

УДК 33**Межкультурное взаимодействие как источник экономического роста****Чистякова Наталья Александровна**

Старший преподаватель

Кафедра русского языка и литературы

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,

125190, Российская Федерация, Москва, Ленинградский пр., 80;

e-mail: ben-london@yandex.ru

Аннотация

В условиях глобализации и расширения ареала распространения современного российского бизнеса взаимодействие с иностранными партнёрами становится для делового человека необходимостью. С учётом непростой политической обстановки на международной арене общение с представителями других стран накладывает на бизнесмена ещё большую ответственность. В статье излагается принцип работы делового человека в сфере межкультурной коммуникации, а также говорится о механизме работы культурных стереотипов. Автор приводит аргументы в пользу детального изучения культуры деловых партнёров и акцентирует внимание читателя на значимых факторах культуры общения того или иного народа. В частности, показано, что незнание культуры (и, как следствие, особенностей общения граждан той или иной страны) может стать серьёзным препятствием для правильного понимания и полноценного сотрудничества бизнесменов даже в том случае, если у обеих сторон есть заинтересованность в решении вопроса.

Для цитирования в научных исследованиях

Чистякова Н.А. Межкультурное взаимодействие как источник экономического роста // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 5А. С. 98-103.

Ключевые слова

Культура, культура общения, деловое общение, деловое взаимодействие, стили принятия решений, стили руководства

Введение

Со словами видного французского политического деятеля начала двадцатого века Эдуара Эррио «Культура – это то, что остаётся, когда всё остальное забыто» трудно не согласиться. Многие элементы культуры закладываются с самого раннего возраста и остаются на глубинном подсознательном уровне. Знание особенностей поведения и общения какой-либо нации несомненно способствует установлению уважительных отношений и продуктивному решению деловых вопросов, но особенно полезно в случае возникновения разногласий. Именно в этом случае человек начинает в гораздо меньшей степени контролировать себя. Непонимание национальных различий может привести к недоразумению и даже спровоцировать серьёзный конфликт, что существенно может усложнить установление внешнеэкономических связей, и как следствием, привести к ограничению возможностей экономического роста.

Основное содержание

Является общепризнанным тот факт, что знание основных черт национального стиля общения может сделать внешнеэкономические отношения более эффективными. Большое значение имеют индивидуальные, личностные характеристики. Представители одной нации могут в значительной степени отличаться друг от друга.

На основании современных исследований в области кросс культурного взаимодействия автором были выделены следующие значимые факторы, определяющие культуру общения того или иного народа. Это система ценностей, религиозные традиции, стили принятия решений, язык, статусно-ролевые характеристики, а также понятие о пунктуальности, отношении ко времени и подаркам, роль имиджа.

Согласно самому общему определению **система ценностей** – это совокупность сложившихся у людей мнений о значении в их жизни вещей и явлений, встречаемых в природе и обществе; она является базисом культуры, определяет вектор «правильного» и «неправильного» поведения, важного и второстепенного в конкретной культуре.

Например, в большинстве европейских стран, в том числе и в России, важным считается умение провести лёгкую светскую беседу в качестве подготовительного этапа к деловым переговорам (она может послужить многим целям: создать нужную атмосферу, дать время партнёрам оценить обстановку и собраться с мыслями, сократить время ожидания, заполнить паузу и т.д.). В то время как в Соединённых Штатах бизнесмена, заведшего такой разговор, могут посчитать несерьёзным человеком, который бессмысленно тратит своё и чужое время и с которым не стоит иметь дело. Таким образом, в США деловое общение ограничивается рамками работы.

Религия — как система взглядов, обусловленная верой, чрезвычайно сильно влияет на сознание людей. Она включает в себя свод моральных норм и типов поведения, обрядов, культовых действий, которые не всегда подчиняются общечеловеческим законам логики, но крайне важны при этом для верующего человека. Принадлежность к религиозной общине в большинстве европейских стран, является вопросом личного выбора и влияет на повседневную мораль. В странах региона Ближнего Востока религия непосредственно влияет на деловые коммуникации.

