проявлением «мужских» качеств. К высоко соревновательным культурам в равной степени относятся противопоставленные во многих других отношениях США и Япония. К низкосоревновательным – скандинавские страны. В работах Хофстеде 1980-х годов этот параметр имел другое более тяжеловесное название «маскулинность» (masculinity/femininity dimension). Позднее во многих работах проявления этого параметра стали называться ориентацией общества на соревнование.

Основные направления исследований. В исследованиях межкультурной коммуникации можно выделить психологические, социологические и лингвистические направления. Это деление зависит как от объекта исследования, так и от применяемых методик.

Социологи, работающие в области межкультурной коммуникации, используют традиционные для этой науки методы анкетирования определенным образом выбранных групп респондентов. Их анкеты направлены на выявление ценностных установок и стереотипов, проявляющихся в поведении людей. В основном рассматривается поведение на рабочем месте, в деловом взаимодействии и бизнесе. Это связано с тем, что социологические исследования находят свое практическое применение, в первую очередь, в современных транснациональных корпорациях. На основе полученных социологами обобщений о характерных и предпочтительных для той или иной культурной группы типах поведения формулируются соответствующие практические рекомендации, которые реализуются в виде специальных межкультурных тренингов. Типичными объектными зонами анкетирования являются следующие: обмен информацией, взаимодействие с коллегами, принятие решений, поведение в конфликтных ситуациях, отношение к лидеру, связь между работой и частной жизнью, отношение к инновациям. Ясно, что большая часть исследуемых культурно обусловленных поведенческих стереотипов может быть возведена к культурным параметрам, введенным Хофстеде. Поэтому часто подобные работы носят характер проверки того, как эти параметры действуют в некоторой конкретной среде: изучаются изменения относительно данного периода времени, возраста исследуемой группы, чаще – двух или более совместно работающих культурных групп.

Более общие социологические проблемы связаны с социальной адаптацией мигрантов, сохранения или потери традиционных культур у национальных меньшинств и т.п.

Психологов в области межкультурной коммуникации интересуют, в первую очередь, влияние культурных различий на процессы интерпретации и категоризации, а также природа соответствующих поведенческих стереотипов. Начиная с 1970-х годов важные понятия тревожности, неопределенности, потенциального объема категорий, особенностей межгрупповой категоризации и многие другие изучались методами социальной психологии.

Когда речь идет о коммуникации, особенно межкультурной, провести границу между социологическими и психологическими исследованиями, проводимыми в области социальной психологии, бывает очень трудно. И те, и другие имеют дело с возникающими в процессе коммуникации или передающимися посредством нее сложными категориями – ценностями, мотивами, установками, стереотипами и предрассудками. Задача как тех, так и других – обозначить наблюдаемый феномен (возможно, связав его с другими) и показать отличия от подобных реакций и установок в ситуации внутригруппового, а не межкультурного взаимодействия.

И только **лингвистов** в первую очередь интересует, как именно это происходит. Что в языковом сообщении сигнализирует о наличии межкультурного взаимодействия? Что именно характеризует сообщения, которыми обмениваются представители разных культур? В каких коммуникативных контекстах это проявляется? Как именно происходит непонимание, неполное понимание, какие языковые особенности и механизмы позволяют или не позволяют компенсировать не(до)понимание?

Ближе всего к психологии из разрабатываемых лингвистических тем находится изучение различных **коммуникативных стилей** в их использовании внутри и за пределами своей группы. Психологическое понятие аккомодации применяется к таким параметрам коммуникации, как темп речи, выбор соответствующей лексики (при разговоре с иностранцем, с ребенком и т.п.), упрощенная или усложненная грамматическая структура. Аккомодация может быть позитивной (подстраивание под собеседника) или негативной (использование максимально отличного от собеседника стиля). Направленность аккомодации при общении представителей разных групп зависит (если говорить о вкладе культурного компонента) от того, как одна группа относится к другой. Структура отношений включает в себя шкалы «плохо-хорошо», «снизу-сверху», «близко-далеко». Особо рассматриваются такие противопоставления, как функции собственно речи и молчания как отсутствия речи. Так, в европейских культурах молчание в ситуации общения с малознакомыми или даже незнакомыми людьми не поощряется и считается невежливым. Отсюда изобретение специальных тем «о погоде» для ситуаций так называемого фатического общения, направленного на поддержание определенного уровня социальных отношений, выражения типа «повисло неловкое молчание». В атапаскской культуре индейцев Северной Америки, наоборот, разговор с малознакомым человеком считается опасным и не поощряется. С незнакомцами молчат, пока не узнают их как следует. Разговор не является способом познакомиться поближе, как это принято считать в европейских культурах.

Второе важное направление лингвистических исследований связано с бурным развитием в последние десятилетия изучения дискурса как некоторого интегрального процесса, центрального для коммуникативной деятельности. Сложность и многогранность такого явления, как дискурс, и попытки выделить основные факторы, влияющие на его формы, довольно быстро привели к развитию ряда направлений, изучающих несобственно языковые (помимо грамматики и лексики) факторы существования дискурса. В рамках прагматических факторов дискурса выявились факторы культурного характера. Дискурс на одну и ту же – даже весьма жестко заданную (например, деловое письмо, выражение соболезнования, речь на собрании, извинение по поводу опоздания и т.д., не говоря уже о традиционных жанрах типа сказок или ритуальных формул) – тему сильно отличается в терминах собственно дискурсивных правил (используемых макро- и микроструктур) в зависимости от культуры той группы, в рамках которой этот дискурс сформирован. Так, в Юго-Восточной Азии текст делового письма строится индуктивно: сначала причины, обстоятельства и лишь в конце собственно требования или деловые предложения. Представителям европейской и североамериканской традиции этот стиль кажется «мутным» и не деловым. С их точки зрения, такое письмо должно начинаться с формулирования основного требования или предложения с последующим его обоснованием и детализацией.

Кросс-культурные исследования дискурса в целом могут иметь своей целью выявление культурно обусловленной картины мира, стоящей за рассказами о происшествии или о наиболее запомнившемся событии. Так, в книге Ливии Поланьи «Рассказ по – американски» выстраивается архетип современного американского сознания – набор некоторых неформулируемых утверждений, являющихся незыблемыми презумпциями, на которые опираются и рассказчик, и слушающий.

Плодотворный подход к исследованию дискурса в целях межкультурного сопоставления реализуется в работах Рона и Сюзан Сколлон, в частности в книге Межкультурная коммуникация: дискурсивный подход, исследующих жанр профессиональной коммуникации и пытающихся дедуктивно исчислить по разным дискурсивным параметрам основные культурные противопоставления.

Другим вариантом исследований по прагматическим аспектам дискурса стала так называемая **кросс-культурная прагматика**, занимающаяся сопоставительным анализом отдельных принципов, характеризующих коммуникативную деятельность, и соответствующих культурных сценариев. Среди наиболее важных и при этом противоречивых в культурном

отношении прагматических принципов необходимо отметить «Принцип вежливости» П. Браун и С. Левинсона и многочисленные работы, посвященные речевым актам, так или иначе построенным на этом принципе, – запретам, извинениям. Кросс-культурные различия проявляются, в частности, в том, какой тип вежливости – основанный на солидарности или на поддержании дистанции – характерен для данной культуры. Так, русские могут казаться немцам невежливыми, потому что принцип солидарности с коммуникативным партнером подталкивает их к тому, чтобы высказать свое мнение и дать совет в тех случаях, когда немецкая коммуникативная культура, уважающая принцип автономности и дистанции, рассматривает это как навязчивость.

Иной подход реализован в исследованиях по кросс-культурной прагматике А. Вежбицкой и ее последователей. Сравнивая слова, конструкции, тексты, являющиеся в различных языках как будто бы точными соответствиями, А. Вежбицкая, используя разработанный ею метаязык семантических примитивов, показывает, что прямые переводные эквиваленты могут скрывать существенные культурно обусловленные различия. Когда мы говорим, например, о дружбе, свободе, гневе, мы невольно приписываем этим понятиям культурно обусловленные смыслы, присущие соответствующим словам данного языка. Тем самым мы придаем им несуществующую универсальность и совершаем серьезную культурную ошибку. Английское понятие friend не включает в себя тех смысловых компонентов, которые присущи русскому понятию «друг» (напр., возможность поделиться некоторой не предназначенной для других информацией или получить/предоставить помощь, не считаясь с затратами). Аналогично дело обстоит не только со значениями слов, но и при использовании культурных сценариев, также не универсальных в отношении той роли, которую они играют в коммуникативной деятельности конкретной культуры.

От традиционных, собственно лингвистических сопоставительных исследований категорий вежливости, форм референции и обращения, анализа речевых актов кросс-культурная прагматика отличается функциональной направленностью. Интерес представляют те области, где языковая структура конкретного языка не навязывает жестких запретов на употребление той или иной формы, где возможна вариативность, выбор той или иной стратегии. И то, какая стратегия будет выбрана, в какой именно культурный сценарий воплощается данный дискурс (данное выражение), зависит от культурных особенностей соответствующей коммуникативной общности. По-немецки, запрет на курение звучит Rauchen verboten (приблизительно «Курить запрещается»). По-английски – No smoking (приблиз. «Здесь не курят»). Прямой перевод немецкого выражения на английский (Smoking forbidden) может быть употреблен только, когда курение связано с угрозой жизни, так как только в этом случае англоязычные (британская, американская) культуры допускают возможность, что некое лицо или инстанция могут диктовать человеку, как ему себя вести. В нормальной ситуации лишь сообщается, как здесь себя ведут.

Кросс-культурные лингвистические исследования нередко принимают форму сопоставительного анализа «языков» двух культурно противопоставленных групп, пользующихся вроде бы одним общим языковым кодом. Самый яркий пример такого рода – это работы Деборы Таннен об особенностях коммуникативного поведения мужчин и женщин. Самые простые высказывания представителей этих двух групп, сделанные на одном и том же английском, языке, понимаются ими неодинаково в рамках разных сценариев. Так, когда «стандартная» женщина жалуется «стандартному» мужчине на какую-то проблему, они оказываются вовлеченными в совершенно разные коммуникативные акты: женщина хочет, чтобы ей посочувствовали, а мужчина считает, что от него ждут практического совета. Самая известная книга Таннен так и называется – Ты просто не понимаешь.

В России исследования по межкультурной коммуникации считались до недавнего времени частью социолингвистики. В рамках этой дисциплины можно выделить, *во-первых*, сопоставительные исследования использования одного языка в качестве лингва франка нескольких этнических или культурных групп и, *во-вторых*, функциональные ограничения, с

которыми сталкивается язык одной (обычно меньшей) этнической группы в ситуации межкультурного общения. Кроме того, проблематика межкультурной коммуникации в той или иной степени рассматривалась в рамках преподавания русского языка как иностранного, а также страноведения.

Прикладной аспект межкультурной коммуникации. С самого начала межкультурная коммуникация имела ярко выраженную прикладную ориентацию. Это не только наука, но и набор навыков, которыми можно и нужно владеть. В первую очередь эти навыки необходимы тем, чья профессиональная деятельность связана с взаимодействием между культурами, когда ошибки и коммуникативные неудачи приводят к другим провалам – в переговорах, к неэффективной работе коллектива, к социальной напряженности.

Центральным понятием в сфере прикладной межкультурной коммуникации является межкультурная восприимчивость (*intercultural sensitivity*). Ее повышение в условиях множасьих различий, неопределенности, неоднозначности и перемен, характеризующих современное общество, становится важной составляющей профессиональной пригодности специалиста. Этой цели служит большое количество учебно - просветительской литературы и межкультурные тренинги.

Различного рода справочники, руководства, пособия по тому, как лучше торговать (обучать, договариваться, работать и т.д.) с японцами, французами, русскими и т.п., дают конкретные знания об особенностях той или иной культуры в области профессиональной, социальной и отчасти межличностной коммуникации. Они могут быть ориентированы на две или более сравниваемые культуры. Содержащаяся в них информация расширяет знания относительно другой культуры, но не приводит непосредственно к повышению межкультурной восприимчивости. Эту роль выполняют кросс - культурные тренинги, основанные на идее о том, что недостаточно просто сообщить участникам определенное количество новой информации о другой культуре. Эти знания должны быть освоены таким образом, чтобы изменить некоторые коммуникативные и культурные презумпции и повлиять тем самым на поведение людей в ситуациях межкультурного общения. Повышение межкультурной восприимчивости происходит в несколько этапов.

Сначала участники должны осознать, что проблемы действительно существуют. Это не столь очевидно, так как ни принципы коммуникации, ни культурные стереотипы не являются в большинстве случаев осознаваемыми. На этом этапе широко применяются ролевые игры. Одна из наиболее известных игр такого рода состоит в том, что участники, не имея права разговаривать, играют в простую карточную игру; при этом они думают, что все играют по одинаковым правилам, в то время как на самом деле данные им правила несколько отличаются друг от друга. Чувства растерянности, недоумения, гнева и бессилия, возникающие в результате, являются хорошей аналогией эмоциональных последствий кросс-культурного непонимания.

Затем участники получают необходимую информацию об особенностях межкультурной коммуникации вообще и для данных культур в частности. На этом этапе активно используются конкретные критические случаи в виде проблемных ситуаций, подлежащих разрешению. Это помогает выработать мотивации для разрешения межкультурных коммуникативных конфликтов. Последующие упражнения направлены на закрепление полученных знаний в виде поведенческих коммуникативных навыков.

Такого рода тренинги и разработки соответствующих необходимых для них материалов, критических ситуаций и ролевых игр стали важной составляющей деятельности многих специалистов по управлению в крупных корпорациях и независимых институтах.

Тема 11. Стереотипы в межкультурной коммуникации

Особенности **национального и этнического сознания** представителей разных культур потенциально могут выступать барьерами межкультурных взаимодействий. Особый интерес в этом контексте представляют следующие аспекты сознания:

- наблюдаемая тенденция к этноцентризму - склонность негативно оценивать представителей другой культуры сквозь призму стандартов собственной;
- стереотипизация этнического сознания, проявляющаяся в формировании упрощенных образов представителей своей и других культур;
- предрассудки как результат селективных (избранных) включений в процесс межкультурных контактов, в том числе чувственного восприятия, негативного прошлого опыта и т.п.

Эти явления особенно важны как потенциальные барьеры межкультурных взаимодействий на первых стадиях интеракции в ситуации неполной информации о личности партнеров. Асимметрия оценок себя и другого, раздвоенность сознания выступает компенсаторным механизмом культуры, не способной к позитивному взаимодействию с другими.

Наблюдаемый этап развития межкультурной коммуникации обуславливает серьезное влияние стереотипизации, ее роль как потенциального барьера взаимодействий. Так что же такое стереотип?

Стереотип – это жесткое, часто упрощенное представление о конкретной группе или категории людей. Поскольку мы вообще склонны к упрощениям, то формируем стереотипы для большей предсказуемости поведения других людей. Эти стереотипы часто имеют негативную природу и основаны на предрассудках и дискриминации. Стереотипы не обязательно являются ложными; обычно они содержат некое зерно истины. Их разделяет значительное количество людей, что в целом способствует их укоренению. Стереотипы могут меняться со временем, но их носителям часто бывает трудно избавиться от усвоенных представлений.

Типы межкультурной коммуникации. Передача информации возможна с помощью знаков, знаковых систем. В коммуникативном процессе обычно выделяют вербальную и невербальную коммуникацию.

Вербальная коммуникация общения осуществляется посредством речи. Под речью понимается естественный звуковой язык, то есть система фонетических знаков, включающих два принципа – лексический и синтаксический. Речь является универсальным средством коммуникации, так как при передаче информации с ее помощью передается смысл сообщения. Благодаря речи осуществляется кодирование и декодирование информации.

Невербальная коммуникация. Визуальные виды общения – это жесты (кинесика), мимика, позы (пантомимика), кожные реакции (покраснение, побледнение, потоотделение), пространственно-временная организация общения (проксемика), контакт глазами.

Акустическая система, включающая в себя следующие аспекты: паралингвистическую систему (тембр голоса, диапазон, тональность) и экстралингвистическую систему (это включение в речь пауз и других средств, таких как покашливание, смех, плач и др.).

Тактильная система (такесика) (прикосновения, пожатие руки, объятия, поцелуй).

Ольфакторная система (приятные и неприятные запахи окружающей среды; искусственные и естественные запахи человека).

Цели общения отражают потребности совместной деятельности людей. Деловое общение почти всегда предполагает некоторый результат – изменение поведения и деятельности других людей. Общение выступает как межличностное взаимодействие, то есть связи и влияние, которые складываются в результате совместной деятельности людей.

Выделяют следующие виды взаимодействия:

- групповая интеграция (совместная трудовая деятельность, кооперация),
- конкуренция (соперничество),

- конфликт.

Для того чтобы общение было эффективным, диалогическим, необходимо соблюдать следующие условия:

- равенство психологических позиций социальных субъектов независимо от их социального статуса;
- равенство в признании активной коммуникативной роли друг друга;
- равенство в психологической взаимоподдержке.

Спецификой взаимодействия является то, что каждый его участник сохраняет свою автономию и может обеспечивать саморегуляцию своих коммуникативных действий.

Р. Бейлз объединил наблюдаемые образцы взаимодействия в четыре глобальных категории, которые фиксируют форму взаимодействия:

Таблица 2.

