

УДК 008

С.В. Михельсон

МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ ДИАЛОГ – КЛЮЧ К БУДУЩЕМУ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Статья посвящена коммуникационным проблемам в бизнесе. Потери в получении прибыли, потери контрактов связываются с незнанием деловой культуры партнера. Проблема культурного разнообразия в деловой культуре, по словам автора, должна решаться через межкультурный диалог. Иностранный язык, традиции, ценностные ориентации культур составляют основание для коммуникации в деловой сфере. Консервативность русской деловой культуры не дает развиваться российскому бизнесу.

Ключевые слова: деловая культура, деловое общение, межкультурный диалог.

S.V. Mikhelson

INTERCULTURAL LANGUAGE IS THE KEY TO THE FUTURE OF BUSINESS CULTURE

The article is devoted to communication problems in business. Losses of profit, loss of contracts are associated with not knowing the partner's business culture. According to the author, the problem of cultural diversity in business culture should be resolved through intercultural dialogue. Foreign language, traditions, values cultures are the basis for communication in business. The conservatism of russian business culture does not develop the russian business.

Key words: business culture, business communication, intercultural dialogue.



Стремительные изменения в социально-экономических условиях мирового пространства привели к тому, что экономика и бизнес столкнулись с такими проблемами, которые им были неизвестны ранее. Коммуникация между партнерами стала основной проблемой бизнеса. По данным отчета Economist Intelligence Unit (Исследовательское подразделение Economist Group), опубликованного в 2012 г., 61 % международных компаний сталкиваются с трудностями из-за культурных и языковых барьеров, 50 % жалуются на непонимание сторон [13]. Эффективная внутренняя и внешняя коммуникация стала стратегическим ресурсом

для бизнеса. На этом фоне наблюдается взрыв интереса к культуре, к культурному разнообразию и межкультурному взаимодействию, особенно актуально предпринимаются массовые попытки исследования ценностей национальных культур применительно к культуре деловой. Это актуализирует поиски оснований межкультурного диалога в деловой сфере, требует переосмысления сложившихся традиций и новых теоретических поисков в смежных областях – лингвистике и культурологии, этике и менеджменте. Таким образом, вопросы межкультурного диалога приобретают особую актуальность.

В межкультурном диалоге взаимодействуют представители разных культур, используется иностранный язык (для одного из представителей или для всех членов диалога), проявляются иные формы поведения и ценностные ориентации, воспринимаемые участниками как иные, нежели собственные. Хотелось бы отметить, что в межкультурном диалоге язык выступает не просто как средство передачи информации, но и как форма культурного поведения. Люди разных национальностей должны научиться находить общий язык, научиться вести конструктивный диалог: «Переводя ментальность одной культуры в термины и образы другой, люди и достигают понимания, превращая диалог в дружескую беседу, приятную и взаимопользную», – пишет В.Г. Костомаров [5].

Говоря об успешном и конструктивном диалоге с представителями разных культур и различных языковых кодов, нельзя не отметить, что «в каждой языковой культуре существуют собственные правила ведения разговора, тесно связанные с культурно обусловленными способами думать и вести себя, или, иначе, языковые предпочтения в рамках конкретного лингво-культурного сообщества «уплотняются», формируя специфичные коммуникативные стили» [12]. Важно сделать идею диалога в межкультурных коммуникациях понятной и приемлемой для самого широкого круга людей.

Учитывая различные аспекты понятия культуры в контексте проблематики нашего исследования, мы будем говорить о культуре в аспекте межкультурного диалога и делового общения.

«Материальные и духовные ценности культуры имеют значение всеобщего. Вместе с тем они одновременно заключают в себе и особое, и единичное, ибо постоянно воспроизводятся общающимися индивидами, и каждый вносит в него нечто свое, индивидуальное. Любой результат предшествующего развития культуры имеет смысл, когда он продолжает жить и развиваться в деяниях других людей, в их взаимном общении, сохраняя тем самым процессуальный характер» [11, с. 86]. «Поэтому бытие ценности в культуре – это всегда приглашение к сотворчеству, соавторству, она несет в себе стремление личности к самореализации для другого, к продлению, воплощению себя в другом... Культура предполагает межличностное общение» [9]. А ведь системообразующим фактором любой культуры многие ученые признают язык. Язык высту-

пает естественным конструктором коммуникации. Соответственно общение, как часть, феномен культуры, приобретает ценностное значение.

