

**ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ
НА МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ОБЩЕНИЕ**

Селюжицкая Людмила Николаевна
преподаватель

Полесский государственный университет
Пинск, Республика Беларусь

**THE MAIN MODELS OF INTERCULTURAL
COMMUNICATION**

Seluzhytskaya Ludmila
Teacher
Polessky State University
Pinsk, Republic of Belarus

Аннотация: В статье рассматриваются основные модели межкультурной коммуникации, анализируются макрокультуры и микрокультуры и их влияние на межкультурное общение.

Abstract: The article presents the main models of intercultural communication, reviews macroculture and microculture and their influence on intercultural communication.

Ключевые слова: межкультурный; коммуникация; компетенция; коммуникативный; культура; макрокультура; микрокультура; модель.

Keywords: intercultural; communication; competence; communicative; culture; macroculture; microculture; model.

Либерализация мировой экономики в конце XX-го века, возникновение новых рынков и зон свободной торговли, увеличение количества совместных предприятий создали новые требования и возможности для работодателя и работника. Эти факторы стимулировали миграционные процессы представителей разных культур и языков и обострили как проблемы психологии межкультурного общения, так и проблемы, связанные с подготовкой людей к участию в нем. Все более и более возникает потребность в высококвалифицированных специалистах, обладающих межкультурными компетенциями, позволяющих успешно интегрироваться в инокультурное пространство и соответствовать иноязычной культуре, как собственной.

Исследования в области межкультурной коммуникации основывались на различных дисциплинах – лингвистике, антропологии, психологии, педагогике.

Первым, кто заявил о необходимости становления межкультурной коммуникации, был Э. Холл [4]. Он подчеркивал, что это особая сфера человеческих отношений, объединяющая коммуникацию и культуру.

В мире есть огромные территории, которые объединены структурно и органически в одну социальную систему со своими культурными традициями. Мы можем говорить, например, об американской культуре, латиноамериканской культуре, африканской культуре, европейской культуре, азиатской культуре и т.д. Эти типы культур, названные по континентальному признаку и из-за своей масштабности, были названы макрокультурами. Внутри макрокультур находятся огромное количество субкультурных отличий, а также подобий, которые и позволяют заявлять о наличии таких макрокультур, а население этих территорий относить к представителям одной культуры. Од-

нако между макрокультурами есть глобальные различия, которые в следствии могут отражаться на их общении друг с другом.

В то же время многие люди делятся на группы, которые имеют свои культурные особенности. Эти группы являются микрокультурами (субкультурами) в составе макрокультур. На микроуровне различают несколько типов межкультурной коммуникации, такие как:

– Межэтническая коммуникация, представляющая собой общение между лицами, являющимися представителями разных народов или этнических группы. Данные этнические группы передают свое культурное наследство от поколения к поколению. Благодаря этому сохраняется своя идентичность среди доминирующей культуры. В ходе совместного существования в рамках одного общества происходит взаимное общение этих этнических групп и обмен культурными ценностями и достижениями.

– Контркультурная коммуникация, осуществляющаяся между представителями материнской культуры и дочерней субкультуры. Важной характерной особенностью этого типа коммуникации можно отметить отказ субкультурных групп от ценностей доминирующей культуры и представление и заявление о своих собственных нормах и правилах, которые противопоставляют их ценностям большинства.

– В основе коммуникации среди социальных классов и групп лежат различия между социальными группами и классами общества. В мире не существует ни одного социально однородного общества, и все различия между людьми могут возникать из-за их происхождения, образования, профессии, социального статуса и т.д. Во всех странах мира дистанция между элитой и большинством населения, между богатыми и бедными крайне велико и выражается обычно в противоположных взглядах, обычаях, традициях, а в следствии отражается на коммуникации между ними.

– Коммуникация между представителями различных демографических групп: религиозных (например, между католиками и протестантами в Северной Ирландии), половозрастных (между мужчинами и женщинами, между представителями разных поколений). Общение между людьми в данном случае определяется их принадлежностью к той или иной группе и, следовательно, особенностями культуры этой группы.

– Коммуникация между городскими и сельскими жителями основывается на различиях между городом и деревней в стиле и темпе жизни, общем уровне образования, ином типе межличностных отношений, разной «жизненной философии», которые прямым образом сказываются на процессе коммуникации между этими группами населения.