Области взаимодействия и основные поведенческие проявления

| Области взаимодействия | Основные поведенческие проявления |
|-------------------------------|--|
| Позитивные эмоции | Выражение солидарности Снятие напряжения Выражение согласия |
| Решение проблем | Предложения, указания Выражение мнений Выдача ориентаций |
| Постановка проблем | Просьбы об информации Просьбы высказать мнение Просьбы об указаниях |
| Негативные эмоции | Выражение несогласия Создание напряженности Демонстрация антагонизма |

Невербальное поведение выполняет важные функции в процессе межкультурной коммуникации, однако используемые символы могут иметь различное значение для участников взаимодействия. Их несовпадение может оказывать влияние на эффективность интеракции.

Языковая личность в межкультурной коммуникации. Оценивая характеристики личности и их влияние на процессы коммуникации, основными являются формально - личностные признаки, а именно пол, возраст, семейное положение. Есть свои правила в женском, мужском, детском социумах. Помимо этих характеристик существенное влияние на коммуникацию оказывают индивидуальные психологические черты характера

1. Общительность – выражается в потребности человека контактировать с др людьми. О. определяется типом темперамента

2. Контактность – способность вступать в психологический контакт и формировать доверительные основанные на взаимном согласии отношения

3. Коммуникативная совместимость – готовность и умение создать непринужденную атмосферу взаимной удовлетворенности друг другом

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

5. Самоконтроль – самонаблюдение и самоанализ в ситуации общения, которые проводятся с целью достижения социальной адекватности

6. Самосознание личности – устойчивое свойство индивида направлять внимание на свои собственные внутренние или внешние действия и поступки. Самосознание имеет три аспекта:

- личное самосознание – внешнее к себе и к своим мыслям;
- публичное самосознание – знание о себе как о субъекте восприятия другими людьми;

- социальная тревожность – дискомфорт в присутствии других людей.

В разных культурах эти три аспекта имеют разные приоритеты.

7. Коммуникативное понимание – типичная для каждой личности ориентация на определенный способ общения. Коммуникативное понимание тем выше, чем больше человек склонен к одиночеству, находится в социальной изоляции. Иными словами, люди замкнутые, консервативные, склонные к изоляции чувствуют человека вернее и точнее, чем социально успешные люди.

Билингвальное образование как часть межкультурной коммуникации.

Билингвальное обучение позволяет осуществить глубокое проникновение в культуру другого народа, расширяет возможности активного использования иностранного языка, что является предпосылкой успешной адаптации выпускников к условиям общеевропейского рынка.

Актуальность обучения на билингвальной основе как базового компонента углубленного языкового образования определяется, прежде всего, всеобщей мировой тенденцией к интеграции в экономической, культурной и политической сферах, что в образовательной сфере обуславливает тенденцию к интеграции предметного знания, направленности на познание целостной картины мира. С учетом этих тенденций обучение на билингвальной основе обеспечивает учащимся широкий доступ к информации в различных предметных областях, получение новой информации в соответствии с индивидуальными потребностями, возможности непрерывного образования, что в свою очередь создает дополнительные шансы конкурировать на общеевропейском и мировом рынке специалистов.

Наряду с этим, обучение на билингвальной основе способствует совершенствованию общей языковой подготовки и владения иностранным языком в специальных предметных целях, углублению предметной подготовки и расширению сферы межкультурного обучения, а также повышению мотивации в изучении иностранному языку. Под терминами двуязычие или билингвизм обычно понимается владение и применение более чем одного языка, причем степень владения тем или иным языком может быть весьма различной. Высшая степень двуязычия возникает тогда, когда говорящий признает родным второй язык. Но идеальные двуязычные билингвы, существование которых казалось когда-то возможным П. Блумфильду, на самом деле почти не встречаются. Индивидуальный билингвизм скорее является феноменом, который проявляется, прежде всего, там, где существуют языковые меньшинства. Неодинаково часто всего и функциональное распределение языков в той или иной сферах. Фактически билингвы используют каждый из языков, которыми владеют в различных социальных контекстах и не в состоянии использовать каждый из известных им языков во всех контекстах в равной степени.

Когда-то У. Вайнрайх выдвинул также ставшую знаменитой идею о том, что билингвизм может быть составным, когда системы двух языков образуют нечто общее; координативным, когда системы двух языков существуют относительно независимо; субординативным, когда система второго языка постигается сквозь призму первого, который собственно и интересует методистов. Стоит также различать двуязычие, которое называют контактной или «естественной двуязычностью», приобретенное в языковой среде в условиях совместной повседневной жизни двух народов, например, при длительном проживании за границей, вследствие иммиграции (в более зрелом возрасте, как правило, при посещении языковых курсов), детский билингвизм, когда ребенок уже был рожден в иноязычном пространстве в семье национального меньшинства, в случае интернационального брака родителей.

В последних двух случаях естественный или контактный билингвизм имеет, как правило, стихийный характер, овладение вторым/обоими языками происходит бессистемно и неосознанно и навыки говорения на обоих языках могут формироваться как параллельно, так и последовательно (с опорой на доминирующий язык). Такое естественное двуязычие более устойчиво и постоянно, оно передается из поколения в поколение и является языковой основой для изменения языка при скрещивании языков.

Вопросы для самопроверки знаний по разделу 5:

1. Что такое аксиология?
2. Категория ценности – это...
3. Универсальные или общечеловеческие ценности – это...
4. Нормативные регуляторы культурных норм – это...
5. Приведите примеры низкоконтекстной культуры.
6. Приведите примеры высококонтекстных культурах.
7. В чем смысл понятия «избегание неопределенности»?
8. Что обозначает кросс-культурная прагматика?
9. Как Вы можете пояснить прикладной аспект межкультурной коммуникации?
10. Какие Вам известны типы межкультурной коммуникации?
11. Для того чтобы общение было эффективным, диалогическим, необходимо соблюдать некоторые условия. Какие это условия?
12. Билингвальное образование как часть межкультурной коммуникации заключается в том, что...

Раздел 6. Формальная организация коммуникации: совместная деятельность и деловые интересы

Тема 12. Организационная (корпоративная) культура

Понятие культуры стало примеряться по отношению к организации не более 60 - 70 лет тому назад. Это произошло в результате осмысления исследований специалистов по управлению, психологов, социологов, и представителей других научных дисциплин, выполненных в области социальных отношений в XX столетии. Уже с середины 30-х годов XX века начали распространяться различные теории о **сущности культуры организации**, а в настоящее время интерес к концепции культуры организации еще более вырос, причем во многих областях науки. Причина этого заключается в наличии, по выражению философа А.С. Арсеньева, «конвергенции, сближения или схождения всех учений и представлений» людей об организации.

Интересно, что согласно одной из версий понятие «организационная культура» было введено в 20-е гг. прошлого века выдающимся советским ученым, руководителем Центрального института труда при ВЦСПС СССР А. Гастевым, который высказывался, что «культура производительности человека является предпосылкой его трудовой культуры».

Теоретическое и концептуальное осмысление понятия культуры организации продолжилось с конца 30-х гг. в трудах Ч. Барнарда и Г. Саймона, которые во многом предвосхитили в понятии «организационная мораль» основные черты понятия «организационная культура». Затем группа американских специалистов, работавшая в 1949-1950 годы в Японии на примере целого ряда предприятий доказала высочайшую эффективность философии «менеджмента сотрудничества», концептуальные основы которой были разработаны У. Демингом.

Эмпирическое изучение организационной культуры впервые было проведено на некоторых средних и крупных предприятиях США и Канады в 50-х гг. прошедшего столетия американским ученым М. Далтоном. Он обобщил результаты своих исследований в книге «Человек, который управляет». Практически одновременно с Далтоном, группа английских социологов из Тавистокского института провела исследование организаций как культурных систем. Результаты обоих исследований подтвердили существование внутри организаций особой сущности, влияющей на мотивацию работников.

В конце 1960 годов в США публикуется ряд трудов, например, Д. Хэмптона, Х. Трайса, в которых уделялось внимание разнообразным принятым традициям, обрядам и ритуалам. То есть ученые уже начинают выявлять и оценивать значение внешних признаков культуры.

В начале 80-х годов в ряде исследований У. Оучи, Т. Питерса и Р. Уотермена - мл., Т. Дила и А. Кеннеди на примере крупнейших корпораций США были убедительно продемонстрированы преимущества компаний с сильной идеологией. Все это резко повысило интерес к проблеме организационной культуры.

В это время в мире, согласно исследованию, проведённому институтом Бателле в 1984 году, всё более исключаются такие, прежде общепризнанные ценности, как «дисциплина, послушание, иерархия, достижения, карьера, достаточность, власть, централизация». Им на смену приходят другие – «самоопределение, участие, коллектив, ориентирование на потребности, раскрытие личности, творчество, способность идти на компромиссы, децентрализация».

Так как культура организации является «сложносоставной» дисциплиной, действующей на стыке теории управления, социологии и психологии организаций и ряда других дисциплин, то основоположника нового подхода назвать сложно, но чаще всего им считается выдающийся ученый Т. Парсонс. В описании организации как социальной системы Т. Парсонс указывает, что существует «культурная система, представляющая собой символически организованные

образцы, основанные на способности человека говорить и передавать опыт негенетическим путем». Однако теория Т. Парсонса была достаточно сложна для большинства менеджеров - практиков, поэтому большее распространение получил вышедший в начале 90-х годов труд Э. Шейна «Организационная культура и лидерство».

Первый, поверхностный **уровень организационной культуры** проявляется через артефакты. Под артефактами Шейн понимает конкретные продукт культуры (устные, письменные, предметы). Например, артефактом фирмы может быть устав, значок, территория, газета, фирменная одежда для персонала и т.д. чем больше у компании истории, зафиксированной в артефактах, тем мощнее организационная культура фирмы.

Второй уровень разделен волнистой чертой, как «айсберг». Видны нормы и ценности, которые находятся над волнистой чертой. Это декларируемые нормы и ценности. Однако, в компании очень часто существует «двойная мораль», те правила, о которых нигде не говорят, но все знают, что можно делать, а что - нельзя. Это - латентные, то есть скрытые для стороннего наблюдателя нормы, которых уже не видно снаружи.

Третий, глубинный уровень модели Шейна показывает, что все артефакты и нормы и правила являются лишь надстройкой, которая определяется поведением людей. В американских учебниках под термином «поведение» понимают реальное базовое допущение, которое мы себе разрешаем и принимаем. Под термином «мы» понимают, во - первых, создателя фирмы, а во - вторых, ее персонал (в терминах Шейна). По мнению психологов, поведением человека на 90% руководит его бессознательное, которое находит выражение в базовых верованиях. Они же, в свою очередь отражаются в архетипах. **Архетипы** - это базовые способы поведения, которые определяются национальной культурой.

Можно выделить и другие причины популярности темы организационной культуры на Западе. У Америки появился конкурент в лице страны с культурой противоположной западному типу – Японии. Когда теоретики менеджмента обратили внимание на культуру японских фирм, они увидели в ней то объединяющее начало, которое способно интегрировать интересы самых разных работников, идейно сплавлять менеджеров и рабочих, а в конечном итоге способствовать росту производительности труда и экономической эффективности компании.

Однако проблемы культуры организации рассматривались не только на Западе. В нашей стране проблемам организационной культуры уделялось не меньше внимания. В период с 20-х годов до начала перестройки нашей стране было выпущено множество книг в рамках научной организации труда, посвященных советской формулировке организационной культуры – «культуре производства и труда» и «качеству трудовой жизни». В данных работах подробно изучалось влияние на производительную работу таких факторов, как идеология, психологический климат, воздействие коллектива на личность, роль лидерства и прочее. Недостатками того периода было то, что работы во многом идеологизированы и опирались на вненаучную аргументацию. Многие из работ того времени актуально и поныне именно для отечественных предприятий: Успешные руководители современных российских предприятий вместо слепого копирования западных методик, все чаще обращаются к гигантской базе знаний, накопленных в советские годы.

Современными российскими авторами, активно обсуждающими проблемы организационной культуры, являются А. Пригожина и В. Спивак, которые первыми выпустили отдельную книгу, посвященную культуре организации, где проводится попытка отчасти переложить теорию Э. Шейна применительно к российской действительности.

Интерес российской общественности к феномену организационной культуры можно проследить по росту количества публикаций в прессе с 1991 по 2004 годы. В 2005 году в ведущих периодических изданиях страны было опубликовано около 1400 статей на данную тему, предположительно, что в 2006 году эта цифра удвоилась.

Авторы, характеризующие культуру компании, обычно используют один из двух терминов: **организационная или корпоративная**. Хотя большинство работ, посвященных как организационной, так и корпоративной культуре по смыслу одинаковы, отдельные ученые

вводят разделение этих понятий. Понятия «организационная», «корпоративная» и «предпринимательская» культуры при определенных допущениях синонимичны.

Питтерс и Уотермен считают, что организационная культура - это система разделяемых ценностей, которые проявляются через различные культурные артефакты: истории, мифы и т.д. Это то, как люди работают и взаимодействуют. **Ценности** определяют поведение людей в организации. **Нормы** - это неписанные правила поведения. Главное назначение корпоративной культуры - это сплочение трудового коллектива вокруг общих ценностей и достижение корпоративной миссии.

Наличие общих целей, ценностей и задач создает людскую общность. Изучая высокоэффективные рабочие группы, психолог Абрахам Маслоу выявил, что их отличало общее понимание целей и задач. Он выделил «высокосинергичные» и «низкосинергичные» сообщества.

В результате исследования, проведенного Б. Рубеном, в качестве необходимых способностей для успешной работы в многонациональном окружении были выделены следующие навыки: уважение; терпимость к неопределенности; приверженность принципу «не судите, да не судимы будете»; умение формулировать любое высказывание как личную, а не общепринятую точку зрения; эмпатия; настойчивость.

Идентификация с основными корпоративными ценностями помогает работникам примириться с теми неизбежными жертвами, которые они приносят ради того, чтобы стать членами организации. Они постепенно начинают принимать, а затем и разделять ценности организации. Организация, в свою очередь, старается оправдать эти издержки, создавая свои корпоративные ценности в соответствии с высшими человеческими ценностями, например, декларируя служение обществу в виде улучшения качества своей продукции или услуг.

Подлинная самоподдерживающаяся и саморазвивающаяся система обязана иметь большое число степеней свободы. Это позволяет ей, не теряя фокуса, подстраиваться под внешние и внутренние изменения наиболее адекватным образом. Фокусы развития и поддержания, в рамках корпоративной культуры, задаются такими средствами, как Цель компании, Миссия компании, Девиз компании, Корпоративные стандарты. Культура компании предусматривает ряд факторов, делающих ее функциональной организацией:

- строгие правила поведения (общий язык, терминология, ритуалы, выражающие почтение и манеру поведения).
- нормы (поведенческие стандарты, принятые масштабы работы);
- доминирующие ценности (главные ценности, выдвигаемые организацией – например, качество продукта, низкий уровень прогулов, высокая эффективность);
- философия компании (политика по отношению к сотрудникам и клиентам);
- правила (строгий внутренний распорядок организации);
- климат организации (общее чувство, создаваемое обстановкой, тем как проходит общение работников между собой, с клиентами или посетителями).

Например, стилем компании, может быть, правило о продвижении сотрудников по возрастному принципу, а ее философией – удовлетворение, как потребностей клиентов, так и профессиональных потребностей работников компании.

Ведущие западные теоретики и практики в управлении определяют вид оргкультуры по трем показателям: финансы; производство; психология.

Сильная организационная культура дает следующие эффекты:

- финансовые показатели: рост прибыли,
- производственные показатели: рост продуктивности, инновации продуктов
- психологические показатели: адекватная адаптация к окружающей среде, лояльность персонала, высокая степень удовлетворенности работой, высокая самооценка персонала, отсутствие напряженности между управленцами разных уровней иерархии, отсутствие симптомов стресса у работников

Особое значение в этой культуре имеют такие личностные качества как гибкость, восприимчивость, терпимость, умение работать в команде. Круг проблем межкультурной коммуникации охватывает время, место и целую систему отношений субъекта, включающей отношение к жизни (положительное/отрицательное); к стране (патриотизм/инфобия); к работе (преданность/критицизм); к полу/сексу (феминизм/сексизм); к деньгам (частная собственность/уравнивание всех) и т.д.

Например, отношение ко времени в англоязычной корпоративной культуре – время в этой культуре является своеобразной системой информации. Отношение к жизни в Западной культуре характеризуется оптимизмом, культом успешности деятельности. Элементом западной культуры является также «светская беседа», служащая целям согревания отношений между людьми, особенно при первой встрече, снятию напряжения. Это способ, при помощи которого можно добиться значительных успехов в ходе деловых переговоров.

Жестким правилом в отношении является культурный запрет на критику страны, президента, руководства фирмы и своего непосредственного начальника, особенно перед иностранцами, посторонними людьми. Кстати, в рамках отечественной культуры делового общения критические высказывания в отношении «власть предержащих» не являются чем-то исключительным, а в некоторых случаях даже поощряются.

Можно предложить много примеров отношения к деньгам и образованию. Интересно, что в русской культуре в отличие от англо-американской, образование никогда не рассматривалось как материальная ценность. В отношении к деньгам в нашей стране распространен эгалитаризм, двойной стандарт.