Стили принятия решений и стили руководства также отличаются в разных странах. Согласно самому общему определению стиль принятия решений - это способ организации

процесса принятия решения в сочетании с управленческими практиками, принципами и приёмами, используемыми при этом.

Под стилем руководства понимается манера поведения руководителя, направленная на то, чтобы побудить подчинённых к достижению целей организации. Выбор того или иного стиля обусловлен конкретной ситуацией, и индивидуальными качествами лица, принимающего решение, но традиции конкретной культуры имеют решающее значение.

- В США, например, руководитель предпочитает делегировать полномочия с целью реализовать задуманное как можно быстрее и эффективнее.
- Во Франции, Германии и Италии руководители самостоятельно принимают решения, причём мотивы принятия решений в большинстве случаев до подчинённых не доводятся, подчинённые должны просто выполнить указание.
- Для арабских руководителей важна личная беседа. Решение должно быть эмоционально приятно руководителю. Схемы принятия решений в арабских странах очень неформальны.
- Японские принципы руководства делают акцент на роль группы. Сам процесс принятия решения занимает достаточно много времени: детали обсуждаются со всеми членами команды на все этапах, но после дело делается быстро и чётко, поскольку вопросов уже ни у кого не возникает.

У корейцев чрезвычайно важен национальный фактор, где решение корейского руководителя является более значимо по сравнению с представителями других наций.

Язык – важнейший элемент межкультурных взаимодействий, поскольку непосредственно связан с мышлением. (Под языком в данной статье мы понимаем и вербальный и невербальный компоненты.)

Современные философы различают два вида мышления:

- мышление универсальное, основой которого являются логические категории;
- мыслительный процесс, включающий в себя психоэмоциональные образы и протекающий только на основе конкретного языка, его предметной и звуковой составляющей.

Язык отражает явления, но, в свою очередь и создаёт их. Язык обеспечивает не только информационное, но и эмоциональное взаимодействие партнёров на сознательном и бессознательном уровне. Таким образом, общение на языке партнёра способствует сближению. Однако даже в этом случае полного языкового понимания может не произойти. Действительно, в каждом языке есть свои идиомы, в каждой культуре есть свои особенности в толковании и отношении к невербальной составляющей. Традиционно в европейской культуре хорошим слушателем считается тот, кто сохраняет с говорящим контакт глазами, однако в японской культуре это будет расценено как признак агрессии, вызов. Когда Вам что-то говорит японец, к которому Вы желаете проявить уважение, необходимо опустить глаза, а когда будете говорить вы, то глаза следует поднять. Ещё об одной особенности культуры построения общения в Японии: среди вежливых людей не принято говорить «нет». Даже если предложение абсолютно не подходит, то вместо отказа будут получены уклончивые ответы («Это трудно», «Мы будем думать», «Мы не уверены» и т.п.).

Таблица 1 - Примеры идиом в разных языках

Идиома	Дословный перевод	Вкладываемый смысл
Ich verstehe nur Bahnhof (нем.)	Я понимаю только железнодорожную станцию.	Я не понимаю, о чем говорит этот человек.

