

*Conference of Education, Research and Innovation Proceedings.
– Madrid: International Association of Technology, Education
and Development, IATED, (pp. 4524-4529).*

УДК 81'243

О.Э. Качер, В. Ю. Панкова

Российский университет дружбы народов

**МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В
АСПЕКТЕ ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

В статье рассмотрена суть межкультурной коммуникации в аспекте языка делового общения. Даны небольшие примеры культурных различий. Автор анализирует ситуации, возникающие в результате недопонимания, которое может произойти, если не изучить культуру своего иностранного подчинённого или партнёра. Рассмотрено понятие ИПОИЧ – профессионально-ориентированное иноязычное чтение, которое очень важно для эффективной коммуникации не только среди подчинённых.

Ключевые слова: межкультурная деловая коммуникация, деловое общение, культура, деловая коммуникация, ценности, правила поведения.

УДК 81'243

O.E Kacher, V.Yu. Pankova

People's Friendship University of Russia

**INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE
ASPECT OF BUSINESS LANGUAGE**

The article considers the essence of intercultural communication in the aspect of business language with

illustrative examples of cultural differences. The author analyses situations resulting from misunderstandings which can occur unless you study the culture of your foreign subordinate or partner. The article discusses the concept of professionally-oriented reading in a foreign language crucial for effective communication not only among subordinates.

Key words: intercultural business communication, business communication, culture, values, rules of behavior.

Введение

В деловой коммуникации очень важно, чтобы специалист или предприниматель обладал коммуникативно-речевой компетенцией, что является одним из важнейших профессиональных критериев в его работе или бизнесе [2; 3; 7]. Идеальное владение словом многократно увеличивает возможности добиться успеха в профессиональной деятельности.

Опишем основные задачи, которые необходимо решить предпринимателю в межкультурном деловом общении. Во-первых, следует определить лингвокультурную специфику данного общения. Во-вторых, предлагается характеристика мира и России как поликонфессиональной и полиэтнической территории, что учитывается в бизнес общении обеих сторон. Затем, в процессе деловой коммуникации необходимо изучить речевое и соматическое поведение как русских, так и иностранных партнёров. Наконец, важно изучить язык партнёра и этикет делового общения.

Материалы и методы

Известно, что более 50% ВВП производится именно на совместных предприятиях или СП. На них как раз и работают иностранные работники; либо предприниматель сотрудничает с иностранными партнёрами, которые отличаются своей культурой, цветом кожи, религией и т.д.

И здесь очень важно не только сохранить партнёрские

отношения, но и не попасть в так называемый «чёрный список», за «нахальство», за неподобающее поведение или просто за некорректное высказывание. Всё дело в том, что разные народы или национальности имеют свои ценности, принципы, правила поведения и даже ритуалы, которые особо ценятся в деловом общении. И будет очень жаль потерять партнёра или работника из-за неподобающего движения руки, которое посчитают «оскорблением».

Поэтому для предпринимателя очень важно иметь высокую компетентность в профессиональной коммуникации как с партнёрами, так и с подчинёнными. Именно деловое общение в межкультурной коммуникации стоит на самом первом месте, без этого можно либо забыть о бизнесе, либо всегда терпеть убытки.

Обсуждение на примерах

Достойная прибыль полностью зависит от качественной коммуникации как с партнёрами, так и с подчинёнными. Например, если предприниматель будет сидеть и что-то говорить подчинённому родом из восточной страны, который стоит и слушает «начальника», это будет большим неуважением к человеку данной культуры, воспитанному по-другому, и нормы его поведения могут очень сильно отличаться от норм поведения говорящего. После такого общения с подчинённым, в лучшем случае, он обидится или с недоверием будет относиться к руководителю. В худшем случае, ему может надоест такое отношение и он уволится. И будет очень жаль, если работник был самым лучшим, а если это партнёр, то тем более обидно. У восточных народов, если человек сидит и начинает говорить, то он либо предлагает собеседнику тоже сесть, либо сам встаёт и стоя разговаривает. Казалось бы, для русскоязычных это нонсенс, но в итоге можно не только потерять партнёра или работника, но и значительно сократить свою прибыль.

Существует множество примеров, которые описаны в

книгах по межкультурной коммуникации и деловому взаимодействию. Изучив хотя бы те культуры, которые непосредственно взаимодействуют в определённом бизнесе, можно приобрести высокую компетентность в межкультурном общении в деловой сфере. Можно привести примеры с японскими партнёрами, где намного чаще случаются всяческие казусы, т.к. у них существует много ритуалов, норм и правил поведения, и поэтому с японцами следует вести себя очень осторожно тем, кто не разбирается в их культуре, но хочет иметь с ними долгосрочные партнёрские отношения. Если кому-то интересны именно партнёры из Японии, то их культуру лучше изучить как можно тщательнее. Например, никогда не просите японца принести что-то вам или подать – это считается неуважением и оскорблением.