Существенные различия обнаруживаются и в культурном отношении к полу. В странах западной культуры Россия считается сексистской страной. В данном контексте особое внимание уделяется интонации. Должны быть абсолютно исключены «сексистские» элементы в деловой коммуникации – провокационные интонации и т.п., которые указывают на непрофессиональный подход к делу.

С точки зрения **аксиологии**, ценности представляют собой свойства предмета удовлетворять определенные потребности отдельного человека или группы.

В силу социального неравенства, существующего как в обществе, так и в любой организации, ценности среди людей распределяются неравномерно. Именно на неравном распределении ценностей строятся отношения власти и подчинения, все виды экономических отношений, отношения дружбы, партнерства и т.д. Распределение ценностей в социальной группе, например, среди сотрудников компании, социологи называют ценностным образом данной группы или организации.

Корпоративные **ценности** нормы могут быть представлены в следующем виде:

- предназначение организации (высокий уровень технологии; качество; лидерство в отрасли; преданность духу профессии; инновационная деятельность и другие);
- значение различных руководящих должностей и функций (важность руководящих постов, роли и полномочия отделов и служба);
- обращение с людьми (забота о людях и их нуждах; беспристрастное отношение и фаворитизм; привилегии; уважение к индивидуальным правам; обучение и возможности повышения квалификации; карьера; справедливость при оплате; мотивация людей);
- организация работы и дисциплина (добровольная или принудительная дисциплина; гибкость в изменении ролей; использование новых форм организации работы и другое);
- стиль руководства и управления (стили авторитарный, консультативный или сотрудничества; использование целевых групп; личный пример; гибкость и способность приспосабливаться);
- процессы принятия решений (кто принимает решение, с кем проводятся консультации; индивидуальное или коллективное принятие решений; необходимость согласия, возможность компромиссов и т.д.);

- распространение и обмен информацией (информированность сотрудников; легкость обмена информацией);

- характер контактов (предпочтение личным или письменным контактам; жесткость или гибкость в использовании установившихся каналов служебного общения; значение, придаваемое формальным аспектам; возможность контактов с высшим руководством; применение собраний; кто приглашается и на какие собрания; нормы поведения при проведении собраний);

- характер социализации (кто с кем общается во время работы, и после работы; существующие барьеры; особые условия общения);

- пути разрешения конфликтов (желание избежать конфликта и идти на компромисс; предпочтение применения официальных или неофициальных путей; участие высшего руководства в разрешении конфликтных ситуаций и т.д.);

- оценка эффективности работы (реальная или формальная; скрытая или открытая; кем осуществляется; как используются результаты).

Стремление к общим ценностям способно объединять людей, заключенных в соответствующие рамки организации, в формальные – коллектив и неформальные группы для достижения поставленных целей.

Все элементы корпоративной культуры необходимо учитываются в профессиональном поведении, где необходимо быть дружелюбным, открытым, не обозначать свое различное отношение к коллегам. А о чем же тогда говорится в сотнях и сотнях определений, призванных охарактеризовать нечто, выдаваемое за организационную культуру? Полагаем, что это абсолютно очевидно. Речь идет о личной культуре человека. Это он усваивает «символы, церемонии и мифы», формирует «комплексы убеждений и ожиданий, установки и предположения», использует привычные «образы мышления и способы действия».

Основные типы профессиональной культуры кадрового менеджмента.

Классификация типов профессиональной культуры кадрового менеджмента (Д. Коул).
Бюрократическая организационная культура: специфика стереотипов деятельности менеджера по работе с персоналом. Органическая организационная культура: характеристика представлений об организации труда. Предпринимательская организационная культура: особенности подхода. Партиципативная организационная культура: стереотипы об организации труда.

В настоящее время определяются два выраженных стиля корпоративной культуры – бюрократическая организационная культура, органическая организационная культура предпринимательская оргкультура и партиципативная культура:

Бюрократическая организационная культура

При доминировании бюрократической организационной культуры менеджер по персоналу в своей деятельности склонен руководствоваться следующими стереотипами:

- 1) работники — прирожденные лентяи, пассивны и нуждаются в манипулировании и контроле со стороны организации, поэтому менеджер, несущий ответственность за функционирование персонала организации, должен уделять особое внимание стимулированию работы подчиненных;

- 2) для работников побудительным мотивом в первую очередь является экономический интерес, поэтому следует делать все для того, чтобы обеспечить им максимальный доход;

- 3) организационная структура должна быть спроектирована таким образом, чтобы контролировать желания работников и в максимальной степени нейтрализовать возможные последствия их непредсказуемых действий;

- 4) поскольку работники по своей натуре склонны противодействовать целям, предписываемым организацией, и в основном не способны на жесткий самоконтроль и самодисциплину, необходим надежный внешний контроль над их деятельностью, чтобы обеспечить достижение поставленных руководством целей;

- 5) на руководящую работу могут выдвигаться те немногие работники, которые способны к самоконтролю и имеют высокую мотивацию, целеустремленны и честолюбивы.

Органическая организационная культура

При доминировании органической организационной культуры менеджер по персоналу в своей деятельности, как правило, руководствуется следующими стереотипами:

- 1) работники озабочены в основном социальными нуждами и обретают чувство самоидентичности только во взаимоотношениях с другими людьми;
- 2) рационализация производства и узкая специализация приводят к тому, что смысл своей производственной деятельности работники видят не в самой работе, а в социальных отношениях, которые складываются в процессе труда;
- 3) работники в большей степени склонны реагировать на воздействие своих товарищей, чем на инициативы начальства;
- 4) высокий уровень сплоченности делает групповое мнение основным источником морального авторитета для членов трудового коллектива;
- 5) работники готовы положительно реагировать на инициативы начальства, когда оно учитывает социальные потребности своих подчиненных и, в первую очередь, потребность в общественном признании.

Предпринимательская организационная культура

В случае преобладания предпринимательской организационной культуры менеджер по персоналу руководствуется такими стереотипами:

- 1) работники интересуются только своими личными целями. Они равнодушны к специфическим задачам организации, помимо такой универсальной цели, как достижение максимальной прибыли. Поэтому с ними лучше не обсуждать эти задачи, дабы не вызвать излишнего сопротивления при их реализации;
- 2) лучший способ заставить организацию работать — нанять настойчивых, агрессивно настроенных людей и постараться сохранить контроль над ними в условиях постоянно меняющейся внешней среды. Не исключено, что в этой агрессивной среде детальная проработка задач организации окажется бессмысленным делом, поскольку решающим фактором является инициатива самих работников;
- 3) наиболее эффективный способ мотивации работников — вызов, который открывает хорошую возможность для их самореализации. При этом вызов должен быть соразмерен потенциалу работников, а менеджеру следует предусмотреть в случае успеха достойное вознаграждение;
- 4) властные полномочия редко кому-нибудь делегируются из-за опасений возможной ошибки. Работники свободны в своих действиях, пока делают «правильные» вещи;
- 5) ответственность не предписывается работникам, но она принимается на себя теми, кто готов при любых обстоятельствах выполнить свои обязательства, несмотря на сопряженный с этим риск. Именно эти качества особенно высоко ценятся в подчиненных, что создает в коллективе атмосферу повышенной тревожности и побуждает работников трудиться с полной самоотдачей, не глядя на часы;
- 6) для таких одержимых работой предприимчивых людей не имеют особого значения должности и звания, что дает менеджеру определенную свободу маневра при ограниченных финансовых ресурсах, позволяя особенно долго не мучиться над вопросом, чей вклад в общий результат был наибольшим.

Предпринимательская организационная культура предполагает, что:

- решающий фактор успеха организации - инициатива самих работников, поэтому основной ресурс эффективности организации - ее настойчивые и агрессивные сотрудники, необходимо найти таких людей и постоянно сохранять над ними контроль;
- работники свободны в своих действиях пока делают «правильные» вещи, то есть обеспечивают максимальную прибыль;
- наиболее эффективный способ мотивации работников - это вызов, который открывает хорошую возможность для их самореализации, вызов должен соответствовать потенциалу работников и возможному вознаграждению;

- ответственность и риск принимаются на себя самими работниками, в организации царит дух внутренней состязательности (конкуренции).

Партисипативная организационная культура (культура «участия», команды):

При партисипативной организационной культуре менеджер по персоналу в своей деятельности исходит из того, что:

1) подавляющее большинство работников готовы напряженно трудиться ради достижения целей, находящихся за пределами их личных интересов;

2) каждый индивидуум уникален, поэтому стандартные управленческие подходы не срабатывают, а должны быть сформулированы применительно к конкретному человеку и данной ситуации;

3) индивидуумы достаточно гибки для того, чтобы органично сочетать свои личные цели с целями команды, если сама команда ясно представляет себе, к чему она стремится;

4) взаимодополнительность способностей членов команды и общность основных ценностных установок обеспечивает полноценное использование индивидуальных навыков и умений при достижении общекомандных целей;

5) для координации усилий многих людей необходимы наличие осмысленной коммуникации между членами группы, незаурядные цели должны формулироваться таким образом, чтобы энергия команды могла быть конструктивно направлена на их достижение, требуются новый тип руководства и освоение новых умений и навыков всеми членами команды;

6) процесс командообразования предполагает активное участие всех членов команды в анализе проблем и перспектив, планировании совместных действий, оценке (и самооценке) полученных результатов и индивидуальных вкладов в общую работу.

Следует учитывать, что указанные парадигмы кадрового менеджмента XX в. коренятся в глубинных культурных архетипах, детерминирующих социокультурную динамику современного глобального мира.

Партисипативная организационная культура предполагает:

- общность ценностных установок, приоритет общекомандных целей и взаимодополнительность членов команды;

- люди способны гибко сочетать свои цели с целями команды. если последние четко оформлены;

- основные принципы взаимодействия:

- активное участие всех членов команды в анализе проблем и перспектив, планировании совместных действий, оценке и самооценке полученных результатов и индивидуальных вкладов в общекомандную работу;

- горизонтальные коммуникации между членами команды, постоянное самообразование всех членов команды.

Полная идентификация сотрудника с компанией означает, что он не только осознает идеалы компании, четко соблюдает правила и нормы поведения в организации, но и внутренне полностью принимает корпоративные ценности. В этом случае культурные ценности организации становятся индивидуальными ценностями сотрудника, занимая прочное место в мотивационной структуре его поведения.

Тема 13. Деловое общение и народная дипломатия как стабилизирующие факторы в полиэтническом регионе

Как отдельный человек не может нормально существовать в изоляции от других людей, так и ни одна культура не способна полноценно функционировать в изоляции от культурных достижений других народов. В процессе своей жизнедеятельности они вынуждены постоянно обращаться или к своему прошлому, или к опыту других культур. В настоящее время практически нет совершенно изолированных от мира культурных общностей, кроме небольших

туземных племен, затерянных в самых укромных уголках планеты. Сегодня естественна ситуация, когда любой народ открыт для восприятия чужого культурного опыта и одновременно сам готов делиться с другими народами продуктами собственной культуры. Это обращение к культурам других народов получило наименование «взаимодействие культур» или «межкультурная коммуникация». Как правило, эти понятия рассматриваются в качестве синонимов, хотя у них есть некоторая специфика.

Для успешного делового общения между иностранными партнерами необходимо не только знание языка, но и осведомленность о национальной культуре собеседника. Незнание принципов межкультурного делового общения может привести к непониманию и даже конфликтам, которые негативно отражаются на бизнесе.

Термин «*межкультурная коммуникация*» появился в середине 20 века. На протяжении последних 60 лет исследователи из разных областей объединяют свои усилия, чтобы выявить успешные стратегии делового общения между представителями разных стран. Сегодня данная дисциплина использует знания таких сфер как лингвистика, культурология, психология, социология, антропология и некоторых других. Межкультурная коммуникация преподается во многих учебных заведениях по всему миру.

Для современного общества и особенно деловой среды характерна тенденция к глобализации и мобильности. Компании выходят на международный уровень, сотрудничают с партнерами из разных стран. Для современного высококвалифицированного специалиста появляются возможности трудоустройства по всему миру. Общение с людьми из других стран на рабочем месте становится нормой.

Эффективное бизнес-общение

Для того чтобы межкультурное взаимодействие было успешным, безусловно, важно владеть иностранным языком. Вторым ключевым инструментом становится осведомленность о картине мира собеседника. Она включает в себя различные представления об окружающей действительности, стереотипы и суждения, модели поведения, которые человек усваивает по мере взросления. Грубо говоря, наше окружение определяет то, как мы относимся к жизни, миру, какими принципами руководствуемся, какие решения принимаем, в том числе и в профессиональной деятельности.

Если вы работаете с коллегами из другой страны или ищете работу за границей, сведения по межкультурной коммуникации станут для вас ключом к успеху. Изучите типичные представления, стереотипы, модели поведения, выучите пословицы и поговорки, которые очень хорошо отражают национальную картину мира. С этими знаниями становится возможно:

- избежать недопонимания, искажения смысла и конфликтов;
- говорить с собеседником на одном языке;
- понимать не только вербальное сообщение, но и ход мыслей вашего партнера или коллеги;
- адекватно оценивать не только слова, но и жесты собеседника.

Формы межкультурной коммуникации.

Выделяют четыре основные формы межкультурной коммуникации — прямую, косвенную, опосредованную и непосредственную.

При *прямой коммуникации* информация адресована отправителем непосредственно получателю и может осуществляться как в устной форме, так и в письменной. При этом наибольший эффект достигается посредством устной речи, сочетающей вербальные и невербальные средства.

В *косвенной коммуникации*, которая носит преимущественно односторонний характер, информационными источниками являются произведения литературы и искусства, сообщения радио, телевизионные передачи, публикации в газетах и журналах и т.п.

Опосредованная и непосредственная формы коммуникации различаются наличием или отсутствием промежуточного звена, выступающего в роли посредника между партнерами. В качестве посредника может выступать человек, техническое средство. Коммуникация,

опосредованная техническими средствами, может оставаться прямой (разговор по телефону, переписка по электронной почте), но при этом исключается возможность использования невербальных средств.

В межкультурной коммуникации принято выделять *внутренний* и *внешний* контекст коммуникации.

В качестве *внутреннего контекста* выступают совокупность фоновых знаний, ценностные установки, культурная идентичность и индивидуальные особенности индивида. К этому контексту можно отнести настрой, с которым коммуникант вступает в общение и который составляет психологическую атмосферу коммуникации.

Внешний контекст коммуникации составляют время, сфера и условия общения. Для межкультурной коммуникации важным обстоятельством является место проведения коммуникации, определяющее фон коммуникативного процесса. Так, коммуникант, находящийся на своей территории, чувствует себя более комфортно и лучше ориентируется в пространстве собственной культуры, чем иностранец. Характер коммуникации на рабочем месте и дома будет различаться по степени углубления в бытовую культуру и влияния личностных факторов.

Временной контекст - это хронологический период, в котором происходит коммуникативная ситуация. В различные периоды времени взаимоотношения между участниками (партнерами) коммуникации складываются по-разному.

Хронологически различают коммуникации:

- *одновременные*, которые происходят путем личных контактов, по телефону, сети Интернет в режиме on-line;

- *разновременные* - все остальные коммуникативные ситуации.

Можно выделить следующие сферы общения для межкультурных коммуникаций:

- дипломатическая деятельность;

- профессиональные контакты;

- торговля, бизнес;

- международные обмены;

- учеба за границей;

- путешествия;

- миграция;

- военные действия.

С учетом многообразия форм межкультурной коммуникации нередко при общении возникают конфликтные ситуации или противоречия. В этом случае, чтобы добиться максимальных результатов от встречи необходимо уметь чувствовать ситуацию и управлять процессом общения.

Что же такое конфликт? Конфликт – это столкновение противоположных интересов на почве соперничества, противоборства или отсутствия взаимопонимания по разным причинам. В социальной психологии существует многовариантная типология конфликта:

- внутриличностный конфликт;

- межличностный конфликт;

- конфликт между личностью и группой;

- межгрупповой конфликт.

Возможны также классификации конфликтов по горизонтали и по вертикали.

Процесс делового общения предполагает наличие трех факторов: восприятия, эмоций и обмена информацией. В конфликтных ситуациях легко забыть об этом. Поэтому можно выделить следующие предпосылки возникновения конфликта в деловом общении:

- несовпадение рассуждений, то есть разногласия из-за несовпадения ваших рассуждений с рассуждениями другой стороны.

- особенности восприятия, то есть люди, очень часто разговаривая, не понимают друг друга.

Поэтому конструктивное разрешение конфликта зависит от следующих факторов:

- адекватности восприятия конфликта, то есть достаточно точной, не искаженной личными пристрастиями оценки поступков, намерений как противника, так и своих собственных;

– открытости и эффективности общения, готовности к всестороннему обсуждению проблем, когда участники честно высказывают свое понимание происходящего и пути выхода из конфликтной ситуации;

– создания атмосферы взаимного доверия и сотрудничества.

Для руководителя полезно также знать, какие индивидуальные особенности личности создают у человека склонность или предрасположенность к конфликтным отношениям с другими людьми.

К таким качествам относятся:

- неадекватная самооценка своих возможностей и способностей;
- стремление доминировать во что бы то ни стало; сказать свое последнее слово;
- консерватизм мышления, взглядов, убеждений, нежелание преодолеть устаревшие традиции;

- излишняя принципиальность и прямолинейность;

- критический настрой;

- определенный набор эмоциональных качеств личности.