Идиома	Дословный перевод	Вкладываемый смысл
Det är ingen ko på isen / Det är ingen fara på taket. (швед.)	Нет коровы на льду/ Нет никакой опасности на крыше.	Не стоит волноваться
Att glida in på en räkmacka. (швед.)	Поскользнуться на сэндвиче с креветками.	Человеку ничего не пришлось сделать, чтобы добиться того, что у него есть.
Quand les poules auront des dents (фр.) Когда рак на горе свистнет (рус.) ชาติหน้าตอนบ่าย ๆ (тайск.) Als de koeien op het ijs dansen (голл.)	Когда у курицы появятся зубы. Когда-нибудь в твоей следующей реинкарнации. Когда коровы будут танцевать на льду.	Это никогда не произойдет.
Pūst pīlītes (латв.) Bacati kajmak u oči (хорв.)	Хвастаться маленькими утками. Бросать крем в глаза.	Говорить ерунду или врать.
Les carottes sont cuites! (фр.) It is useless to cry over spilled milk (англ.)	Морковь готова! Бесполезно плакать над пролитым молоком.	Ситуацию нельзя изменить.
猫の手も借りたい (япон.)	Иметь желание одолжить кошачьи лапы.	У вас настолько много дел, что вы готовы получить помощь от любого.
똥 묻은 개가 겨 묻은 개 나무란다 (корей.) Чья бы корова мычала, а твоя бы молчала (рус.)	Собака с фекалиями лает на собаку с зерном.	Человек, у которого что-либо не благополучно, говорить плохо о том, у кого всё в этом отношении хорошо или лучше.

Время, в понимании многих деловых людей, – невосполнимый ресурс. Однако и в отношении ко времени не всё однозначно: есть культуры с принципиально разным отношением к данному вопросу. В американских деловых кругах грамотное отношение ко времени приравнивается к эффективности и вежливости, даже дружеские встречи чётко и заранее оговорены, необходимости «созваниваться» накануне нет. Приглашение в тот же день, когда должна состояться встреча, расценивается как неуважение, проявление прихоти.

Во Франции точным считается человек, который приходит на встречу не позже, чем спустя 15 минут от оговорённого времени (этот промежуток не считается опозданием). Китайские деловые партнёры, напротив, могут прийти за 15 минут до начала встречи и приступить к обсуждению, чтобы не тратить время зря.

В Латинской Америке, Южной Европе, части Азии временные рамки очень размыты. В странах Ближнего Востока ожидание делового партнера может растянуться на час и более.

Статус – это общественное положение бизнесмена, а роль – это перечень функций, которые он должен выполнять. Если бизнесмен предпринимает зарубежную поездку или планирует встречу с иностранным партнёром на своей территории, он должен понимать, что его статус и роль могут претерпеть серьёзные изменения. Среди значимых факторов, влияющих на статусно-ролевые характеристики, будут должность, финансовое положение, пол и возраст.

В восточных странах чрезвычайно уважительно относятся к людям старшего возраста, их слово всегда имеет решающее значение, поэтому молодому руководителю будет гораздо сложнее добиться того, чтобы его слова услышали и приняли. По мнению автора, стоит проявить терпение, показать глубокую заинтересованность национальной культурой делового

партнёра.

Немаловажную роль в выстраивании грамотных статусно-ролевых отношений играет правильное обращение. Во Франции используется обращение по фамилии, причём ритуал приветствия-рукопожатия выполняется ими с чрезвычайной скрупулёзностью (пропустить ни одного знакомого нельзя).

Заключение

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что незнание культуры (и, как следствие, особенностей общения граждан той или иной страны) может стать серьёзным препятствием для правильного понимания и полноценного сотрудничества бизнесменов даже в том случае, если у обеих сторон есть заинтересованность в решении вопроса.

Библиография

1. Винсон Л. Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур. Пер. с англ. Изд. 3-е, стереотипное. – Москва: Р. Валент, 2005. – 192.
2. Скворцова В. Н. Профессиональная этика: Учебное пособие. – Томск: Издательство ТПУ, 2006. – 180 с.
3. Gupta S., Bhaskar A. U. Doing business in India: cross-cultural issues in managing human resources //Cross Cultural & Strategic Management. – 2016. – Т. 23. – №. 1. – С. 184-204.
4. Kálin W. Troubled communication: Cross-cultural misunderstandings in the asylum-hearing //International Refugee Law. – Routledge, 2017. – С. 175-186.
5. Karmasin M., Apfelthaler G. Integrated corporate social responsibility communication: A global and cross-cultural perspective //Handbook of integrated CSR communication. – Springer, Cham, 2017. – С. 237-250.
6. Ngai C. S. B., Singh R. G. Move structure and communication style of leaders' messages in corporate discourse: A cross-cultural perspective //Discourse & Communication. – 2017. – Т. 11. – №. 3. – С. 276-295.
7. Stahl G. K., Tung R. L. Towards a more balanced treatment of culture in international business studies: The need for positive cross-cultural scholarship //Journal of International Business Studies. – 2015. – Т. 46. – №. 4. – С. 391-414.
8. Thomas D. C., Peterson M. F. Cross-cultural management: Essential concepts. – Sage Publications, 2017.
9. Tjosvold D. Cross-cultural management: foundations and future. – Routledge, 2017.
10. Yang K. C. C., Kang Y. Exploring big data and privacy in strategic communication campaigns: A cross-cultural study of mobile social media users' daily experiences //International Journal of Strategic Communication. – 2015. – Т. 9. – №. 2. – С. 87-101.

