

ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ РАЗЛИЧИЙ

Эффективные коммуникации делают успешным обмен информацией между людьми. Однако по различным причинам в процессе этого обмена участники сталкиваются с рядом проблем, одной из которых являются культурные различия.

Под культурой понимается господствующая в обществе система ценностей, верований, обычаев и преобладающих установок. Каждое общество имеет свою культуру, влияние которой сказывается на стиле повседневной жизни. Язык — один из аспектов культуры, создающий трудности для организации, ведущей свои дела за границей. В силу расхождения значений, придаваемых сходным словам, а также проблем, связанных с переводом, могут возникать барьеры на пути обмена информацией. Полный словарь английского языка приводит около 14 тыс. возможных определений к 500 наиболее употребительным словам, 79 значений такого простого слова, как *round* (круг, круглый). Слово *tip* (конец) может быть, к примеру, интерпретировано официанткой как чаевые, а азартным игроком на скачках — как частная информация. Для полиграфиста *tip* — это специальное приспособление, наконечник. Существует более распространенное значение — верхушка чего-либо, например, айсберга. Показателен случай с фирмой «Дженерал Моторс», которая, выбросив на латиноамериканский рынок модель «Чеви Нова», не добилась ожидаемого уровня сбыта. Проведя исследование, фирма установила, что слово «нова» по-испански означает «она не едет»! Таким образом, проблемы, обусловленные культурными различиями, могут серьезно затруднять деловые переговоры и приводить к потере доходов.

Исследователи установили, что именно проблемы человека, обусловленные работой в иной культуре, обычно становятся причиной неудач. Поэтому чтобы преуспеть, организациям и руководителям следует выявлять культурные различия и менять поведение в межличностных контактах, не говоря уже об изменении стиля и методов деловой практики и руководства.

Т.Л. Терех, М.И. Прохорчик
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМЫ КРОСС-КУЛЬТУРНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

Рассмотрение коммуникации в контексте кросс-культурного подхода предполагает формирование и выделение ключевых вопросов, от которых зависит эффективность обмена информацией.

Первым препятствием для эффективной коммуникации являются языковые барьеры. Практика международного бизнеса выработала несколько основных подходов к решению этой проблемы, а первым среди них следует признать общение на главном

языке международных коммуникаций — английском. Следует отметить, что работа через переводчика выглядит значительно хуже, поскольку конфиденциальные договоренности, учет тонких нюансов деловой беседы, создание непринужденной атмосферы, юмор — неперенные атрибуты делового общения. Резюмируя, следует отметить следующее: языковая проблема является самой главной культурной проблемой, решение которой должно быть найдено уже при первом анализе культурной внешней среды.

Дополнением языковой проблемы служит проблема невербального общения, т.е. общения без слов (жесты, позы, формы приветствий, ритуалы и т.д.). Не вовремя вставленная в разговор пауза, невинный (с точки зрения своей культуры) жест, неадекватно воспринимаемые собеседником из другой культуры, — все это может не только исказить впечатление от сказанного, но и вызвать негативную реакцию собеседника. Мы, как правило, воспринимаем людей другой культуры через призму нашей собственной, что приводит к коммуникативным неудачам.

Особое место в ряду рассматриваемых проблем занимает восприятие. Не вызывает сомнения то, что негативный опыт, приобретенный ранее в общении с тем или иным лицом, будет накладывать отпечаток на то, как мы воспринимаем и интерпретируем информацию, получаемую от него. Особое внимание здесь следует уделить учету нюансов восприятия через призму другой культуры, а именно знакомству с теориями культуры, так как восприятие главным образом зависит от исповедуемых ценностей, которые являются сердцевинной культуры.

Своего рода производной от неадекватного восприятия может рассматриваться стереотипизация. Приклеивая некие ярлыки представителям другой нации или другой культуры, человек по существу отказывается от объективного восприятия и анализа информации, заменяя все это своего рода национальными штампами. Национальная стереотипизация — это сложный продукт развития той или иной культуры, воздействия определенной идеологической обработки, политических событий и других процессов.

К счастью, в Беларуси в силу самых разных исторических и политических причин феномен национальной стереотипизации не настолько распространен, как в соседней России, где эта проблема может серьезнейшим образом осложнить деловые связи в международном бизнесе.

В любой национальной культуре вопросы морали и этики от внешнего вида на деловых переговорах в чужой стране и до крупных проблем моральной приемлемости той или иной рекламы с точки зрения норм данной культуры оказывают существенное влияние на эффективность коммуникации. Необходимо хорошо ознакомиться с местной культурной традицией и проявлять максимум такта при оценке приемлемости тех или иных коммуникативных действий.

Бизнес-коммуникация далеко выходит за национальные рамки. В результате культурные различия начинают играть возрастающую роль и сильнее воздействовать на эффективность деловой деятельности. Отсюда и возникают кросс-культурные проблемы в международном бизнесе: противоречия при работе в новых социальных и культурных условиях, обусловленные различиями в стереотипах мышления между отдельными группами людей. Почувствовать эти различия можно только при учете всех особенностей носителей иной культуры.