Существует пять основных стилей поведения при конфликте:

- конкуренция или соперничество;

- сотрудничество;

- компромисс;

- приспособление;

- игнорирование или уклонение.

Стиль поведения в конкретном конфликте, определяется той мерой, в которой вы хотите удовлетворить собственные интересы, действуя при этом пассивно или активно, и интересы другой стороны, действуя совместно или индивидуально.

Однако следует сказать, что эта стратегия редко приносит долгосрочные результаты, так как проигравшая сторона может не поддержать решение, принятое вопреки ее воле. Кроме того, тот, кто сегодня проиграл, завтра может отказаться от сотрудничества.

Сотрудничество – наиболее трудный из всех стилей, но вместе с тем наиболее эффективный при разрешении конфликтных ситуаций. Преимущество его в том, что вы находите наиболее приемлемое для обеих сторон решение и делаете из оппонентов партнеров. Такой подход ведет к успеху как в делах, так и в личной жизни. Однако такой стиль требует умения объяснить свои решения, выслушать другую сторону, сдерживать свои эмоции. Отсутствие одного из этих факторов делает этот стиль неэффективным.

Стиль компромисса – суть его заключается в том, что стороны пытаются урегулировать разногласия, идя на взаимные уступки. Этот стиль наиболее эффективен, когда обе стороны желают одного и того же.

При использовании этого стиля акцент делается не на решении, которое удовлетворяет интересы обеих сторон, а на варианте, с которым каждый мог бы согласиться.

Стиль уклонения – реализуется обычно, если конфликт не затрагивает прямых интересов сторон или возникшая проблема не столь важна для сторон и у них нет нужды отстаивать свои интересы.

Стиль приспособления означает, что вы действуете совместно с другой стороной, но при этом не пытаетесь отстаивать собственные интересы в целях сглаживания атмосферы и восстановления нормальной рабочей обстановки. В таком случае вы жертвуете собственными интересами в пользу другой стороны. Но это не означает, что вы должны отказаться от своих интересов. Вы просто должны как бы отставить их на некоторое время, а потом, в более благоприятной обстановке, вернуться к их удовлетворению за счет уступок со стороны вашего оппонента или каким-либо иным образом.

Деловая документация в межкультурной коммуникации. Деловое общение - процесс речевого взаимодействия людей, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом с целью достижения определенного результата.

Способы познания собеседника в общении:

1. Идентификация (отождествление) - это уподобление себя собеседнику и попытка посмотреть на ситуацию его глазами.

2. Эмпатия (сопереживание) - это постижение собеседника на основе чувств с сохранением своей линии поведения.

3. Рефлексия (обращение назад) - это знание и понимание собеседника и того, как он понимает вас.

По способу контакта собеседников деловое общение делится на прямое (непосредственный контакт) и косвенное (пространственно-временная дистанция).

Формы делового общения.

1. Деловая беседа - устный контакт между собеседниками. Ее участники должны иметь полномочия для принятия и закрепления выработанных позиций. К функциям деловой беседы относятся: решение стоящих перед участниками задач, общение между работниками одной деловой среды, поддержание и развитие деловых контактов.

2. Деловая переписка - деловое письмо (служебное послание в виде официального документа, а также в форме запросов, предложений, претензий, поздравлений и ответов на них).

При составлении делового письма нужно, чтобы оно было актуальным, кратким, логичным, убедительным с отсутствием излишней солидарности.

3. Деловое совещание - это дискуссия с целью разрешения организационных задач, включающая в себя сбор и анализ информации, а также принятие решений.

Виды деловых совещаний:

по форме организации:

- диктаторское (ведущая роль принадлежит руководителю);

- сегрегативное (доклады участников заранее планируются);

- дискуссионное (свободный обмен мнениями и информацией с последующим утверждением решения руководителем);

- кулуарное (продолжение другого совещания);

по целевой установке: - информационное (доклад о текущей работе);

- направленное на принятие решений;

- творческое (цель - поиск новых идей и путей развития).

4. Деловые переговоры - это деловое общение с целью устранения противоречий между собеседниками и выработки общего решения.

Вопросы для самопроверки знаний по разделу 6:

1. Организационная (корпоративная) культура – это...

2. Первый, поверхностный уровень организационной культуры – это...

3. Как ценности определяют поведение людей в организации?

4. Нормы - это неписанные правила поведения?

5. Какие эффекты характерны для сильной организационной культуры?

6. В каком виде могут быть представлены корпоративные ценности и нормы?

7. Какие Вам известны основные типы профессиональной культуры кадрового менеджмента?

8. Бюрократическая организационная культура – это..

9. Что обозначает органическая организационная культура?

10. Предпринимательская организационная культура – это...

11. В чем заключается партисипативная организационная культура?

12. Как хронологически различают коммуникации?

13. Для чего необходима деловая документация в межкультурной коммуникации?

14. Какие вам известны виды деловых совещаний?

Раздел 7. Феноменология межкультурной коммуникации и активность человеческого фактора

Тема 14. Диалог культур, вторичная адаптация/социализация, инкультурация. Понятие культурной идентичности

Культурные последствия расширяющихся контактов между представителями разных стран и культур выражаются среди прочего и в постепенном стирании культурной самобытности. Особенно это очевидно для молодежной культуры, которая носит одинаковые джинсы, слушает одну и ту же музыку, поклоняется одним и тем же «звездам» спорта, кино, эстрады. Однако со стороны более старших поколений естественной реакцией на этот процесс стало стремление сохранить существующие особенности и отличия своей культуры. Поэтому сегодня в межкультурной коммуникации особую актуальность имеет проблема культурной идентичности, то есть принадлежности человека к той или иной культуре.

Понятие «**идентичность**» сегодня широко используется в этнологии, психологии, культурной и социальной антропологии. В самом общем понимании оно означает осознание человеком своей принадлежности к какой-либо группе, позволяющее ему определить свое место в социокультурном пространстве и свободно ориентироваться в окружающем мире. Необходимость в идентичности вызвана тем, что каждый человек нуждается в известной упорядоченности своей жизнедеятельности, которую он может получить только в сообществе других людей. Для этого он должен добровольно принять господствующие в данном сообществе элементы сознания, вкусы, привычки, нормы, ценности и иные средства общения, принятые у окружающих его людей. Усвоение всех этих проявлений социальной жизни группы придает жизни человека упорядоченный и предсказуемый характер, а также невольно делает его причастным к какой-то конкретной культуре. Поэтому суть культурной идентичности заключается в осознанном принятии человеком соответствующих культурных норм и образцов поведения, ценностных ориентации и языка, понимании своего «я» с позиций тех культурных характеристик, которые приняты в данном обществе, в самоотождествлении себя с культурными образцами именно этого общества.

Культурная идентичность оказывает определяющее влияние на процесс межкультурной коммуникации. Она предполагает совокупность определенных устойчивых качеств, благодаря которым те или иные культурные явления или люди вызывают у нас чувство симпатии или антипатии. В зависимости от этого мы выбираем соответствующий тип, манеру и форму общения с ними.

Интенсивное развитие межкультурных контактов делает актуальной проблему не только культурной, но и **этнической идентичности**. Это вызвано целым рядом причин. *Во-первых*, в современных условиях, как и раньше, культурные формы жизнедеятельности с необходимостью предполагают принадлежность человека не только к какой-либо социокультурной группе, но и к этнической общности. Среди многочисленных социокультурных групп наиболее стабильными являются устойчивые во времени этносы. Благодаря этому этнос является для человека самой надежной группой, которая может обеспечить ему необходимую безопасность и поддержку в жизни.

Во-вторых, следствием бурных и разносторонних культурных контактов становится ощущение нестабильности окружающего мира. В этих обстоятельствах все больше людей (даже молодых) начинают искать поддержку в проверенных временем ценностях своего этноса, которые в данных обстоятельствах оказываются самыми надежными и понятными. Через осознание своей принадлежности к этносам люди стремятся найти выход из состояния социальной беспомощности, почувствовать себя частью общности, которая обеспечит им ценностную ориентацию в динамичном мире и защитит от больших невзгод.

В-третьих, закономерностью развития любой культуры всегда была преемственность в передаче и сохранении ее ценностей, так как человечеству необходимо самовоспроизводиться и саморегулироваться. Это во все времена происходило внутри этносов путем связи между поколениями.

Содержание **этнической идентичности** составляют разного рода этносоциальные представления, разделяемые в той или иной степени членами данной этнической группы. Эти представления формируются в процессе внутрикультурной социализации и во взаимодействии с другими народами. Значительная часть этих представлений является результатом осознания общей истории, культуры, традиций, места происхождения и государственности. В этносоциальных представлениях отражаются мнения, убеждения, верования, идеи, которые получают свое выражение в мифах, легендах, исторических повествованиях, обыденных формах мышления и поведения.

Этническая идентичность - это не только принятие определенных групповых представлений, готовность к сходному образу мыслей и разделяемые этнические чувства. Она также означает построение системы отношений и действий в различных межэтнических контактах. С ее помощью человек определяет свое место в полиэтническом обществе и усваивает способы поведения внутри и вне своей группы.

Рассматривая коммуникативные процессы как динамичную социокультурную среду, благоприятную для порождения и распространения различного рода образцов поведения, типов взаимодействия, следует помнить, что главными субъектами культуры являются люди, находящиеся в тех или иных отношениях друг с другом. В содержании этих отношений значимое место занимают представления людей о самих себе, и эти представления зачастую весьма существенно различаются от культуры к культуре. Каждый человек является носителем той культуры, в которой он вырос, хотя в повседневной жизни он этого обычно не замечает. Специфические особенности своей культуры он воспринимает как данность. Однако при встречах с представителями других культур, когда эти особенности становятся очевидными, люди начинают осознавать, что существуют также другие формы переживаний, виды поведения, способы мышления, которые существенно отличаются от привычных и известных. Разнообразные впечатления о мире трансформируются в сознании человека в идеи, установки, стереотипы, ожидания, которые становятся для него регуляторами поведения и общения. Через сопоставление и противопоставление позиций различных групп и общностей в процессе взаимодействия с ними происходит становление **личной идентичности человека**, которая представляет собой совокупность знаний и представлений человека о своем месте и роли как члена социальной или этнической группы, о своих способностях и деловых качествах.

Сущность личной идентичности раскрывается наиболее полно, если обратиться к тем общим чертам и характеристикам людей, которые не зависят от их культурной или этнической принадлежности.

В определенной степени межкультурную коммуникацию можно рассматривать как взаимоотношение противостоящих идентичностей, при котором происходит включение идентичностей собеседников друг в друга. Таким образом, неизвестное и незнакомое в идентичности собеседника становится знакомым и понятным, что позволяет ожидать от него соответствующих типов поведения и действий. Взаимодействие идентичностей облегчает согласование отношений в коммуникации, определяет ее вид и механизм. Так, на протяжении долгого времени «галантность» служила основным типом отношений между мужчиной и женщиной в культурах многих народов Европы. В соответствии с этим типом происходило распределение ролей при общении полов (активность мужчины, завоевателя и обольстителя, наталкивалась на реакцию противоположного пола в форме кокетства), предполагало соответствующий сценарий общения (интриги, уловки, обольщения и т.п.) и соответствующую риторику общения. Такого рода отношения идентичностей служат фундаментом коммуникации и оказывает влияние на ее содержание.

Вместе с тем тот или иной тип идентичности может создавать препятствия для коммуникации. В зависимости от идентичности собеседника стиль его речи, темы общения, формы жестуляции могут казаться уместными или неприемлемыми. Тем самым идентичность участников коммуникации определяет сферу и содержание их общения. Так, разнообразие этнических идентичностей, являющееся одним из главных оснований межкультурной коммуникации, является одновременно и препятствием для нее. Таким образом, в межкультурной коммуникации культурная идентичность обладает двойственной функцией. Она позволяет коммуникантам составить определенное представление друг о друге, взаимно предугадывать поведение и взгляды собеседников, то есть облегчает коммуникацию. Но в то же время быстро проявляется ее ограничительный характер, в соответствии с которым в процессе коммуникации возникают конфронтации и конфликты. Ограничительный характер культурной идентичности направлен на рационализацию коммуникации, то есть на ограничение коммуникативного процесса рамками возможного взаимопонимания и исключения из него тех аспектов коммуникации, которые могут привести к конфликту.

Каждому человеку предстоит жить в обществе, и поэтому **социальная интегрированность** является чрезвычайно важным фактором его жизни. Любому из нас необходимо определенное умение приспособляться к обществу, иначе индивид обречен на устойчивую неспособность ладить с окружающими, изоляцию, мизантропию и одиночество. Индивидуальное развитие каждого человека начинается с его постепенного вхождения, включения в окружающий мир. С самого раннего детства человек усваивает принятые манеры поведения и образцы мышления до тех пор, пока большинство из них не становятся привычными. Это вхождение в мир происходит путем усвоения индивидом необходимого количества знаний, норм, ценностей, образцов и навыков поведения, позволяющего ему существовать в качестве полноправного члена общества.

Этот процесс освоения индивидом норм общественной жизни и культуры обозначается в различных гуманитарных науках понятиями «**инкультурация**» и «**социализация**». Эти понятия во многом совпадают друг с другом по содержанию, так как оба подразумевают усвоение людьми культурных форм (паттернов, англ. pattern) какого-либо общества. Под последними обычно понимают устойчивые совокупности технологий мышления, поведения, взаимодействия, последовательности действий, построения суждений, различные культурные формулы и символы, отражающие определенные представления о реальности. Поэтому в современной научной литературе понятия «инкультурация» и «социализация» нередко используются как синонимы. Это характерно для той группы исследователей, которые придерживаются широкого понимания термина «культура» как любой биологически ненаследуемой деятельности, закрепленной в определенных результатах. Но большинство ученых, считающих культуру исключительно человеческой характеристикой, отличающей человека от всех других живых существ нашей планеты, считают целесообразным проводить различие между этими терминами, отмечая качественные особенности каждого из них.

При более строгом научном понимании термина социализация он предстает как процесс усвоения индивидом культурных норм и социальных ролей, благодаря которому происходит превращение человека в социального индивида. Получая в повседневной практике информацию о самых разных сторонах общественной жизни, человек формируется как личность, социально и культурно адекватная обществу. Таким образом, под социализацией понимается гармоничное вхождение индивида в социальную среду, усвоение им системы ценностей общества, позволяющего ему успешно функционировать в качестве его члена.

Самые простые кросс-культурные исследования показывают, что в разных обществах ценятся разные качества личности. Формирование и развитие принятых в данном обществе качеств личности происходит, как правило, путем воспитания, то есть целенаправленной передачи норм и правил достойного поведения от старшего поколения младшему. В каждой культуре исторически сложились свои способы обучения приемлемому поведению. Этнологи и

социологи сравнили стили воспитания детей в различных культурах и выделили два противоположных: японский и английский.

В Японии воспитатель чаще обращается к поощрению, нежели к наказаниям. Воспитывать там означает не ругать за то, что уже сделано плохо, а, предвидя плохое, обучать правильному поведению. Даже при очевидном нарушении правил приличия воспитатель избегает прямого осуждения, чтобы не поставить ребенка в унижительное положение. Вместо порицания детей обучают конкретным навыкам поведения, всячески внушая им уверенность, что они способны научиться управлять собой, если приложат соответствующие усилия. Японцы считают, что чрезмерное давление на психику ребенка может дать обратный результат.

С европейской точки зрения, детей в Японии невероятно балуют. Им ничего не запрещают, лишая тем самым поводов заплакать. Взрослые совершенно не реагируют на плохое поведение детей, словно не замечая его. Первые ограничения начинаются в школьные годы, но вводятся они постепенно. Только в эти годы ребенок начинает подавлять в себе стихийные порывы, он учится вести себя подобающим образом, уважать старших, чтить долг и быть преданным семье. По мере взросления регламентация поведения значительно усиливается.

В Англии процесс воспитания основывается на совершенно иных принципах. Англичане считают, что неумеренное проявление родительской любви и нежности приносит вред детскому характеру. Баловать детей — значит портить их. Традиции английского воспитания требуют относиться к детям сдержанно, даже прохладно. Мягкость и нежность они проявляют скорее к животным. Дисциплинирующее воздействие на детей оказывается с самого раннего возраста. Если ребенок мучает кошку или собаку, обижает младшего или наносит ущерб чужому имуществу, его ждет суровое и жестокое наказание. Наказывать детей в Англии — право и обязанность родителей.

С детства англичане приучаются к самостоятельности и ответственности за свои поступки. Они рано становятся взрослыми, и для взрослой жизни их не надо специально готовить. Сознательно отстраняясь от детей, родители готовят их к трудностям взрослой жизни. Уже в 16-17 лет, получив права и аттестат, дети уезжают из родительского дома и живут независимо.

В отличие от социализации понятие **инкультурация** подразумевает обучение человека традициям и нормам поведения в конкретной культуре. Это происходит в процессе отношений взаимообмена между человеком и его культурой, при которых, с одной стороны, культура определяет основные черты личности человека, а с другой, - человек сам влияет на свою культуру. Инкультурация включает в себя формирование основополагающих человеческих навыков, как, например, типы общения с другими людьми, формы контроля за собственным поведением и эмоциями, способы удовлетворения основных потребностей, оценочное отношение к различным явлениям окружающего мира и т.д. Результатом инкультурации является эмоциональное и поведенческое сходство человека с другими членами данной культуры и его отличие от представителей других культур. По своему характеру процесс инкультурации более сложен, чем процесс социализации. Дело в том, что усвоение социальных законов жизни происходит гораздо быстрее, чем усвоение культурных норм, ценностей, традиций и обычаев.