Intercultural interaction as a source of economic growth

Natal'ya A. Chistyakova

Senior Lecturer,
Department of Russian Language and Literature,
Moscow University for Industry and Finance "Synergy",
125190, 80 Leningradskii av., Moscow, Russian Federation;
e-mail: ben-london@yandex.ru

Abstract

In the context of globalization and the expansion of the distribution area of modern Russian business, interaction with foreign partners is becoming a necessity for a business person. Taking into account the difficult political situation in the international arena, communication with representatives of other countries imposes even greater responsibility on the businessman. The

Natal'ya A. Chistyakova

article describes the principle of work of a business person in the field of intercultural communication, and also refers to the mechanism of cultural stereotypes. The author argues in favor of a detailed study of the culture of business partners and focuses the reader's attention on the significant factors of the culture of communication of a given people. In particular, it is shown that ignorance of culture (and, as a result, features of communication between citizens of a particular country) can become a serious obstacle to the correct understanding and full cooperation of businessmen even if both parties have an interest in resolving the issue.

For citation

Chistyakova N.A. (2019) Mezhekul'turnoye vzaimodeystviye kak istochnik ekonomicheskogo rosta [Intercultural interaction as a source of economic growth]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (5A), pp. 98-103.

Keywords

Culture, communication culture, business communication, business interaction, decision-making styles, leadership styles

References

1. Gupta, S., & Bhaskar, A. U. (2016). Doing business in India: cross-cultural issues in managing human resources. *Cross Cultural & Strategic Management*, 23(1), 184-204.
2. Kälin, W. (2017). Troubled communication: Cross-cultural misunderstandings in the asylum-hearing. In *International Refugee Law* (pp. 175-186). Routledge.
3. Karmasin, M., & Apfelthaler, G. (2017). Integrated corporate social responsibility communication: A global and cross-cultural perspective. In *Handbook of integrated CSR communication* (pp. 237-250). Springer, Cham.
4. Ngai, C. S. B., & Singh, R. G. (2017). Move structure and communication style of leaders' messages in corporate discourse: A cross-cultural perspective. *Discourse & Communication*, 11(3), 276-295.
5. Skvortsova V. N. Professional ethics: textbook. - Tomsk: Publishing house, 2006. - 180 p.
6. Stahl, G. K., & Tung, R. L. (2015). Towards a more balanced treatment of culture in international business studies: The need for positive cross-cultural scholarship. *Journal of International Business Studies*, 46(4), 391-414.
7. Thomas, D. C., & Peterson, M. F. (2017). *Cross-cultural management: Essential concepts*. Sage Publications.
8. Tjosvold, D. (2017). *Cross-cultural management: foundations and future*. Routledge.
9. Vinson L. Russian problems in English speech. Words and phrases in the context of two cultures. Per. from English Ed. 3rd, stereotypical. - Moscow: R. Valent, 2005. - 192.
10. Yang, K. C., & Kang, Y. (2015). Exploring big data and privacy in strategic communication campaigns: A cross-cultural study of mobile social media users' daily experiences. *International Journal of Strategic Communication*, 9(2), 87-101.