Китайцы не говорят «спасибо» своим родным и друзьям – для них такое поведение является общепринятым и не считается оскорбительным. Если человек «свой», то благодарить его не требуется, согласно правилам поведения, принятым между китайцами. Такое поведение для русского вообще не приемлемо и воспринимается с трудом. Но понимать как раз и не требуется, если что-то кажется странным в поведении другого человека не из вашей культуры, просто необходимо принять это как должное, либо, если интересно, можно узнать, в чём смысл данного поведения или действия.

Если нам интересна культура американцев, которые воспитаны в условиях многонациональности и, казалось бы, могут всё понять, и недопонимания не должно возникнуть (хотя бы в простых взаимоотношениях), так как изучение межкультурного общения исходит именно от них, где межкультурное общение изучается чуть ли не в начальных классах, то интересно, что у американцев действует категорическое табу на всю информацию, которая касается

денег, зарплаты. То есть если спросите об этом даже у коллеги, просто для интереса, вы будете считаться для них уже «врагом».

Следует больше молчать, если не изучена среда представителя другой культуры. Просто необходимо принять всё как должное. Предприниматели должны быть особо внимательны, чтобы не допустить промахов по причине незнания чужой культуры.

Результаты и обсуждение

Культура – это образ жизни, где есть свои ценности, принципы, ритуалы, нормы и правила поведения. И если будет нарушено хотя бы одно правило или проявлено некое неуважение к ценностям иной культуры или народа, последствия этого могут быть самыми плачевными; было и такое, что бизнес теряли или терпели банкротство. Как замечает Р. Д. Льюис «Разные языки – разные миры», и поэтому, изучая язык другого народа, уже изучаешь культуру этого народа. Учить иностранные языки всегда советовали предпринимателям. Тот предприниматель, который пренебрегает изучением иностранных языков, теряет намного больше, особенно если приходится контактировать с иной культурой. Если понаблюдать за теми предпринимателями, которые учат не один язык, то можно заметить, насколько они успешнее и богаче, при этом многое зависит от словесного искусства.

Коротко о том, какие качества имеет тот, у кого высокая «коммуникативная компетентность». Такой человек:

- умеет видеть различия и работать с ними;
- понимает различие в этическом и эмическом образе мысли;
- способен признавать пробелы в своих знаниях культуры;
- умеет мыслить в сравнении;
- способен к межкультурному общению;

- может изменять своё восприятие;
- умеет рассматривать свою родину как кросс-культурный аспект (или межкультурный аспект)
- знает другие культуры изнутри, т.е. был в среде другого народа;
- знает иностранный язык, а лучше 2 языка.

Непонимание поведения представителя другой культуры вызывает ещё и межкультурный шок, т.е. недоумение по поводу поведения или традиций представителей иной культуры, что, в свою очередь, может вызывать негативное поведение или некий стресс.

В изучении ценностей, принципов и т. д. другой культуры существенную роль играют посещение праздников, изучение традиций, обычаев, при этом следует находиться именно в среде другого народа. Просто почитать и даже изучить историю народа по каким-то источникам – это будет иметь совсем другой эффект. Книжки пишут люди со своим взглядом на мир, и пишут они так, как поняли и увидели некое явление, и это может совершенно отличаться от видения другого человека. В процессе деловой коммуникации всё это также учитывается, и плюс учитывается ещё корпоративное поведение, принципы и традиции самой компании, которые она могла создать в своих личных интересах, для более эффективного взаимодействия или эффективности самой работы. Во-первых, при знакомстве с новой компанией учитывают всё, что относится к общей культуре, а потом, по правилам, рассказывают об условиях, традициях и правилах в самой компании (если они, конечно, есть). Если об этом не говорят, то ориентируются только на общие культурные ценности, правила и т.д.

По сути, в межкультурной деловой коммуникации учитывают самое главное - весь регистр речи, как письменной, так и устной, что требует особого внимания. Учитывается большой процент невербальной информации,

около 70% информации поступает от невербального общения. Разбираясь в невербальной подаче информации, можно также избежать многих даже роковых ошибок.

ИПОИЧ – профессионально-ориентированное иноязычное чтение

Более ценным является коммуникация между партнёрами-подчинёнными. Это когда, например, работники объединяются и для решения какой-либо задачи требуется дополнительная информация, они начинают взаимодействовать, при этом каждый делится своими знаниями, и в итоге получается эффективная профессиональная коммуникация. Таким образом, сутью деловой или профессиональной коммуникацией является сама новая информация. Деловая межкультурная коммуникация относится в большей степени к письму и получению новой информации, от своей страны или от другой, после изучения этой другой культуры, относящейся именно к вам.