Несмотря на описанные различия содержательное и смысловое разграничение понятий «инкультурации» и «социализации» до сих пор остается дискуссионным в науке. Так, М. Мид под социализацией понимает социальное научение вообще, а под инкультурацией — реальный процесс научения, происходящий в специфической культуре. Д. Матсумото считает социализацией процессы и механизмы, с помощью которых люди познают социальные и культурные нормы, а инкультурацией - продукты процесса социализации. Практически все исследователи сходятся в том, что социализация более универсальна, а инкультурация — культурно - специфична. И, безусловно, процессы инкультурации и социализации неразрывно связаны друг с другом, могут протекать только совместно. Каждый человек в процессе своего

индивидуального развития достигает специфичной для данной культуры социализации и общей инкультурации.

На протяжении всей своей жизни каждый человек проходит определенные фазы, которые называют стадиями жизненного цикла. Это - детство, юность, зрелость и старость. На каждой стадии жизненного цикла процесс инкультурации характеризуется своими результатами и достижениями. В зависимости от этих достижений обычно выделяют две основные стадии инкультурации – **начальную** (первичную), охватывающую периоды детства и юности, и **взрослую** (вторичную), охватывающую два других периода.

Первичная стадия инкультурации начинается с рождения ребенка и продолжается до окончания подросткового возраста. Она представляет собой процесс воспитания и обучения детей. В этот период дети усваивают важнейшие элементы своей культуры, овладевают ее азбукой, приобретают навыки, необходимые для нормальной социокультурной жизни. Процессы инкультурации реализуются у них в это время в основном в результате целенаправленного воспитания и частично на собственном опыте. По мнению культурного антрополога Мелвилла Херсковица, ребенок, хотя и не является пассивным элементом инкультурации, но выступает здесь скорее, как инструмент, нежели как игрок. Взрослые, применяя систему наказаний и поощрения, ограничивают его возможность выбора или оценки. Кроме того, дети не способны к сознательной оценке норм и правил поведения, они усваивают их некритично. Дети должны выполнять правила того мира, в котором они живут. Это приводит к тому, что они видят мир в черно - белом цвете и не способны на компромиссы.

Способы первичной инкультурации зависят от того, к какому полу принадлежит воспитатель. Женщина чаще стремится приласкать ребенка, оградить его от холода, действует поощрением, потакает слабостям и капризам. Мужчина испытывает эмоциональный дискомфорт при тесном контакте с ребенком, действует угрозой наказания, прибегает к жестким методам воспитания. Материнская опека и уход за ребенком развивают в нем эмоциональную зависимость от взрослых, несамостоятельность. Отец поощряет силовые и военные игры, развивающие самостоятельность и собственную активность ребенка. Тем самым первичная инкультурация закладывает основы половой идентификации. Мальчики играют в военные игры, а девочки - в куклы. Мальчиков учат быть смелыми, сильными, деловыми, а девочек - мягкими, хозяйственными, заботливыми.

Первичная стадия инкультурации способствует сохранению стабильности культуры, поскольку основным здесь являются воспроизведение уже имеющихся образцов, контроль проникновения в культуру случайных и новых элементов. Разумеется, не следует преувеличивать роль инкультурации в сохранении культурной традиции. Ее результатом может стать как практически полное и безусловное усвоение культуры новым поколением (с небольшими, едва фиксируемыми отличиями между родителями и детьми), так и нарушение культурной преемственности, когда дети вырастают абсолютно непохожими на своих родителей.

Вторичная стадия инкультурации касается уже взрослых людей, так как вхождение человека в культуру не заканчивается с достижением человеком совершеннолетия.

Инкультурация в этот период носит фрагментарный характер и касается только отдельных элементов культуры, появившихся в последнее время. Обычно это какие-либо изобретения и открытия, существенно меняющие жизнь человека, или новые идеи, заимствованные из других культур.

Отличительной особенностью второй стадии инкультурации является развитие способности человека к самостоятельному освоению социокультурного окружения в пределах, установленных в данном обществе. Человек получает возможность комбинировать полученные знания и навыки для решения собственных жизненно важных проблем, расширяется его способность принимать решения, которые могут иметь значимые последствия как для него, так и для других людей. Он приобретает право участвовать в действиях, которые могут привести к значительным социокультурным изменениям. Ведь взрослые способны к сознательной оценке

своих и чужих поступков, а также ценностей и норм культуры. Кроме того, они могут идти на компромиссы, в их картине мира появляется серый цвет. Вторая стадия инкультурации обеспечивает членам общества возможность принять на себя ответственность за экспериментирование в культуре, за внесение в нее изменений различного масштаба. Иными словами, индивид может принимать или отбрасывать то, что ему предлагается культурой. Он получает доступ к дискуссии и к творчеству.

Все процессы социального взаимодействия многопланово отражаются в межкультурной коммуникации, их теоретическое и практическое освоение определяет достижение целей и полноту выполнения задач, поставленных в каждом конкретном коммуникативном акте.

Вступление мирового сообщества в XXI век характеризуется сложными и глубокими переменами во взаимоотношениях между государствами. С одной стороны, происходящий процесс глобализации требует упорядочения международных экономических отношений, с другой стороны, все более обостряются противоречия по разрешению социальных и экологических проблем.

Экономические кризисы, крупномасштабные вооруженные конфликты, растущая нищета во многих государствах, рост транснациональной организованной преступности, распространение инфекционных и неинфекционных заболеваний, нарушение экологического равновесия планеты требуют незамедлительного принятия совместных усилий как государств и международных организаций, так и активного включения в этот процесс неправительственных организаций, общественных учреждений, транснациональных корпораций и гражданского общества.

В этих условиях особую актуальность приобретает правовое регулирование международных отношений, и прежде всего путем заключения многосторонних международных соглашений, затем неукоснительного их соблюдения участниками. Добиваться верховенства права в международных отношениях - одна из главнейших задач государств на современном этапе развития международного сообщества.

Тема 15. Роль общения в социальной практике

Общение – сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга. Субъектами общения являются живые существа, люди. В принципе общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становится осознанным, связанным вербальными и невербальными актами. Человек, передающий информацию, называется коммуникатором, получающий ее – реципиентом.

В общении можно выделить ряд аспектов: содержание, цель и средства. Рассмотрим их подробнее.

Содержание общения – информация, которая в межиндивидуальных контактах передается от одного живого существа другому. Это могут быть сведения о внутреннем (эмоциональном и т.д.) состоянии субъекта, об обстановке во внешней среде. Наиболее разнообразно содержание информации в том случае, если субъектами общения являются люди.

Цель общения – отвечает на вопрос «Ради чего существо вступает в акт общения?». Здесь имеет место тот же принцип, что уже упоминался в пункте о содержании общения. У животных цели общения не выходят обычно за рамки актуальных для них биологических потребностей. У человека же эти цели могут быть весьма и весьма разнообразными и являть собой средства удовлетворения социальных, культурных, творческих, познавательных, эстетических и многих других потребностей.

Средства общения – способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, которая передается в процессе общения от одного существа к другому. Кодирование информации – это способ ее передачи. Информация между людьми может

передаваться с помощью органов чувств, речи и других знаковых систем, письменности, технических средств записи и хранения информации.

Процесс общения (коммуникации). *Во-первых*, он состоит непосредственно из самого акта общения, коммуникации, в котором участвуют сами коммуниканты, общающиеся. Причем в нормальном случае их должно быть не менее двух. *Во-вторых*, коммуниканты должны совершать само действие, которое мы и называем общением, то есть делать нечто (говорить, жестикулировать, позволять «считывать» со своих лиц определенное выражение, свидетельствующее, например, об эмоциях, переживаемых в связи с тем, что сообщается). *В-третьих*, необходимо, далее определить в каждом конкретном коммуникативном акте канал связи.

Во время акта общения имеет место не просто движение информации, а взаимная передача закодированных сведений между двумя индивидами – субъектами общения.

Коммуникативное взаимодействие возможно только в том случае, когда человек, направляющий информацию (коммуникатор) и человек, принимающий ее (реципиент) обладают сходной системой кодификации и декодификации информации. То есть все должны говорить на одном языке. Выделяют четыре группы невербальных средств общения:

1) Экстра- и паралингвистические (различные околоречевые добавки, придающие общению определенную смысловую окраску – тип речи, интонирование, паузы, смех, покашливание и т.д.).

2) Оптико-кинестические (это то, что человек прочитывает на расстоянии – жесты, мимика, пантомимика).

Жест – это движение рук или кистей рук, они классифицируются на основе функций, которые выполняют:

- коммуникативные (заменяющие речь);
- описательные (их смысл понятен только при словах);
- жесты, выражающие отношение к людям, состояние человека.

Мимика – это движение мышц лица.

Пантомимика – совокупность жестов, мимики и положения тела в пространстве.

3) Проксемика (организация пространства и времени коммуникативного процесса).

В психологии выделяют четыре дистанции общения:

- интимная (от 0 до 0,5 метра). На ней общаются люди, связанные, как правило, близкими доверительными отношениями. Информация передается тихим и спокойным голосом. Много передается с помощью жестов, взглядов, мимики.

- Межличностная (от 0,5 до 1,2 метра). На ней осуществляется общение между друзьями).

- Официально-деловая или социальная (от 1,2 до 3,7 метра). Используется для делового общения, причем, чем больше расстояние между партнерами, тем более официальны их отношения.

- Публичная (более 3,7 метров). Характеризуется выступлением перед аудиторией. При таком общении человек должен следить за речью, за правильностью построения фраз.

4) Визуальный контакт. Визуалика, или контакт глаз. Установлено, что обычно общающиеся смотрят в глаза друг другу не более 10 секунд. Общение выполняет целый ряд функций в жизни человека:

- Социальные функции общения.
- Организация совместной деятельности.
- Управление поведением и деятельностью.
- Контроль.

Психологические функции общения:

- Функция обеспечения психологического комфорта личности.
- Удовлетворение потребности в общении.
- Функция самоутверждения.

5) Уровни общения. Общение может происходить на различных уровнях:

- Манипулятивный уровень, заключается в том, что один из собеседников через определенную социальную роль пытается вызвать сочувствие, жалость партнера.

- Примитивный уровень, когда один из партнеров подавляет другого (один постоянный коммуникатор, а другой постоянный реципиент).

- Высший уровень – это тот социальный уровень, когда независимо от социальной роли, статуса партнеры относятся друг к другу как к равной личности.

б) Виды общения.

В зависимости от содержания, целей и средств общение можно поделить на несколько видов. По содержанию оно может быть:

Материальное (обмен предметами и продуктами деятельности).

Когнитивное (обмен знаниями).

Кондиционное (обмен психическими или физиологическими состояниями).

Мотивационное (обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями).

Деятельностное (обмен действиями, операциями, умениями, навыками).

По целям общение делится на:

Биологическое (необходимое для поддержания, сохранения и развития организма).

Социальное (преследует цели расширения и укрепления межличностных контактов, установления и развития интерперсональных отношений, личностного роста индивида).

По средствам общение может быть:

Непосредственное (осуществляемое с помощью естественных органов, данных живому существу – руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.).

Опосредованное (связанное с использованием специальных средств и орудий).

Прямое (предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения).

Косвенное (осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди).

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Чтобы общение как взаимодействие происходило беспрепятственно, оно должно состоять из следующих этапов:

Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку.

Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы.

Обсуждение интересующей проблемы.

Решение проблемы.

Завершение контакта (выход из него).

Публичная речь. Основы ораторского искусства

В основе ораторского искусства лежит публичная речь.

Оратор должен обладать следующими знаниями и навыками:

1) уверенностью в себе во время публичных выступлений;

2) умением непрерывно говорить на определенную тему;

3) умением четко выражать свои мысли и выстраивать их в точной последовательности;

4) умением привлечь внимание аудитории;

5) экспрессивностью и яркостью при выступлениях;

6) артистизмом;

7) умением убеждать и т.д.;

Немаловажным является и умение оратора ответить на любой заданный вопрос, продемонстрировать свой личный интерес по данной проблеме. Во время произнесения речи важно помнить некоторые основные моменты. Внешний вид оратора должен соответствовать как характеру аудитории, так и теме доклада. Также важны дикция и артикуляция говорящего, интонация, громкость и выразительность его речи.

Во время выступления необходимо следить за тоном своей речи. Изменения тона голоса, темпа речи требуют сознательного усилия. Речь должна быть свободной, четкой, экспрессивной, грамотной. Следует избегать сложных оборотов, слов - паразитов, иностранных терминов без дополнительного разъяснения. Следует выбирать такой темп речи, чтобы не запинаться, не допускать неуместных пауз и повторов.

Выступление допускает чтение по подготовленному заранее тексту, однако это может привести аудиторию к мысли о неумении оратора (лектора) говорить публично. Речь, произносимая без листка, воспринимается легче, доходчивее и вызывает доверие и уважение к говорящему.

В качестве подсказки допускается наличие тезисов, плана-конспекта, чтобы оратор не потерял нить изложения. Однако к публичному выступлению следует готовиться заранее, чтобы речь звучала убедительно, интересно. Но на каких-либо официальных собраниях допускается чтение по подготовленному материалу, если речь идет о статистических данных. Приблизительность цифр неуместна и недопустима.

Выступление должно быть четким, компактным, оно должно содержать определенные идеи в развернутом виде. Мастерство оратора заключается и в том, чтобы суметь наладить психологический контакт со слушателями. Необходимы обоюдное внимание и взаимопонимание с аудиторией. По ходу выступления допускаются и даже приветствуются небольшие паузы, реплики, обсуждения, чтобы оратор мог увидеть реакцию слушателей на сказанное.

Это возможно лишь при хорошем, грамотном владении материалом. Длинные паузы в речи свидетельствуют о плохом знании предмета. При возможном возникновении диалога со слушателями оратор должен проявлять такт.

Речь для выступления необходимо подготовить заранее. Автору важно продумать содержание, необходимо оценить свои возможности подачи материала перед публикой. *При подготовке речи необходимо учитывать определенные моменты, а именно:*

- вид речи;
- темы выступления;
- цели и задачи, которые оратор, говорящий ставит перед собой;
- слушательскую аудиторию.

В риторике рассматриваются следующие этапы подготовки к выступлению:

- выбор темы;
- конкретизация целей высказывания;
- изучение материала по теме;
- подготовка выступления в развернутом виде;
- завершение речи (подведение итогов);
- полное владение материалом.

Начальный этап выбора темы – один из самых важных этапов подготовки речи. Выступающий может сам выбрать тему, а может воспользоваться предложениями организаторов собрания. Следует выбирать тему, которая будет интересной и увлекательной, актуальной. Оратор должен осветить проблему таким образом, чтобы и он сам, и слушательская аудитория смогли почерпнуть нечто новое из конкретного выступления.

Необходимо конкретизировать цель как для себя, так и для всей аудитории. Важно, чтобы тема соответствовала уровню подготовки и образованности конкретной аудитории. Важно не только и не столько изложить материал, но и показать свое отношение к проблеме, сформулировать собственные выводы и доводы, попытаться вызвать ответную реакцию слушателей, возможно, еще не в виде выступления или диалога на собрании, но, как минимум, в виде готовности и стремления проявить активность и самостоятельность.

Сбор и изучение материала – следующий этап в подготовке к речи. Научная и художественная литература, справочники и энциклопедии, газеты и журналы могут являться источниками материала. Но не стоит отождествлять сбор материала и сбор информации. Ведь

изучение материала – это не столько чтение различных книг, сколько определение собственных мыслей и идей по конкретному вопросу. Также очень важно составить план-конспект, выписывая интересные моменты и т.д. Следует помнить, что выступление состоит из вступления (начала), основной (главной) части и заключения (завершения речи).

В основной части выступления оратор излагает основные положения по проблеме, освещая различные точки зрения, раскрывая и свое видение вопроса.

В заключении оратор делает определенные выводы, отвечает на вопросы, возникшие по ходу выступления.

Функциональный аспект культуры речи. Стиль языка – это разновидность, которая обслуживает какую-либо сторону общественной жизни: обыденное общение; официально-деловые отношения; агитационно-массовую деятельность; науку, словесно-художественное творчество. Каждый стиль характеризуется следующими признаками: целью общения, набором языковых средств и формами (жанрами), в которых он существует.

Функциональный стиль речи – это своеобразный характер речи той или иной социальной разновидности, соответствующей определенной сфере деятельности и соотносительной с ней форме сознания. Таким образом, стиль литературного языка называется функциональным, потому что выполняет определенную функцию (роль) в речи.

Речь делится на разговорную и книжную. Разговорная речь используется обычно в непринужденных беседах со знакомыми, обычно в домашней (неофициальной) обстановке. Книжная речь обращена ко многим людям, ко всем желающим получить информацию. Она используется в книгах, газетах, на радио и телевидении, в официальных выступлениях и беседах. Ядро разговорной речи составляет разговорный стиль.