Язык неразрывно связан с культурой народа, обуславливает его национальную специфику. А.А. Потебня ввел понятие «внутренняя форма слова», посредством которого подчеркивал особый, отличный от других языков, строй мироощущения и мировосприятия народа [7]. Особенно значима роль «внутренней формы слова» в экономическом аспекте языка в управленческих отношениях, когда предполагается собственная прагматика языка, или собственные «языковые игры», определяющие правила использования языка [1]. Здесь ведущую роль начинает играть культура делового общения. Деловое общение – это явление культуры. «Можно сказать, что структура делового общения как явления культуры представляет собой «трехмерное» строение, состоящее из ценностных, антропологических и прагматических аспектов. Все эти стороны в структуре делового общения сосуществуют неразрывно друг от друга. Так, любой феномен общения, с одной стороны, детерминизируется какими-то ценностями и сам представляет определенную значимость, с другой стороны, – это взаимодействие конкретных деловых партнеров с определенными качествами; наконец, это совокупность определенных норм, правил, способов, форм человеческого взаимодействия, взаимопонимания. В реальном процессе делового общения эти три структурных элемента делового общения взаимопроникают друг в друга и существуют неразрывно» [11, с. 98]. Соответственно культуру делового общения можно понимать как многослойную и синтетическую, в которой взаимосвязаны все техники, качества и ценности культуры и общения. Под культурой делового общения можно также понимать и деловую культуру.

Деловая культура рассматривается как система отношений, выраженных в нормах, ценностях и знаниях. Эта система регулирует деловую активность, то есть активность, целью которой является развитие (повышение доходности, рост, совершенствование) дела [10]. Деловая культура – это культура исключительно индустриального и постиндустриального общества, культура бизнеса. Деловая культура – это реализация культурных особенностей нации в бизнесе, в способе ведения дел [9].

Еще в 1993 году состоялся «круглый стол» по вопросам деловой культуры российского общества, участники которого попытались отграничить понятие «деловая культура». А. Пригожин в центр внимания понятия «деловая культура» ставит нормы ценности трудообмена и связывает это с радикальными изменениями, происходящими именно в обмене деятельностью [3, с. 18]. А. Алехина включила в данное понятие более емкое содержание, чем культура ведения дела и переговоров. Она считает, что оно охватывает отношение людей к труду и их взаимоотношения, культуру организации дела и умение поднять его на определенную высоту [3, с. 18]. А. Аверин предлагает при определении «деловая культу-

ра» исходить из понятия «культура», понимая при этом не только возможность создания человеком какого-то минимума ценностей, но и степень освоения опыта предшествующих поколений. При этом деловую культуру он рассматривает как в широком, так и в узком смысле. В широком смысле – это ценности и отношение человека к труду вообще, а в узком – это культура предпринимателя, бизнесмена, делового человека. Она включает в себя нормы и ценности, высокую общую культуру, культуру делового общения, организации деятельности людей [3, с. 19].

Национальные особенности деловых культур наиболее ярко проявляются в ситуациях кросс-культурных контактов и часто служат причиной непонимания, неприязни, негативного отношения. Деловая культура обладает сильной инерционностью, процесс развития ее основан на сохранении преемственности [4]. Поэтому можно предположить, что национальный образ деловой культуры достаточно стабилен, несмотря достаточно серьезные перемены в социально-экономических условиях стран и мира в целом.

Применительно российской реальности мы можем наблюдать, как с течением времени типы советского человека уходят, и новое поколение отличается от предыдущего, в том числе и ценностными ориентациями. Культура предстает как динамический процесс постоянного и непрерывного изменения ценностных ориентаций каждого нового поколения наряду с сохранением базовых черт национального самосознания, характера и принадлежности, которые отличают одну национальную культуру от другой [2, с. 18]. Однако в силу консервативности культурных ценностей, отношение к деловой культуре в среде российских предпринимателей изменилось мало. Российские бизнесмены до сих пор не знают правил делового общения и не владеют культурой поведения.

Важной особенностью российской деловой культуры при ведении переговоров является стремление бизнесменов манипулировать, скрывать свои реальные интересы. Эта привычка скрывать и укрывать реальные цели сформировалась в период прошлого как нормальное условие для выживания в бизнесе. Порой переговоры носят характер игры, демонстрации силы. В случае заинтересованности российских бизнесменов в предмете переговоров выбирается жесткий стиль коммуникации, отсутствие уступок. В российской культуре существует стремление избегать прямых ответов, завуалирование целей, сокрытие фактов лишь для того, чтобы одержать полную победу в переговорах. А ведь это приводит зачастую к полнейшему провалу на переговорах, при заключении контрактов.

Одной из особенностей деловой культуры является то, что большинство российских менеджеров – это люди, привыкшие действовать в системе вертикальных отношений, а в условиях рыночных отношений действуют горизонтальные отношения. Это, прежде всего, равноправие партнеров.

В российской деловой культуре действует жесткая иерархия между руководителем и подчиненным, существует четкая эмоциональная дистанция, что подчеркивается речевыми оборотами: «Сделай это к концу рабочего дня!» Обращение к вышестоящему по должности только на «Вы», по имени-отчеству.

Иерархическая структура в российских компаниях может быть довольно громоздкой, а иерархические отношения уважаются и зачастую довольно строго соблюдаются. Поэтому обращение работника через уровень к более высокому руководству без предварительного разрешения крайне неодобрительно [2, с. 129].

Характерной чертой российской деловой культуры является решение деловых вопросов на уровне межличностных отношений, вовлечение родственных связей, вовлечение личностных отношений (симпатия, антипатия).