– Региональная коммуникация осуществляется между представителями различных регионов, где может значительно отличаться их поведение в схожих ситуациях. Например, жители Баварии испытывают значительные затруднения при общении с представителями северных земель Германии.

– Деловая коммуникация или коммуникация в деловой культуре. Каждое предприятие или корпорация имеют ряд правил и традиций, связанных с корпоративной этикой и культурой. Если не владеть этими правилами, при контакте с представителями других фирм может возникнуть непонимание и конфликт, что в результате приводит к срыву переговоров и расторжению сделок и контрактов.

Российские исследователи Е. М. Верещагин и Е. М. Костомаров определяют межкультурную коммуникацию как «адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам» [1, с. 26].

В. В. Сафонова при определении понятия межкультурной коммуникации делает акцент на факт осознания различий между культурами и называет межкультурную коммуникацию «обусловленным коммуникативным взаимодействием людей, которые выступают носителями разных культурных сообществ в силу осознания ими или другими людьми принадлежности к разным геополитическим, континентальным, региональным, религиозным, национальным и этническим сообществам, а также социальным субкультурам» [3, с. 58].

Сущностью межкультурной коммуникации С. Сторти считает поведение, отмечая: «Мы говорим о приобщении не к культуре, а к поведению. Культура, система верований и ценностей, разделяемая определенной группой людей, является абстракцией, которая может быть оценена интеллектуально, но на самом деле именно поведение мы ощущаем, как основное проявление культуры» [6, с. 129].

Анализируя предложенные выше определения межкультурной коммуникации, можно отметить, что они не противоречат друг другу и в их основе присутствует культурный контекст. Для выявления дидактического потенциала межкультурной коммуникации рассмотрим детально модели культуры. Наиболее известные модели культуры разработаны исследователями Ф.Тромпенаарсом [6], Г. Хофстедом [5], Е.Холлом [4].

Ф. Троменаарс выделяет слои культуры:

- внешний (эксплицитный) слой – артефакты и продукты, отражающие различные институты, имеющиеся в обществе;
- средний слой – нормы и ценности, правила поведения в обществе;

- сердцевина (имплицитный, скрытый слой) – базовые представления о жизни, установки, которые не видны на поверхности и являющиеся скрытой сутью культуры.

Г. Хофстед называет модель слоев культуры «луковицей культуры» и выделяет в отличие от Ф. Тромпенаарса два основных уровня: опыт и ценности. Однако в понятие «опыт» автор включает символы, герои, ритуалы, что соответствует артефактам и продуктам в модели Ф. Тромпенаарса. Г. Хофстед считает, что несмотря на то, что язык, символы, герои и ритуалы лежат на поверхности модели культуры, их культурное значение невидимо и может быть и воспринято представителями другой культуры и интерпретироваться как и носителями базового языка, поскольку «сердце культуры» формируется ценностями, а они внешне не наблюдаемы.

Е. Холл [4] представляет модель культуры в виде айсберга, в котором более значимые части культуры скрыты «под водой» (нормы и ценностные ориентации), а очевидные (искусство, законы, обычаи, ритуалы, жесты) находятся «над водой». Автор придает особую значимость не ценностям, а ценностным ориентациям, которые он выделяет в отдельный уровень, находящийся в подводной части, т.е. относится к наиболее глубинным элементам культуры, которые скрыты в подсознании. По мнению Е. Холла ценностные ориентации регулируют коммуникативные действия индивида в любом ситуативном контексте и влияют на восприятие действительности (пространство, время), построение взаимоотношений и образ мышления.

Известный британский культуролог и лингвист Р. Льюис [2] классифицирует национальные и региональные культуры на следующие группы: моноактивные, или линейно организованные, ориентированные на задачу (task-oriented), четко планирующие деятельность; полиактивные, ориентированные на людей (people-oriented); реактивные, или слушающие, ориентированные на сохранение уважения (respect-oriented listeners). Итальянцам кажется, что немцы чопорны и живут по часам; немцам итальянцы представляются беспорядочно жестикулирующими; японцы наблюдают и спокойно учатся у тех и других.