Разговорный стиль речи используется в непринужденных беседах со знакомыми, обычно в домашней (неофициальной) обстановке. Цель разговорного стиля – общение, обмен мыслями, впечатлениями. Высказывание обычно бывает непринужденным, живым, свободным в выборе слов и выражений, то есть отсутствует предварительный отбор языкового материала; в нем обычно раскрывается отношение автора к предмету речи и собеседнику. В нем употребляются, наряду с нейтральными, сниженные разговорные языковые средства: разговорно - бытовые слова, фразеологизмы: вымахал, мешкать, брякнуть, ледяшка, с жиру бесится, ни бе, ни ме; просторечные слова: давеча, завсегда; эмоционально окрашенные слова: тетенька, маменька, духотища, родненький; слова с переносным значением, частицы, междометия, обращения, вводные слова, повторы слов и т.д.

В разговорном стиле большую роль играют внеязыковые факторы: мимика, жесты, окружающая обстановка.

Обычная форма реализации этого стиля – диалог.

Сфера общения научного стиля отличается тем, что в ней преследуются цели наиболее точного, логичного, однозначного выражения мысли. Эта разновидность литературного языка употребляется в научных трудах ученых для выражения результатов исследовательской деятельности. Цель научного стиля - сообщение, объяснение научных результатов. Обычная форма реализации этого стиля – диалог.

Типичными для научной речи являются смысловая точность, безобразность, скрытая эмоциональность, объективность изложения, некоторая сухость и строгость.

В научном стиле хорошо используются следующие языковые средства: специальные слова, в том числе термины; специальная фразеология; сложные синтаксические конструкции, между которыми создается упорядоченная связь; конструкции с обобщающими родовыми наименованиями.

Слова употребляются преимущественно в прямом значении. Для дано стиля характерны значимость, точность, доказательность, аргументированность и строго системное изложение научных проблем.

Научный стиль реализуется в следующих присущих ему жанрах: монография, статья, диссертация, доклад, реферат, отзыв, рецензия, аннотация, учебник, лекция. В текстах научного стиля необходимы ссылки на источники, цитаты.

Одной из особенностей научного стиля является оперирование понятиями, которые отражают существенные свойства целых групп предметов и явлений. Понятие раскрывается в определении, которое обычно строится так: сначала указывается более широкое, родовое понятие, в которое входит определяемое, затем сообщается его отличительный, видовой признак, один или несколько. Официально – деловой стиль.

Этот стиль употребляется в официально – деловой сфере – в переписке граждан с учреждениями, учреждений друг с другом; в различных деловых бумагах, инструкциях, законодательных документах.

Задача этого стиля – сообщить точные сведения, имеющие практическое значение, дать точные рекомендации, указания.

Высказывание делового стиля обычно бывает официальным, точным, безэмоциональным, в нем имеет место предварительный отбор языковых средств.

В официально-деловом стиле преимущественно используются нейтральные языковые средства, слова в прямом значении, слова – термины, стандартные выражения (принимая во внимание, во исполнение решения, считать недействительным). В официальном стиле не допускается употребление экспрессивных, эмоционально окрашенных средств.

Официально-деловой стиль требует предельной точности выражения, которая должна исключать разное толкование. При написании деловых бумаг предусматривается стандартное расположение материала. Официально – деловой стиль располагает своими жанрами: устав, кодекс, закон, указ, приказ, доверенность, расписка, акт, протокол, инструкция, заявление, отчет. Обычная форма реализации этого стиля – монолог.

Публицистический стиль. Этот стиль используется в общественно-политической сфере жизни, в газетах, в передачах радио и телевидения, в выступлениях на собраниях и митингах, в агитационных выступлениях.

Цель публицистического стиля – сообщить информацию, имеющую общественно – политическое значение; воздействовать на слушателей и читателей для агитации и пропаганды общественно-политических идей в газетах и журналах, по радио и телевидению, на собраниях и митингах; сформировать у людей правильное отношение к общественным делам.

Высказывание обычно бывает злободневным по тематике, ярким, страстным, призывным, поэтому в публицистическом стиле имеет место предварительный отбор языковых средств.

К характерным языковым приметам относятся:

- совмещение в одном тексте книжных и разговорных средств;
- сочетание стандартных и экспрессивных выражений;
- использование, наряду с нейтральными, высоких, торжественных слов и фразеологизмов;
- использование слов в переносном значении;
- вопросительные и побудительные предложения, несложные синтаксические конструкции, риторические вопросы;
- повторы, обратный порядок слов, обращения, параллельный способ связи предложений;
- слова и обороты, окрашенные эмоциями торжественности, иронии, негодования, общественно-политическая лексика.

Публицистический стиль реализуется в форме публицистической статьи, очерка, памфлета, фельетона. Художественный стиль употребляется в словесно-художественном творчестве. Его цель – нарисовать живую картину, изобразить предмет или событие, передать читателю эмоции автора, воздействовать с помощью образов на чувства и мысли читателя и слушателя.

Высказывание обычно бывает конкретным, образным, наглядно представляемым, поэтому данный стиль предполагает предварительный отбор языковых средств.

В художественном произведении слово не только несет определенную информацию, но и служит для эстетического воздействия на читателя при помощи художественных образов. Чем ярче и правдивее образ, тем сильнее он воздействует на читателя. Выбирая единственно необходимые в каждом случае слова, писатели создают яркие и запоминающиеся образы природы и народной жизни, рисуют духовный мир своих героев, передают их речь во всем ее своеобразии.

В своих произведениях писатели изображают различные исторические эпохи; героями художественных произведений могут быть представители разных классов и социальных групп; действие может развиваться в самых разных местах нашей страны и за рубежом. Поэтому для реалистического воспроизведения действительности, для того, чтобы создать правдивые речевые характеристики героев, вызвать у читателей более точные представления об определенной исторической эпохе, о том месте, где развивается действие, писатели используют, когда это нужно, не только слова и формы литературного языка, но и устарелые диалектные и просторечные слова.

Так умелым использованием диалектизмов отличается яркий и самобытный язык М.А. Шолохова. Рисуя в романах жизнь донского казачества, автор вместо литературных слов изба, дом употребляет слово курень; место во дворе, огороженное для скота, называется базом и так далее.

Широко используют писатели и языковые средства разных стилей русского литературного языка, в том числе и разговорного, например, «Наконец-то под вечер, когда и люди и кони уже порядком устали, ямщик сказал: «Ну, вот и приехали! За этим мыском поворот».

Кроме вышеуказанных языковых средств можно отметить следующие: слова с конкретным значением, слова в переносном значении, эмоционально - оценочные слова, слова со значением признака или действия, со значением сравнения, сопоставления; предложения вопросительные, восклицательные, с однородными членами. В художественной речи наблюдается широкая и глубокая метафоричность, образность разных языковых уровней, здесь используются богатые возможности синонимии, многозначности. Характерно также и то, что изложение идет обычно не в каком-либо одном видовременном плане, а в разных. Этим создается большая выразительность, динамизм повествования.

Тема 16. Активность личности, методы изучения культурных систем и межкультурных коммуникаций

Активность личности – это психологическое понятие, отражающее состояние личности, которое можно рассматривать как особый вид деятельности или особую деятельность, отличающуюся интенсификацией своих основных характеристик (целенаправленности, мотивации, осознанности, владения способами и приёмами действий, эмоциональности), а также наличием таких свойств, как инициативность и ситуативность. В праксеологии активность личности (субъекта отношений) — передача сигнала субъекту отношений (объекту воздействия) во взаимозависимости по установлению (восприятию) нормы.

Термин активности широко используется в различных сферах науки как самостоятельно, так и в качестве дополнительного в различных сочетаниях. Причём в некоторых случаях это стало настолько привычным, что сформировались самостоятельные понятия. Например, такие как: активный человек, активная жизненная позиция, активное обучение, активист, активный элемент системы. Понятие активности приобрело такой широкий смысл, что при более внимательном отношении его использование требует уточнений.

Словарь русского языка даёт общеупотребительное определение «активного» как деятельного, энергичного, развивающегося. В литературе и бытовой речи понятие «активности» часто употребляется как синоним понятия «деятельность». В физиологическом смысле понятие «активности» традиционно рассматривается как всеобщая характеристика

живых существ, их собственная динамика. Как источник преобразования или поддержания ими жизненно значимых связей с окружающим миром. Как свойство живых организмов реагировать на внешние раздражения. Активность при этом соотносится с деятельностью, обнаруживаясь как её динамическое условие, как свойство её собственного движения. У живых существ активность изменяется в соответствии с эволюционными процессами развития. Активность человека приобретает особое значение как важнейшее качество личности, как способность изменять окружающую действительность в соответствии с собственными потребностями, взглядами, целями.

Большое значение придаётся «принципу активности». Н.А. Бернштейн (1966), вводя в психологию этот принцип, представлял его суть в постулировании определяющей роли внутренней программы в актах жизнедеятельности организма. В действиях человека существуют безусловные рефлексy, когда движение непосредственно вызывается внешним стимулом, но это как бы вырожденный случай активности. Во всех же других случаях внешний стимул только запускает программу принятия решения, а собственно движение в той или иной степени связано с внутренней программой человека. В случае полной зависимости от неё мы имеем дело с так называемыми «произвольными» актами, когда инициатива начала и содержание движения задаются изнутри организма.

В социологии используется понятие социальной активности. Социальная активность рассматривается как явление, как состояние и как отношение. В психологическом плане существенным представляется характеристика активности как состояния - как качество, которое базируется на потребностях и интересах личности и существует как внутренняя готовность к действию. А также как отношения - как более или менее энергичная самодеятельность, направленная на преобразование различных областей деятельности и самих субъектов.

В психологии в рамках деятельностного подхода, также наблюдается некоторое непринципиальное расхождение в трактовке активности. Психологическая теория деятельности рассматривает макроструктуру деятельности в виде сложного иерархического строения. В её состав включают несколько уровней, в числе которых называют: особые виды деятельности, действия, операции, психофизиологические функции. Особые виды деятельности в этом случае выступают как совокупность действий, вызываемых одним мотивом. К ним обычно относят игровую, учебную и трудовую деятельность. Их же называют формами активности человека. (Ю.Б. Гиппенрейтер, 1997). Б.Г. Ананьев, помимо указанных, к множеству «активно-деятельностных форм отношения человека к миру» причисляет также боевую и спортивную деятельность, познание, общение, управление людьми, самодеятельность (Л.И. Анциферова, 1998). Активность, в данном случае, соответствует особенной форме деятельности или особенной деятельности.

По мнению К.А. Абульхановой-Славской (1991), посредством активности человек решает вопрос о согласовании, соизмерении объективных и субъективных факторов деятельности. Мобилизуя активность в необходимых, а не в любых формах, в нужное, а не в любое удобное время, действуя по собственному побуждению, используя свои способности, ставя свои цели. Тем самым, оценивая активность, как часть деятельности, как её динамическую составляющую, реализуемую ситуативно, то есть в нужный момент времени.

Ещё одна трактовка понятия активности предложена В.А. Петровским (1996), предлагающим рассматривать личность как подлинный субъект активности. Проследивая историю форм деятельности субъекта, он выделяет три последовательных этапа в истории становления деятельности:

Функционирование или жизнедеятельность особи как предпосылку деятельности. Функционирование - первое и простейшее проявление жизни - может быть описано в плане взаимодействия субъекта с объектом, в ходе которого обеспечивается целостность присущих субъекту телесных структур. Функционирование опирается на возможности непосредственного взаимодействия субъекта с его окружением. Отлучение живых тел от источников их

существования оказывается губительным, так как способности к функционированию ещё недостаточно для преодоления возникших барьеров.

Деятельность, как условие выживания субъекта. Деятельность снимает присущие предыдущей ступени развития ограничения. Посредством деятельности субъект получает возможность достичь предмет, прежде удалённый от него, но необходимый для функционирования.

Активность, как высшую форму развития деятельности.

В процессе развития человека возникают новые, вспомогательные формы взаимодействия с миром, нацеленные на обеспечение и поддержание самой возможности деятельности субъекта. Эти формы движения складываются внутри предшествующих деятельностей и, перерастая в деятельность, носящую самоподчиненный характер, они становятся тем, что может быть названо активностью субъекта.

Одной из главных теоретических проблем при рассмотрении понятия активности личности является соотнесение понятий «активности» и «деятельности». Трудность заключается в том, что в большом количестве случаев эти термины выступают как синонимы.

На основе анализа позиций специалистов, выделяют ряд общих существенных признаков активности личности. К ним относятся представления об активности как:

- форме деятельности, свидетельствующем о сущностном единстве понятий активности и деятельности;
- деятельности, к которой у человека возникло собственное внутреннее отношение, в которой отразился индивидуальный опыт человека;
- лично значимой деятельности: форме самовыражения, самоутверждения человека с одной стороны и о человеке, как о продукте активного и инициативного взаимодействия с окружающей социальной средой - с другой;
- деятельности направленной на преобразование окружающего мира;
- качестве личности, личностном образовании, проявляющимся во внутренней готовности к целенаправленному взаимодействию со средой, к самодеятельности, базирующейся на потребностях и интересах личности, характеризуемой стремлением и желанием действовать, целеустремленностью и настойчивостью, энергичностью и инициативой.

Представление об активности как форме деятельности, позволяет утверждать, что активности должны быть присущи основные составляющие деятельности (В.Н. Кругликов, 1998). В психологии к ним относят: цель или целенаправленность, мотивацию, способы и приёмы, с помощью которых осуществляется деятельность, а также осознанность и эмоции. Говоря о цели, подразумевают, что любая деятельность осуществляется для чего-то, то есть, что она направлена на достижение определённой цели, которая трактуется как сознательный образ желаемого результата и определяется мотивацией субъекта деятельности. Человек, находясь под воздействием комплекса внешних и внутренних мотивов, выбирает главный из них, который превращается в цель деятельности направленной на его достижение.

Поэтому цель можно также рассматривать как главный осознанный мотив. Отсюда становится понятным, что продуктивная деятельность носит мотивированный и осознанный характер. Однако не все мотивы, в отличие от целей, осознаются человеком. Это не означает, однако, что неосознаваемые мотивы не представлены в сознании человека. Они проявляются, но в особой форме, в форме эмоций, как элемент эмоциональной составляющей деятельности. Эмоции возникают по поводу событий или результатов действий, которые связаны с мотивами. В теории деятельности эмоции определяются как отражение отношения результата деятельности к её мотиву. Кроме того, они выступают одним из оценочных критериев выбора направления действий. Способы и приёмы выступают элементом деятельности, но не просто как средство для осуществления действия, к которому приспособляются движения, а как элемент схемы действия, как орудие, обогащающее последнее ориентацией на отдельные свойства предмета-орудия.

Определяя активность как особую форму деятельности требуется осознавать её отличия, её особенности. В качестве отличительных черт предлагается рассматривать интенсификацию основных характеристик деятельности, а также присутствие двух дополнительных свойств: инициативности и ситуативности.

Интенсификация отражает тот факт, что во всех характеристиках активности в явной форме просматриваются элементы качественно-количественных оценок. Наблюдается повышение выраженности и интенсивности её составляющих, а именно усиление осознанности, субъективности, личностной значимости целей, отмечается более высокий уровень мотивации и владения субъектом способами и приёмами деятельности, повышенная эмоциональная окрашенность.

Под инициативностью понимается почин, внутреннее побуждение к деятельности, предприимчивость и их проявление в деятельности человека. Очевидно, что инициатива тесно связана и выступает проявлением мотивации, степени личностной значимости деятельности для человека, является проявлением принципа активности, свидетельствуя о внутренней включенности субъекта в процесс деятельности, о ведущей роли в нём внутреннего плана. Она свидетельствует о волевых, творческих и психофизических способностях личности. Тем самым, выступает интегративным показателем соотношения личностных особенностей и требований деятельности.

Ситуативность активности может рассматриваться как характеристика, свидетельствующая о переходе деятельности в иное качество - качество активности в том случае, когда усилия, направленные на достижение цели превосходят нормированный уровень деятельности и необходимы для её достижения. При этом уровень активности может рассматриваться с двух позиций - внешней по отношению к субъекту и внутренней. В первом случае активность может соответствовать нормативно определённой цели или превышать её. Для характеристики такой активности используют понятия «надситуативной» и «сверхнормативной активности», под которыми понимается способность субъекта подниматься над уровнем требований ситуации или, соответственно, официально предъявляемых обществом нормативными требованиями.

Во втором случае активность рассматривается с точки зрения субъекта и соотносится с внутренне определяемой целью, отвечающей не внешним, социально обусловленным, а его личным внутренним целям. Для личности активность всегда «нормативна», поскольку соответствует поставленной цели, в случае достижения которой деятельность теряет свою энергетическую основу - мотивацию и развивается до уровня надситуативности, очевидно, не может. Деятельность, которая не позволила субъекту достичь поставленной цели, традиционно считается недостаточно активной или «пассивной», то есть в принципе, не может называться активностью.

Уровень активности, её длительность, устойчивость и другие показатели зависят от согласованности и оптимальных сочетаний разных компонентов: эмоционального, мотивационного и др. В связи с чем, в зависимости от способа связи психических и личностных уровней активности она может приобретать оптимальный или неоптимальный характер. Например, поддерживать определённый уровень активности можно двумя способами: перенапряжением всех сил, что ведёт к утомлению, падению активности, и за счёт эмоционально-мотивационного подкрепления. Именно эти два подхода, например, отличают традиционное обучение в высшей школе, построенное с опорой на лекционные занятия и инновационные формы обучения, опирающиеся на методы активного обучения активное обучение.