Многие исследователи указывают на то, что российские предприниматели и бизнесмены не используют время с пользой для себя и для дела, с целью поиска и проработки возможностей и вариантов, большего знакомства с культурой и особенностями ведения переговоров своих партнеров. Анализ ученых показывает, что мы постоянно сталкиваемся с управленческой некомпетентностью, имеющей два признака: нереализуемость решений, которая была в хозяйственной культуре прошлых лет и продолжает расширяться и углубляться; служебный блеф, выражающийся в сокрытии резервов, имеющихся ресурсов и пустых обещаниях [3, с. 28–29].

В соответствии с типологией культур Э. Холла российская культура относится к полихромным, то есть возможно осуществление нескольких видов деятельности одновременно, восприятие времени находится в зависимости от ситуации, поэтому его распределение не планируется, работа выполняется аврально, конечные сроки могут сдвигаться, а внешние обстоятельства всегда могут служить оправданиями или возможностью не завершить работу в срок [2, с. 130].

Деловое общение можно рассматривать с разных сторон и в разных аспектах, но необходимо помнить, чтобы добиться успеха в переговорах с представителями другой, иной культуры очень важно произвести анализ все грани и стороны общения с позиции, прежде всего, культуры. «Человек не сможет преобразовать себя, изменить культуру делового общения, если он не будет совершенствовать общественные отношения, в которых осуществляется его жизнедеятельность» [11, с. 260].

В результате необходимости гармоничных и продуктивных межкультурных отношений стирающиеся культурные различия поставили новые требования для компаний и их работников. Для успешного делового общения недостаточно знать только язык партнера. Ведь в деловой культуре язык следует рассматривать как сегмент носителя культуры [6, 8]. Поэтому внимание к культурным корням и национальным осо-

бенностям других людей как в обществе, так и в сфере бизнеса, позволит нам предвидеть и удивительно точно просчитать то, как они будут реагировать на предложения.

Результаты настоящего исследования показывают, что корпоративный мир имеет по крайней мере новую реальность, в которой правильные товары и услуги должны теперь быть в союзе с необходимой культурной чувствительностью и навыками общения, чтобы компании смогли преуспеть на международных рынках, вдали от дома. Компании стремятся расширить свои возможности на новых и незнакомых рынках, но им часто мешают некоторые препятствия, связанные с культурными различиями. Некоторые мыслители, такие, как Г. Хофстеде, Ф. Тромпенаарс и Эдвард Т. Холл, сформулировали основы, в которых делается попытка оценить, как каждая национальная культура вписывается в этот сложный спектр. Такие структуры могут помочь бизнесменам предвидеть, а затем решить любой конфликт, возникший вследствие недоразумения между различными культурами. Культурная осведомленность является ключевой в переговорах с представителями разных культур. Большинство менеджеров и бизнесменов, когда они сталкиваются с культурным конфликтом, часто даже не догадываются, что основная причина именно в этом. Учитывая распространенное мнение, что культурные и языковые различия могут помешать международным амбициям компании, многие компании, кажется, не делают ничего, чтобы снизить риски.

Литература

1. *Безлепкин Н.И.* Язык и межкультурные конфронтации // Диалог культур: состояние межкультурных комм. – СПб., 2012. – С. 178–187.
2. *Гуляева И.Ю.* Межкультурные коммуникации как фактор деловой активности: на примере голландско-российских предприятий Санкт-Петербурга: дис. ... канд. соц. наук. – СПб., 2011. – 200 с.
3. Деловая культура российского общества: «круглый стол» ученых // Общественные науки и современность. – 1993. – № 3.
4. *Дятлова Е.В.* Деловая культура китайских предпринимателей в России глазами русских современников (рубежи XIX–XX и XX–XXI вв.) // Изв. Алтайского гос. ун-та. – 2011. – № 4. – С. 72–77 [Электронный ресурс] // izvestia.asu.ru/2011/4-1/hist/TheNewsOfASU-2011-4-1-hist-13.pdf.
5. *Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи. – М., 1994.
6. *Кузевская Е.Б.* Межкультурная деловая коммуникация и проблемы формирования имиджа современного российского предпринимателя: философско-культурологический аспект: дис. ... канд. филос. наук. – М., 2005. – 155 с.

7. *Потебня А.А.* Язык и народность // Эстетика и поэтика. – М.: Искусство, 1976. – 612 с.
8. Проблемы философии культуры. – М.: Мысль, 1984. – С. 114–115.
9. *Пушных В.А., Еременко М.С.* Межкультурный менеджмент: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. – Томск, 2011. – С. 26.
10. *Стародубцев В.Ф.* Деловые культуры в международном бизнесе: учеб.-метод. пособие. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2004. – С. 6.
11. *Тимченко Н.М.* Деловое общение как феномен культуры: дис. ... д-ра филос. наук. – Новгород, 2001. – С. 86.
12. Язык коммуникация культура: тенденция XXI века: мат-лы Междунар. конф., посвящ. 60-летнему юбилею факультета иностранных языков. – Красноярск, 2006. – С. 201.
13. Competing across borders. How cultural and communication barriers affect business // Economist Intelligence Unit report. 2012. [Электронный ресурс] // <http://www.economistinsights.com/countries-trade-investment/analysis/competing-across-borders>.

