

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Акатова Кира Александровна

магистрант кафедры ОХТ, Уфимского государственного нефтяного технического университета, Филиал УГНТУ в г. Стерлитамаке, РФ, г. Стерлитамак

Ягафарова Гюзель Алмасовна

научный руководитель, канд. пед. наук. доцент кафедры ОХТ, Уфимского государственного нефтяного технического университета, Филиал УГНТУ в г. Стерлитамаке, РФ, г. Стерлитамак

Не существует изолированных культур все они живут и развиваются только в диалоге с другими культурами М.М. Бахтин Статья предназначена одной из самых актуальных тем современности межкультурной коммуникации. Современный мир невозможно представить без межкультурного общения. Во всех сферах жизни, во всех отраслях любой участник межкультурных коммуникаций чувствует или понимает свою особенность от другого. Этот смысл дает возможность эффективно взаимодействовать в нашем многонациональном мире, что в свою очередь является важным условием развития цивилизации и поддержания межкультурного согласия. Именно культура благодаря своему огромному человеческому потенциалу, способна стать тем объединяющим пространством, где люди различных национальных, языковых принадлежностей смогут формировать свое общение без каких-либо границ исключительно на основе взаимопонимания. Что же такое межкультурная коммуникация? Само понятие межкультурной коммуникации впервые было истолковано в статье Г. Трейгера и Э. Холла «Культура и коммуникации» в 1954 г. Здесь под межкультурной коммуникацией понималась идеальная цель, к которой должен стремиться человек в своем желании как можно лучше и продуктивно адаптироваться к окружающему миру. Значение межкультурной коммуникации предложили в 1972 г. американские ученые Ларри Самовар и Ричард Портер в книге "Коммуникация между культурами". Согласно этому определению, межкультурная коммуникация это такой вид коммуникации, в котором отправитель и получатель принадлежат к разным культурам. В Толковом словаре русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой межкультурная коммуникация охарактеризована как совокупность достижений человечества в производственном, общественном и умственном отношении. До сих пор понятие межкультурной коммуникации возникает множество разногласий. В результате многочисленных исследований было определено, что для межкультурной коммуникации немаловажно принадлежность отправителя и получателя сообщения к различным культурам. Проще говоря, межкультурная коммуникация это межперсональная коммуникация, в которой один участник обнаруживает культурное отличие другого. Это связь и общение, происходящее между людьми, принадлежащими к различным культурам. Процесс межкультурной коммуникации широкий спектр формы деятельности, которая предполагает знание иностранных языков, материальной и духовной культуры иного народа, ценностей, религии, нравственных установок, мировоззренческих представлений и т.д. В зависимости от вариантов, приемов и стилей общения в коммуникативистике принято выделять три основных вида межкультурной коммуникации вербальную, невербальную и паравербальную. Под вербальной коммуникацией понимаем языковое общение, выражающееся в обмене мыслями, информацией, эмоциональными переживаниями собеседников. Вербальная коммуникация, как считают специалисты по теории коммуникации, может проходить преимущественно в форме диалога или монолога. Невербальная коммуникация. Под ней в науке понимается совокупность неязыковых средств, символов и знаков, используемых для передачи информации и сообщений в процессе общения. В основе невербальной коммуникации лежат два источника биологический и социальный, врожденный и приобретенный в ходе социального опыта человека. При нездоровой коммуникации факты