История же становления межкультурной коммуникации как учебной дисциплины убедительно свидетельствует, что она изначально формировалась на основе интеграции различных гуманитарных наук и их методов. Основоположниками межкультурной коммуникации были представители различных научных отраслей: лингвистики, антропологии, психологии, социологии, этнологии, фольклористики и т.д. В процессе их совместной работы

теории и методы этих областей знаний смешивались, придавая межкультурной коммуникации интегративный характер, который стал и остается в ней до сих пор основополагающим.

В результате постепенно сложились три методологических подхода к изучению межкультурного общения: функциональный, объяснительный и критический. Эти подходы основываются на различных представлениях о природе человека, человеческом поведении и природе человеческих знаний.

Функциональный подход сложился в 1980-е годы и основывается на методах социологии и психологии. Согласно этому подходу культуру любого народа можно описать с помощью различных методов. Любые изменения в культуре также могут быть измерены и описаны. Культура определяет поведение и общение человека, и поэтому они также поддаются описанию и могут быть предсказаны. Основная цель заключается в том, чтобы показать специфику влияния культуры на коммуникацию. Сравнение культурных различий взаимодействующих сторон позволяет предсказать успех или провал их коммуникации.

Результатом функционального подхода стала **теория коммуникационного приспособления**, которая утверждает, что в ситуациях межкультурной коммуникации люди зачастую меняют модели своего коммуникативного поведения, приспосабливаясь к моделям партнеров по общению. При этом изменение стиля коммуникации происходит быстрее во время ненапряженного, спокойного общения или в случаях, когда партнеры не видят большой разницы между собой и собеседником.

Объяснительный (или интерпретирующий) подход. Цель объяснительного подхода заключается в том, чтобы понять и описать, но не предсказать поведение человека. Сторонники объяснительного подхода рассматривают культуру как среду обитания человека, созданную и изменяемую через общение. В этом подходе используются методы антропологии и лингвистики: ролевые игры, включенное наблюдение и др. Основное внимание обычно акцентируется на понимании коммуникационных моделей внутри отдельной культурной группы. В процессе исследований межкультурного общения, основанных на объяснительном подходе, был сделан вывод, что коммуникационные правила той или иной общности людей основываются на культурных ценностях и представлениях этой конкретной группы.

Критический подход. Сторонники данного направления интересуются прежде всего историческим контекстом коммуникации. В своих исследованиях они исходят из того, что в общении всегда присутствуют силовые отношения. С этой точки зрения культура рассматривается ими как поле борьбы место, где многочисленные объяснения и интерпретации культурных явлений собираются вместе и где всегда есть доминирующая сила, которая определяет культурные различия и характер объяснения. Целью изучения межкультурной коммуникации является объяснение человеческого поведения, а через него — изменение жизни людей. По убеждению сторонников критического подхода, изучение и описание доминирующей в культурных ситуациях силы научит людей ей противостоять и более эффективно организовывать свое общение с другими людьми и культурами.

Основным методом критического подхода является анализ текстов.

Главное отличие состоит в том, что этот процесс основывается на анализе и интерпретации реальных культурных контактов. Отсюда наиболее эффективным методом как изучения, так и обучения межкультурной коммуникации оказался тренинг, который по сравнению с классическими академическими формами организации учебного процесса в большей степени отвечал специфическим требованиям и трудностям межкультурного обучения благодаря своей близости к практике и интенсивности обучения. К их числу относятся: биографическая рефлексия, полевое наблюдение, интерактивное моделирование, ролевые игры, самооценка, симуляции.

Метод биографической рефлексии предполагает осмысление собственной биографии с целью основ выяснения своей собственной идентичности и форм ее проявления в повседневной жизни. С помощью анализа биографии и воспроизведения прошлых жизненных ситуаций актуализируются чувства и осознаются события, определившие формирование личности

человека. Подобная работа над собственной биографией помогает рефлексировать различные стороны человеческой жизнедеятельности, определять природу ценностных ориентации и интересов и поэтому может применяться при различных методологических подходах.

Метод интерактивного моделирования ориентирован на сознательное воспроизведение регулярно возникающих различных индивидуальных и групповых ситуаций межкультурного общения; глубже познаются интересы взаимодействующих сторон, их формы поведения, развивается способность к восприятию норм и ценностей чужой культуры.

Метод самооценки своей целью ставит выделение определенных типов поведения при межкультурном общении и рассмотрение их под соответствующим углом зрения. Эта цель достигается посредством общественных опросов, структурированных наблюдений и тестов. Полученные результаты становятся темами для аналитических дискуссий и обсуждений о типах межкультурного поведения и их результатах в межкультурном общении.

Метод симуляции заключается в искусственном создании конкретных ситуаций межкультурного общения и прогнозировании возможных вариантов и результатов исходя из различных точек зрения и аспектов.

Практика использования рассмотренных методов позволяет сделать вывод, что с их помощью могут сравниваться две или более культуры, акцентировать внимание как на общих трудностях процесса коммуникации, так и на частных случаях межкультурного общения. Использование данных методов в процессе обучения межкультурной коммуникации позволяет подготовить представителей различных культур к эффективным контактам с чужими культурами, научить их понимать своих партнеров по коммуникации и добиваться поставленных целей и результатов.

Вопросы для самопроверки знаний по разделу 7:

1. В каких областях знания широко используется понятие «идентичность»?
2. В чем смысл понятия «культурная идентичность»?
3. Интенсивное развитие межкультурных контактов делает актуальной проблему не только культурной, но и этнической идентичности. Это вызвано целым рядом причин. Перечислите эти причины.
4. Содержание этнической идентичности составляют...
5. В отличие от социализации понятие инкультурация подразумевает...
6. Когда начинается первичная стадия инкультурации?
7. Когда начинается вторичная стадия инкультурации?
8. В психологии выделяют четыре дистанции общения. Перечислите их.
9. Функциональный аспект культуры речи – это...
10. К характерным языковым приметам относятся...
11. Активность личности – это
12. Какая трактовка понятия активности предложена В.А. Петровским?
13. Какие существенные признаки активности личности Вам знакомы?
14. Под инициативностью понимается...

Заключение

Необходимость установления и укрепления международных связей обусловлена расширением культурных границ и приобрела статус насущной необходимости. Особенно эта тематика актуализировалась в последнее время. Однако в процессе межкультурного взаимодействия деловой человек сталкивается с рядом трудностей, среди которых языковое различие является далеко не единственным. Несовпадения в восприятии окружающего мира носителями разных культур влечет за собой непонимание и конфликт. Для эффективного преодоления межкультурных противоречий становится чрезвычайно важным умение строить конструктивные отношения с партнерами - носителями иных культур, основанное на способности признавать альтернативные ценности и модели мышления, и поведения другого.

Люди разных культур пользуются одними и теми же основными понятиями, но вкладывают в них разный смысл. Это определяет особенности их поведения, которое часто представляется иррациональным и противоположным тому, что считается очевидным. Поведение других народов имеет свои причины. Здесь существуют свои характерные черты, закономерности и традиции. Интеграция интересов в мировое бизнес-сообщество не может проходить быстро и безболезненно. Процесс создания результативного и гармоничного для обеих сторон диалога называется межкультурными коммуникациями. Их роль в организации бизнес-процессов, без преувеличения, можно назвать одной из важнейших при грамотном подходе к осуществлению внешнеэкономической деятельности. Учет многочисленных нюансов и аспектов национальной культуры страны - партнера при планировании и непосредственном участии в деловом сотрудничестве дает неоспоримое преимущество перед конкурентами и избавляет от неоправданных рисков.

Учет возможностей и закономерностей межкультурного диалога в процессе деловых коммуникаций будет способствовать их оптимизации. Настрой на слаженность взаимодействия во всех сферах гуманитарного сотрудничества, бизнеса и социальных отношений будет только способствовать улучшению процессов межкультурного обмена.

Литература

1. Анисимова Т.В. Современная деловая риторика: учебное пособие/Т.В. Анисимова, Е.Г. Гимпельсон. – М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 2002.
2. Белая Е.Н. Теория и практика межкультурной коммуникации. - Омский государственный университет, 2008 - 208 с.
3. Боголюбова Н.М. Межкультурная коммуникация: учебник для вузов/Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева. - М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 582 с. - (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16204-2. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544893>
4. Брайтон К. Оценивание межкультурной коммуникативной компетенции//Педагогическое образование в России. - 2013. - № 1. - С. 207 - 214.
5. Бутенин Е.М. Практикум по межкультурной коммуникации: учебник и практикум для вузов/ Е.М. Бутенина, Т.А. Иванкова. – М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 184 с. - (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14071-2. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543745>
6. Василик М.А. Основы теории коммуникации: учебник/М.А. Василик. – М.: Гардарики, 2003.
7. Гришаева Л.И. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: Академия, 2007. - 331 с.
8. Владимирова Т.Е. Призванные в общение. Русский дискурс в межкультурной коммуникации. – М.: URSS: [ЛИБРОКОМ, 2010]. - 299 с.
9. Жернакова М.Б. Деловые коммуникации: учебник и практикум для вузов/М.Б. Жернакова, И.А. Румянцева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 319 с. - (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535858>
10. Жернакова М.Б. Деловые коммуникации: учебник и практикум для вузов/М.Б. Жернакова, И.А. Румянцева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 319 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535858>
11. Колышкина Т.Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство: учебное пособие для вузов/Т.Б. Колышкина, И.В. Шустина. - 3-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 145 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14216-7. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538163>
12. Колышкина Т.Б. Деловая культура: учебное пособие для среднего профессионального образования/Т.Б. Колышкина, И.В. Шустина. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 145 с. - (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-15388-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538357>
13. Коноваленко М.Ю. Деловые коммуникации: учебник и практикум для вузов/ М.Ю. Коноваленко. -2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 466 с. - (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535825>
14. Кривокора.Е.И. Деловые коммуникации. Учеб.пособие. - М.: Инфра, 2011.
15. Кузин Ф.А. Культура делового общения: практическое пособие/Ф.А. Кузин. – М., 1996.
16. Культура устной и письменной речи делового человека: справочник. Практикум. – М., 1997.
17. Льюис Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. - М.: Дело, 1999.
18. Международный менеджмент/Под ред. С.Э. Пивоварова, Д.И. Баркана, Л.С. Тарасевича. - СПб.: Питер, 2000.

19. Морозов А.В. Деловая психология [Текст] / А.В. Морозов. – СПб.: Союз, 2002.
20. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. – М.: Логос, 2008 - 114 с.
21. Персикова Т.Н. Корпоративная культура: учебник – М.: Логос, 2011. - 286 с.
22. Попов С.Г. Социальный менеджмент. Уч. пособие. - М.: Ось-89, 2009.
- Ратников В.П. Деловые коммуникации: учебник для вузов/В.П. Ратников; ответственный редактор В.П. Ратников. - М.: Изд-во Юрайт, 2022. – 459 с. - (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15744-4. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509587>
23. Самохина Т.С. Они и мы. Америка, Англия и Россия//<http://vocabul.ru/lib/culture/theyandus/>
24. Скаженик Е.Н. Практикум по деловому общению/Е.Н. Скаженик. – Таганрог: Изд-во ТРГУ, 2005.
25. Смирнова Г.Е. Особенности историко-ментального развития России и Англии XVIII в. в контексте современных культурологических теорий//Вестник Московского университета. Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. - № 1. - С. 172 - 179.
26. Теория межкультурной коммуникации: учебник и практикум для вузов/ Ю.В. Таратухина [и др.]; под редакцией Ю.В. Таратухиной, С.Н. Безус. - М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 254 с. - (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-17178-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536693>
27. Тромпенаарс Ф., Хампден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса. - М.: Попурри, 2005.
28. Тхорик В.И. Лингвокультурология и межкультурная коммуникация. учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: ГИС, 2005. - 258 с.
29. Черенков В.И. Международный бизнес. Учеб. - метод. комплекс. – Р/Д.: Феникс, 2006.
30. Юдина А.И. Культурная политика: межкультурная коммуникация и международные культурные обмены: практическое пособие для вузов/А.И. Юдина, Л.С. Жукова. - 2-е изд. - М.: Изд-во Юрайт, 2024. — 47 с. — (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11591-8. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542726>
31. Янковая В.Ф. Деловая переписка [Текст]: учебно-практическое пособие / В.Ф. Янковая. – М.: ВНИИДАД., 2007.

Учебно-тренировочный тест по тематике учебника

(необходимо проверить правильность указанных ответов)

1. Социальная коммуникация - это
 - а) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств +
 - б) сообщения в СМИ
 - в) инженерные пути сообщения

2. Какое из перечисленных ниже явлений может возникнуть из-за культурных различий в ожиданиях по коммуникации?
 - а) гиперактивность
 - б) инерция
 - в) культурный шок +
 - г) эмпатия

3. Под межкультурной коммуникацией понимается общение языковых личностей, принадлежащих к различным...
 - а) лингвокультурным сообществам +
 - б) социальным сообществам
 - в) профессиональным сообществам

4. Отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит в:
 - а) способах кодирования информации +
 - б) каналах связи
 - в) целях передачи информации

5. К вербальной коммуникации не относится:
 - а) письмо
 - б) говорение
 - в) слушание +

6. Межличностная коммуникация — это такая коммуникация:
 - а) ретинальная
 - б) аксиальная +
 - в) невербальная

7. Реклама не относится к:
 - а) массовой коммуникации
 - б) интегрированным маркетинговым коммуникациям
 - в) аутокоммуникации +

8. К невербальной коммуникации не относится:
 - а) слушание +
 - б) таксеика
 - в) просодика

9. К электронным СМИ не относится:
 - а) ТВ
 - б) радио
 - в) газета +

10. К коммуникационным революциям относится изобретение:

- а) колеса
- б) книгопечатания +
- в) лазерного оружия

11. Процесс взаимного общения, когда реплика сменяется ответной фразой и происходит постоянная смена ролей:

- а) чтение
- б) монолог
- в) диалог +

12. Речевая тактика, заключающаяся в использовании неожиданной информации:

- а) неожиданность +
- б) обращение к авторитету
- в) момент неформальности

13. Включает в себя все виды речевой деятельности участников общения: говорение, слушание, письмо, чтение – ... компонент коммуникации:

- а) речевой
- б) процессуальный +
- в) знаковый

14. Речевая тактика, при которой неблагоприятную информацию подкрепляют словами, что «так бывает», называется:

- а) неожиданностью
- б) примером
- в) обобщением +

15. Краткая запись содержания прочитанного называется:

- а) аннотацией
- б) лекцией
- в) конспектом +

16. Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми — это процесс

- а) общения +
- б) понимания
- в) восприятия

17. Коммуникативная сторона общения:

- а) взаимопонимание участников общения
- б) обмен информацией между людьми +
- в) организация взаимодействия между людьми

18. Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле:

- а) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности +
- б) хозяйственных сооружений
- в) транспортной инфраструктуры

19. Модель, которая трактует эффект воздействия маркетинговых коммуникаций с точки зрения трех фаз отношений потребителя к продукту, называется моделью:

- а) простого воспроизводства
- б) «иерархии эффектов» +
- в) реализации

20. Разрушение коммуникаций Винер назвал:

- а) энтропией +
- б) антропией
- в) интропией

21. Радио было изобретено в:

- а) 1895 г. +
- б) 1907 г.
- в) 1917 г.

22. К механизмам перцепции в межличностной коммуникации не относится:

- а) эмпатия
- б) мифологизация +
- в) стереотипизация

23. Теоретиком символического интеракционизма был:

- а) Пирс
- б) Торндайк
- в) Мид +

24. «Теорию социального обмена» предложил:

- а) Черри
- б) Хоманс +
- в) Спенсер

25. Как называется модель коммуникационного процесса, разработанная Шенноном и Уивером:

- а) мысленная
- б) лингвистическая
- в) информационно-математическая +

26. Автор интерактивной модели коммуникативного процесса:

- а) Якобсон
- б) Ньюкомб +
- в) Смайл

27. Не является основоположником семиотики:

- а) Лазарсфельд +
- б) Пирс
- в) Соссюр

28. Типология знаков, предложенная Пирсом, — это:

- а) естественные и искусственные знаки
- б) дорожные, музыкальные, денежные знаки
- в) конические, индексальные, символические знаки +

29. Не используется для изучения социальной коммуникации концептуальный подход:
- а) фонетический +
 - б) семантический
 - в) когнитивный

30. Модель управляемой коммуникации с обратной связью предложил:

- а) Ясирс
- б) Винер +
- в) Гутенберг

Краткий глоссарий по тематике учебника

Адиафары - необязательные, но желательные к соблюдению обычаи.

Аккультурация - процесс взаимовлияния культур (обмен культурными особенностями), восприятия одним народом полностью или частично культуры другого народа. При этом оригинальные культурные модели одной или обеих групп могут быть изменены, но и группы по-прежнему различны.

Алиенация, отчуждение («alienation») — результат аккультурации, потеря своей культуры и нежелание / невозможность принять чужую.

Ассимиляция - потеря одной частью социума (или целым этносом) своих отличительных черт и их замена на позаимствованные у другой части (другого этноса). В целом, это этнокультурный сдвиг в самосознании определенной социальной группы, ранее представлявшей иную общность в плане языка, религии или культуры.

Гендерная идентичность - идентификация личности с группой, обладающей культурными нормами, соответствующими представлениям о мужественности или женственности.