Следуя исследованиям Р. Льюиса, моноактивные культуры – это культуры, представители которой планируют свою жизнь, составляют расписания, организуют свою деятельность в определенной последовательности, занимаются только одним делом в данный момент. Они придают огромное значение анализу проекта, решают все проблемы в жесткой последовательности и добиваются почти совершенного результата. Им нелегко работать с людьми, работающими в другом стиле, например, с арабами или представителями средиземномор-

ских культур. Типичные представители такой культуры англосаксы: американцы, англичане, немцы, северные европейцы.

Представителями полиактивных культур являются южные европейцы, латиноамериканцы и арабы. Это подвижные, общительные народы, имеющие обыкновение выполнять одновременно много дел сразу, нередко не доводя их до конца. Они планируют очередность дел не по расписанию, а по степени относительной привлекательности, значимости того или мероприятия в данный момент. Носители полиактивной культуры экстравертны. Они не любят обрывать беседу на полуслове, для них завершить межличностное взаимодействие – наилучшая форма инвестирования времени.

Реактивные или слушающие культуры – это культуры, для которых наибольшее значение имеет вежливость и уважение. Они предпочитают молча и спокойно слушать собеседника, осторожно реагируя на предложения другой стороны. Монолог – пауза – размышление – монолог – это предпочтительный способ общения в реактивных культурах. Представителями реактивной культуры являются такие страны как Япония, Китай, Сингапур, Корея, Турция, Финляндия, Тайвань. При встрече с представителями реактивных культур важно соблюдать следующую последовательность действий: сначала внимательно слушать собеседника; понимать желания и намерение собеседника; некоторое время хранить молчание и проявлять сдержанность, для того чтобы осмыслить и оценить суть и значимость сказанного; затем следует поставить уточняющие или конкретизирующие вопросы; конструктивно и последовательно реагировать; поддерживать определенную степень непроницаемости; уметь найти сильные стороны и достижения партнера и приспособляться к ним; улучшать их; совершенствовать; доводить до совершенства, если можно.

В моноактивной и полиактивной культурах основной способ коммуникации – это диалог. Один прерывает монолог другого частыми комментариями или вопросами, демонстрируя вежливый интерес к тому, о чем идет речь. Едва замолкает один партнер, слово берет другой. Моноактивным людям реактивная тактика кажется сложной для понимания, поскольку она не вписывается в линейную систему (вопрос/ответ, причина/следствие).

Предложенная классификация культур Р. Льюиса является важным практическим инструментом повышения эффективности межкультурного делового общения. Учитывая культуротипологические различия, менеджерам на деловых встречах и переговорах, следует применять в зависимости от ситуации немецкий тип планирования и немецкую педантичность, китайский способ разрешения конфликтов, японский тип своевременного изменения условий контракта,

российскую изобретательность в тупиковых ситуациях и т.д. до бесконечности.

Итак, проблемой межкультурной коммуникации занимались многие исследователи и лингвисты, приведя разные классификации моделей коммуникации и моделей культуры. В основе межкультурной коммуникации лежит взаимодействие базовых элементов культуры: ценностей, норм, установок, языковых кодов. Внимание к культурным корням и национальным особенностям представителей разных культур позволит предвидеть и точно просчитать их поведение, как в обществе, так и в сфере бизнеса. Практическое знание базовых черт других культур сведет к минимуму неприятные ситуации во время общения, даст необходимое понимание и позволит преодолеть трудности общения с представителями других культур.

Список литературы

1. Верещагин, Е. М., Костомаров, В. Г. Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Русский язык, 1990. – 266 с.
2. Льюис, Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Р. Д. Льюис. – Москва : Изд-во «Дело», 1999. – 439с.
2. Сафонова, В. В. Изучение международного общения в контексте диалога культур и цивилизаций / В. В. Сафонова. – Воронеж : ВГУ, 1996. – 62 с.
3. Hall E. The Silent Language. / E. Hall.– N.–Y., 1959. – 412 p.
4. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind / G.Hofstede/ –Lnd.: McGraw Hill, 1991. – 440 p.
5. Storti S. The Art of Crossing Cultures / S.Storti. – Yarmoth, Maine, 1989. –167 p.
6. Trompenaars F. Riding the Waves of Culture / F. Trompenaars. – Lnd.: Economist Book, 1993. –349 p.