передаются через голосовые оттенки, которым в различных языках вносит однозначный смысл. Направление нездоровой коммуникации заключается в том, чтобы вызвать у партнера различные эмоции, ощущения, тревогу, которые необходимы для достижения очевидных целей и намерений. Паравербальная коммуникация строится на тональных и тембровых уникальностях языка и их применении в культуре. На этом основании можно выделить тихие и громкие культуры. В Европе, к примеру, американцев критикуют из-за манеры говорить очень громко. Эта их манера вызвана тем, что очень часто для общительных американцев не имеет никакой значимости, слушают ли их речь или нет. Для американцев важно раскрыть свою компетентность. В отличие от них англичане придерживаются совершенно иной точки зрения: они считают, что не стоит вмешиваться не в свои дела. Следовательно у них особенно развита способность направлять свою речь прямо на нужного партнера и при этом полагать не только уровень шума, но и расстояние. Культурно-специфические особенности паравербальной коммуникации проявляются и в скорости речи. Так, например, финны говорят сравнительно медленно и с длинными паузами. Эта языковая уникальность дала им имидж людей, которые долго думают и неторопливо действуют. К быстро говорящим культурам относятся носители романского языка (французы, румыны, молдаване, цыгане). По этим показателям немцы занимают средний уровень хотя скорость речи выше в Берлине и ниже на севере Германии. Грядущим средством паравербальной коммуникации считается поведка, с одной стороны, говорить многоречиво, а с другой, лаконично, не применяя очень большое количество текстов. Во множества культур нередко оглавление сказанного содержит не такой важный нрав. Высоко ценится эта поведка у арабов, в языке и литературе которых содержание и смысл произнесенного не считается ключевым. Там предпочтение отдается игре слов. Всевозможные слова имеют все шансы употребляться в одном и том же смысле. Арабы очень обожают формулировать одну и ту же мысль различными словами. Отдельно можно рассмотреть влияние межкультурной коммуникации на бизнес-среду. В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи общения и деловой этики. И хотя в мире постепенно складывается определенный стандарт деловых контактов, существуют заметные различия в степени открытости. Например, американцы предпочитают знать, с кем имеют дело. Входя в рабочий кабинет американского партнера, поражает обилие развешенных по стенам различных фотографий. Если у вас обширные отношения с американцами, то подобное «оформление» вашего офиса может оказаться полезным. Что же касается общения партнеров в неформальной обстановке, то деловой прием в США обычная вещь. Это благоприятный случай поговорить о семье и хобби. За столом лучше не обсуждать темы о религии и политике, так как США страна пуританских ценностей. Французы любят тщательно изучать все аспекты и последствия поступающих предложений. Они искусно отстаивают тот или иной принцип или свою позицию, но не склонны к торгу. Французские бизнесмены очень трепетно готовятся к предстоящим переговорам. В итоге оказывается, что французы достаточно надменно ведут переговоры и, как правило, не имеют «запасной» позиции. С английскими партнерами никогда не нужно бояться молчать. Бережливость-это качество, которое англичане проявляют к деньгам, словам и эмоциям. Англичане недоброжелательно к любому выражению чувств. Пунктуальность в Великобритании строгое правило. Переговоры могут вестись с одним или несколькими участниками. На честное слово англичан можно положиться. Они достаточно гибки и охотно откликаются на инициативу противоположной стороны. Традиционным для британцев было и есть умение избегать острых углов во время переговоров. Немцы же отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, скептичностью, стремлением к упорядоченности. Немецкие служащие достаточно строго относятся к выбору одежды. Основной вид одежды строгий деловой костюм. Необходимо обращать внимание на выбор обуви и не одевать к любому костюму светлые ботинки. Переговоры проходят с участием одного или нескольких партнеров. Немцы выбирают те переговоры, в которых они видят достаточные факты возможности нахождения решения. Итальянцы экспансивны, горячи, отличаются большой общительностью. Большое внимание итальянские бизнесмены придают тому, чтобы переговоры осуществлялись между людьми, занимающими примерно равное положение в деловом мире. Важное значение для представителей деловых кругов имеют неформальные отношения с партнерами, в том числе и в не служебное время. Итальянцы очень ценят проявление интереса к Италии, как к стране, являющейся создательницей различных видов искусств и ремесел. В целом, итальянские бизнесмены достаточно чувствительны к соблюдению основных правил деловой этики. Что касается бизнес-этикета, всем известно, что при деловом знакомстве заведено обмениваться визитками. Однако мало кто подозревает, что межкультурная коммуникация предлагает целый перечень правил в

отношении этого элемента деловой жизни. Во-первых, на визитке должно быть обязательно написано ваше имя и наименование организации, которую вы представляете. Во-вторых, обратная сторона визитки предполагает написание всего вышеперечисленного на местном языке, на худой конец на английском. В-третьих, перед зарубежной поездкой постарайтесь узнать как можно больше информации о правилах вручения этой самой визитки. Например, в Японии никто не подпишет с вами контракт, если вы не передадите свою карточку обеими руками и не потратите, по крайней мере, минуту изучая визитку оппонента. Межкультурная коммуникация имеет возможность реализоваться или на массовом уровне, или на личном. Но на обоих уровнях главным субъектом межкультурной коммуникации выступает человек. При данном поведении всякого человека ориентируется ценностями и общепризнанными мерками культуры, в которую он интегрирован. В связи с данным любой член межкультурной коммуникации располагает собственной личной системой правил, обусловленных его социокультурной приспособленностью. В следствие этого при конкретном общении различных культур стоят перед потребностью преодоления не лишь только языковых различий, но и различий социокультурного и народного нрава. А для этого необходимы и знания, и уважение, и терпимость к чужой культуре.

Список литературы:

1. ru.m.wikipedia.org
2. Elar.urfu.ru
3. Dic.academic.ru
4. studopedia
5. rrepetitor.ru
6. zaochnik.com
7. grandars.ru
8. nsportal.ru
9. forpsy.ru