Гендер - не то же самое, что биологический пол. Это следование образцам поведения, соответствующим сложившемуся в обществе представлению о том, что значит быть мужчиной или женщиной, это «социальный пол», который определяет поведение человека в обществе.

Деконциональность, деколонизальная опция/поворот — направление в философии, предлагающее альтернативный взгляд на знание и общественный порядок, отказ от риторики модерности и логики колониальности, а также переформатирование колониальной матрицы власти. *Д. о.* подразумевает борьбу против притеснений и злоупотреблений правительств и корпораций, а также стимулирование дискуссии об отсутствии только одного набора правил игры.

Диалог (по М.М. Бахтину) — это «взаимопонимание участвующих в этом процессе, это развитие, взаимодействие». По мнению ученого, великие явления в культуре рождаются только в диалоге различных культур, только в точке их пересечения. «Один смысл раскрывает свои глубины, встретившись и соприкоснувшись с другим, чужим смыслом: между ними начинается как бы диалог, который преодолевает замкнутость и односторонность этих смыслов, этих культур. При такой диалогической встрече двух культур они не сливаются и не смешиваются, но они взаимно обогащаются». («Dia» — два, «logos» - «Логос» - «слово», «мысль», «смысл», «понятие», «число»; «Лид.оуд» («разговор») — первоначальное значение — разговор, беседа).

Диалог культур - понятие, получившее широкое хождение в философской публицистике и эссеистике XX в. Чаще всего оно понимается как взаимодействие, влияние, проникновение или отталкивание разных исторических или современных культур, как формы их конфессионального или политического существования.

Идентичность (по Э. Эриксону) — ощущение самостождественности личности. Это ощущение тождественности нашего «Я» самому себе, несмотря на изменения, которые происходят с нами в течение жизни. Однако идентичность может пониматься и как «соотнесение индивида с социальной группой или этносоциальной общностью, с которой он разделяет определенные нормы, ценности, групповые установки, а также то, как воспринимают человека окружающие, с какой из групп его соотносят». Каждый человек является членом нескольких социальных групп, и в зависимости от характера той или иной группы, а также природы самой идентичности, выделяют разные ее виды.

Императивы - обычаи, требующие неукоснительного соблюдения. Прекрасной иллюстрацией в данном случае является допустимость длительного визуального контакта в разных культурах. В Латинской Америке длительный контакт взглядов при общении считается обязательным, в Японии — недопустимым. Также к императивам можно отнести некоторые поведенческие табу (ношение изделий из кожи при контакте с индейцами хинди, запрет на

алкоголь в мусульманских странах, критика семьи в Мексике, вхождение в офис без стука в Германии).

Интеграция - стратегия аккультурации, предполагающая вхождение в новую культуру без утраты первичной культурной идентичности. Она возможна только при взаимном стремлении обеих сторон (представителей культуры-донора и культуры-реципиента) к сотрудничеству, при их взаимоуважении и понимании необходимости сохранения уникальных черт каждой из них.

Картина мира - 1) культурная (понятийная, концептуальная) картина мира — это отражение реальной картины через призму понятий, сформированных на основе представлений человека, полученных с помощью органов чувств и прошедших через его сознание, как коллективное, так и индивидуальное; 2) языковая картина мира отражает реальность через культурную картину мира.

Колониализм - подчинение и эксплуатация государством (группой государств) с помощью методов военного, политического и экономического принуждения народов, стран и территорий, как правило, экономически менее развитых и имеющих инациональное население. Термин «Колониализм» используется для характеристики системы господства развитых стран Европы (с конца XV в.) и США (с XIX в.) над обширными областями Азии, Африки, Латинской Америки, Австралии и Океании до начала 1960-х гг., а также Японии (в первой половине XX в.) над рядом районов Восточной Азии и Океании.

Колониальность — культивация и поддержание онтологической, экономической, социальной, расовой, гносеологической зависимости от модерности, которая продолжает определять узаконенную норму для всего человечества и классифицировать всех остальных людей как отклонения от нее, полностью отвергаемые или подлежащие переделкам с целью приближения их к определенному западному идеалу.

Колониальность бытия — воздействие колонизации на конкретный живой жизненный опыт индивида и на язык. Присвоение недочеловеческого статуса колонизированным народам (классификация людей на не вполне рациональных, неразвитых, незрелых, недостаточно мужественных или отклоняющихся от мифической сексуальной нормы).

Коммуникация - специфический акт обмена информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

Коммуникация кросс-культурная - процесс обмена информацией, при котором участники при коммуникации не прибегают к собственным традициям, обычаям, представлениям и способам поведения, а знакомятся с чужими правилами и нормами повседневного общения.

Коммуникация межкультурная - связь и общение между представителями различных культур (взаимодействие между родной культурой и культурой носителей изучаемого языка).

Корпоративная культура - сложное многоуровневое образование, включающее в себя философские, мировоззренческие установки, цели, миссию, стратегии, модели поведения и т.д. Как и любая знаковая система, корпоративная культура состоит из совокупности вербальных и невербальных языков. Например, корпоративные «мифы и легенды» — это ярко выраженная невербальная составляющая, а обряды (различного рода «инициирования») — вербальная составляющая, погруженная в реальный контекст.

Кросс-культурная психология («cross-cultural psychology») — область психологии, занимающаяся изучением закономерностей развития и функционирования психики в контексте обусловленности ее формирования социальными, культурными и экологическими факторами.

Кросс-культурная среда - информационное пространство, характеризующееся диффузным сосуществованием разнородных культурных сред.

Культура - 1) коллективная ментальная запрограммированность, часть предопределенности нашего восприятия мира, общая с другими представителями нашей нации, региона или группы и отличающая нас от представителей других наций, регионов и групп (Г. Хофстеде); 2) научаемое поведение. Культура — в той же степени индивидуальный психологический конструкт, как и социальный. Культуру формируют главным образом следующие факторы — экология и история. Данные факторы влияют на поведение индивидов,

принадлежащих к данной культуре, и создают способы социализации детей (Н. М. Лебедева); 3) «часть человеческого окружения, созданная самими людьми» [Херсковиц]. В этом смысле к культуре принадлежит каждый, даже простейший предмет, созданный человеком, любая мысль, зародившаяся в его сознании. Культура — это то, что не есть природа. В социологических определениях культуры часто называют следующий комплекс ее элементов: идеи, передаваемые из поколения в поколение; связанные с ними системы ценностей, которые в свою очередь определяют поведение индивидов и групп, их способы мышления и восприятия.

Культурная диффузия - взаимное проникновение отдельных явлений культуры или целых ее комплексов из одной культуры в другую при их взаимодействии.

Культурное взаимодействие - это культурный контакт, который может пройти бесследно, а может закончиться сильным влиянием взаимодействующих культур друг на друга либо односторонним влиянием. По своей сути диффузия означает «заимствование» каких-либо достижений одной культуры у другой.

Культурный ассимилятор - это обучающий тренажер, с помощью которой членов одной культуры помещают в модели поведения, социальные положения, обычаи, уклад, ценности другой культуры.

Культурный интеллект – это:

1) способность выбора адекватной коммуникативной стратегии в зависимости от культурного контекста коммуникации, а также задач, поставленных индивидуумом;

2) способность индивида понимать малознакомые контексты и приспосабливаться к ним.

Культурный интеллект состоит из трех компонентов: когнитивный, материально-действенный, эмоциональномотивационный. По сути, развитый культурный интеллект — это та составляющая часть личности, которая позволит ей быстро адаптироваться в условиях поликультурной энтропии социальному определению. Под культурным интеллектом понимается способность личности эффективно взаимодействовать с представителями разных культур, распознавать незнакомые и многозначно трактуемые сигналы, получать необходимые знания о культурных особенностях, предвидеть последствия своих слов и действий в коммуникации с представителями других культур и вести себя в данном контексте конструктивно. Культурный интеллект — это, согласно определению исследователей, способность понимать малознакомые контексты и приспосабливаться к ним. На наш взгляд, генезис кросс-культурной компетентности состоит из развитого культурного интеллекта, адекватного самоанализа, социального анализа и управления межличностными отношениями. Сюда же может быть добавлена рефлексия актуального опыта и пополнение «банка данных» (обратная связь). По сути, развитый культурный интеллект — это та составляющая часть личности, которая позволит ей быстро адаптироваться в условиях поликультурной энтропии. Не стоит упоминать лишний раз, что для тьюторов, работающих в поликультурном пространстве, развитие культурного интеллекта является одной из обязательных составляющих черт профессиональной личности.

Культурный синдром - определенный набор ценностей, установок, верований, норм и моделей поведения, которыми одна группа культур отличается от другой.

Маргинализация - потеря первичной культурной идентичности и отсутствие идентификации с новой культурой. Эта ситуация возникает из-за потери контакта со своей (изначальной) культурной группой, невозможности поддерживать собственную идентичность и нежелания влиться в новую культуру. Маргинализация часто является следствием дискриминации со стороны принимающей культуры.

Межкультурное взаимодействие - сознательный и динамический процесс взаимопонимания в ходе осуществления участниками межкультурного диалога различных видов деятельности, способствующий их взаимообогащению и развитию. Для межкультурного взаимодействия понимание и принятие «другого» человека, уважительное отношение к нему и его культуре, стремление создать нечто общее на основе «своего» и «чужого» являются необходимыми условиями его успешности, так как подход к межкультурной коммуникации как

транзакции предполагает, что каждая без исключения культура что-то отдает и что-то получает от контакта с другой культурой и что этот контакт создает возможности для совместного творения смыслов участниками межкультурной коммуникации, (согласно теории Утехиной). Взаимное проникновение сред или их пересечение с последующим процессом изменения, обогащения методами, идеями, способствующими развитию родной среды.

Межкультурное затруднение - это ситуация незнания, непонимания, неприятия в процессе межкультурного взаимодействия, неумение достигать взаимопонимания в ходе межкультурного диалога.

Межкультурное общение - функционально обусловленное коммуникативное взаимодействие людей, выступающих носителями разных культурных сообществ в силу осознания ими или другими людьми их принадлежности к разным геополитическим, континентальным, региональным, религиозным, национальным и этническим сообществам, социальным субкультурам.

Межкультурные компетенции - способность применять знания, умения, успешно действовать на основе практического опыта при решении задач общего рода в области межкультурных коммуникаций.

Менталитет - устойчивая совокупность психических, интеллектуальных, эмоциональных и культурных особенностей, присущих той или иной этнической группе. Также этот термин может быть использован для характеристики мировоззрения, образа мысли конкретного человека

Модель коммуникации Г. Лассуэлла - линейная (классическая) модель коммуникации Г. Лассуэлла включает пять основных элементов коммуникативного процесса: кто? (передает сообщение) - коммуникатор; что? (передается) - сообщение; как? (осуществляется передача) - канал; кому? (направлено сообщение) - аудитории; с каким эффектом? (эффективность сообщения) - результат. «Формула» Лассуэлла стала как собственно моделью, отражающей структуру коммуникативного процесса, так и моделью исследования этого процесса, его структуры и отдельных элементов. В соответствии с этой структурой Лассуэлл выделяет следующие разделы исследования коммуникации, каждый из которых представляет ответ на соответствующий вопрос:

- анализ управления процессами коммуникации: при ответе на вопрос «кто?» рассматриваются факторы, которые открывают и направляют сам акт коммуникации (в первую очередь, это сам коммуникатор);

- анализ содержания передаваемых сообщений, сюда же включается статистический анализ частоты упоминаний тех или иных фактов и событий;

- анализ средств и каналов, с использованием которых передаются сообщения; выявление средств, адекватных характеру передаваемых сообщений и наиболее приемлемых для получателя;

- анализ получателей, являющийся жизненно важным для результативной коммуникации;

- анализ результатов («эффекта») коммуникативного воздействия; в целом результативность коммуникации оценивается на основании возникшего интереса к содержанию сообщения, а не на ответной реакции получателя.

Если основные четыре компонента понятны и не вызывают у исследователей никаких разногласий, то последний, пятый компонент, интерпретируется по-разному. Вопрос: «С каким эффектом соответствующий компоненту результат имеет основу для ответной реакции субъекта-получателя?» Но данная схема не предполагает наличия обратной связи, а только подготавливает ее благодаря определению результативности полученной реципиентом информации. Поэтому предпосылки для появления двухсторонней модели возникли еще в связи с начальным этапом развития средств коммуникаций. Тем не менее, Г. Лассуэлл оставил модель односторонней (линейной). «Формула» Г. Лассуэлла отражает характерную особенность ранних моделей коммуникации — она предполагает, что коммуникатор всегда старается

повлиять на реципиента, и, следовательно, коммуникация должна трактоваться как процесс убеждения.

Модерность, модернити - совокупное обозначение исторической эпохи Нового и Новейшего времени с характерными для нее особенностями социального развития, культуры, искусства, философии (главной чертой считается непрерывная модернизация, стремление к новому, к быстрым изменениям — в противовес традиционалистским эпохам с их медленным историческим развитием). Характерными чертами модерности являются: модернизация и дифференциация деятельности; разделение труда, функций, социальных ролей; руководство принципом рациональности, а не традиционализма; профессионализация познавательной сферы, дробление областей знания; секуляризация знания, отделение от религии и теологии; культ науки, вера в научно-технический прогресс. В рамках деколониальных теорий модерность понимается как противопоставление европейского человека остальным людям, локализованным географически, по принадлежности к христианской религии, а также по этно-расовому признаку. В результате чего был сформирован дискурс «современных» и «отсталых» обществ.

Нативизм («nativism») — результат аккультурации, возврат к родной культуре и всяческое отстаивание прежних устоев.

Переориентация («reorientation») — результат аккультурации, переход в новую культуру и принятие ее. Я. является очевидным следствием ассимиляции.

Перестраивание («reconstitution») — результат аккультурации, обретение неких новых идеалов и создание некой новой, не существовавшей прежде культуры. Связь интеграции и перестраивания существует, однако представляется очевидным, что данная стратегия далеко не всегда приводит к перестраиванию. К тому же возникают трудности с определением того, что можно считать новой культурой, однако именно в результате перестраивания человечество обогащается новыми культурными группами.

Сексуальная идентичность - самоидентификация индивида с людьми, имеющими ту же сексуальную ориентацию.

Семиотика, или семиология - наука, исследующая свойства знаков и знаковых систем. Согласно Ю. Лотману, под семиотикой понимается наука о коммуникативных системах и знаках, используемых в процессе общения.

Семиосфера - термин в семиотике, введенный Ю.М. Лотманом; пространство, представляющее собой условие, необходимую предпосылку для осуществления коммуникаций и существования языков и их работы. Язык же в этом контексте рассматривается как функция, сгусток семиотического пространства. Речь идет о пространстве, в которое изначально погружены все участники коммуникации и которое обеспечивает работу устройства, состоящего из адресата, адресанта и связывающего их канала. Только в этом пространстве возможен семи-озис. Впервые исчерпывающее определение понятия появляется в статье «О семиосфере», опубликованной в 1984 году в журнале «Труды по знаковым системам».

Сепарация - отказ от принятия норм иной культуры и сохранение идентификации со своей культурой. В этом случае представители культурного меньшинства стремятся (насколько это возможно) избегать контактов с представителями доминирующей культуры — они селятся отдельно от них, создают общины. Эта стратегия характерна для беженцев, которые вынуждены покинуть Родину не по своей воле. Если на такой изоляции настаивают представители доминирующей культуры, это называется сегрегацией.

Смысловой барьер - возникающее между людьми взаимонепонимание, основанное на том, что одно и то же событие при одинаковом значении имеет для них разный смысл. С. б. часто возникает в тех случаях, когда люди не понимают мотивов поведения друг друга и действуют либо без учета этих мотивов, либо приписывают партнеру по взаимодействию ложные мотивы.

Стиль мышления как культурная категория - способность к переработке информации и принятию решений, обусловленная влиянием среды и культуры, в контексте которой находится индивид.

Стиль мышления как профессиональная категория - способность к переработке информации и принятию решений, обусловленная влиянием профессиональной среды и культуры, в контексте которой находится индивид.

Стиль мышления - совокупность конкретных черт мышления личности как индивидуума.

Толерантность (от лат. «*tolerantia*» - терпение, терпеливость, принятие, добровольное перенесение страданий) — социологический термин, обозначающий терпимость к иному мировоззрению, образу жизни, поведению и обычаям. *Толерантность* не равносильна безразличию. Она не означает также принятия иного мировоззрения или образа жизни, а заключается в предоставлении другим права жить в соответствии с собственным мировоззрением (В. Франкл).

Эксклюзивы - специфические обычаи, соблюдающиеся только в определенных культурах их представителями. Попытка копирования иностранцем данных обычаев может быть воспринята как оскорбление.

Этническая психология, этнопсихология - одна из ветвей психологии, считающая своим предметом особенности психического склада различных рас и народов; самый крупный раздел т.н. социальной психологии

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ДЕЛОВЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Н.Н. Фролова, Н.М. Белова

Учебник

Главный редактор: Краснова Наталья Александровна – кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука»

Технический редактор: Канаева Ю.О.



ISBN 978-5-907607-67-5



9 785907 607675 >

Усл. печ. Л 9,6.
Объем издания 9,3 МВ
Оформление электронного издания:
НОО Профессиональная наука, mail@scipro.ru
Дата размещения: 05.04.2024 г.
URL: http://scipro.ru/conf/intercultural_communications4_24.pdf