Читая иностранную профессиональную информацию, человек приобретает ИПОИЧ (профессионально-ориентированное иноязычное чтение) как письменную форму деловой межкультурной коммуникации. Таким образом, вербальная письменная форма реализуется за счёт речевой деятельности чтения, где специалист вступает в общение-диалог с авторами источников, соглашается или отвергает те или иные условия, взгляды, мнения. Также такой подход рождает у работников собственные идеи, мысли для создания нового, оригинального - чего-то, что может привлечь ещё больше новых партнёров по деловому общению. Кроме того, ИПОИЧ – это интенсивный процесс, который не заканчивается сразу после чтения источника, а наоборот, стимулирует творческое переосмысление пройденного материала, включая и обсуждение мнения своих коллег в устной форме. И чтобы определить такую

речевую деятельность как интенсивную и продуктивную, работник должен уметь находить подходящие способы работы с текстами, применяя различные виды чтения источников. Он должен отличаться гибкостью и динамичностью в данной работе коммуникативного общения, в своей культуре или иноязычной.

Выводы

В итоге, для эффективной деловой коммуникации необходимы: для предпринимателя - знания о культуре всех работников, а именно – знакомство с ценностями, нормами, правилами их поведения; также и работникам необходимо знать про ценности, нормы, правила своих коллег и руководителя; предпринимателю обязательно нужно знать тот язык, на котором разговаривают подчинённые, чтобы избежать недопонимания и возможных конфликтов в будущем; чтобы лучше познать культуру, традиции других людей, просто необходимо побывать в их среде; и последнее, чтобы иметь эффективный бизнес и успешных работников в нем, обязательно нужно учитывать речевые коммуникативные факторы, которые необходимы всегда, когда создаётся что-то новое и более эффективное.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иконникова Н.К. Механизмы межкультурного восприятия // Социологические исследования. - 1995. - №8. – С. 26-38.
2. Малюга Е.Н. Взаимовлияние деловой коммуникации и межкультурного делового дискурса // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 84. – С. 147-155.
3. Малюга Е.Н. Развитие теории межкультурной деловой коммуникации в современном языкознании // Вестник

Бурятского государственного университета. – 2013. - № 11. – С. 35-40.

4. Пономаренко Е.В., Харьковская А.А. Риторическое воздействие как фактор межнационального делового общения // Язык и коммуникация в современном поликультурном социуме: сборник научных трудов. – М.: Трансарт, 2014. – С. 111-117.
5. Пути собирания Русского мира. Доклад на конференции сообщества «ДелоРус» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusk.ru/newsdata.php?idar=182872> (дата обращения 1.11.2015.)
6. Садохин А.П., Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д. Основы межкультурной коммуникации. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
7. Серова Т.С. Психологические и лингводидактические аспекты обучения профессионально ориентированному иноязычному чтению в вузе. - Свердловск, 1988.
8. Харьковская А.А. Business English: Учеб. пособие для индивидуальной работы по деловому английскому языку студентов 4 курса специальности «Англ. филология» / А.А. Харьковская, Н.В. Ильичева. Самара: Самар. гос. ун-т, 2004.

REFERENCES

1. Ikonnikova, N.K. (1995). *Mehanizmy mezhkul'turnogo vosprijatija* [Mechanisms of intercultural perception]. *Sociologicheskie issledovanija*, 8, 26-38.
2. Malyuga, E.N. (2008). *Vzaimovlijanie delovoj kommunikacii i mezhkul'turnogo delovogo diskursa* [Interrelation of business communication and intercultural business discourse]. *Izvestia: Herzen University journal of humanities and sciences*, 84, 147-155.

3. Malyuga, E.N. (2013). Razvitie teorii mezhkul'turnoy delovoy kommunikatsii [Intercultural business communication theory development in modern linguistics]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 11, 35-40.
4. Ponomarenko, E.V., & Kharkovskaya, A.A. (2014). Ritoricheskoe vozdejstvie kak faktor mezhnacional'nogo delovogo obshhenija [Rhetoric impact as a factor of international business communication]. *Jazyk i kommunikacija v sovremennom polikul'turnom sociume: sbornik nauchnyh trudov*. M.: Transart, 111-117.
5. *Puti sobiraniya Russkogo mira. Doklad na konferencii soobshhestva «DeloRus»*. (2015). [Ways of collecting of the Russian world. The conference report at the Society "DeloRus"]. Retrieved from <http://rusk.ru/newsdata.php?idar=182872>
6. Sadokhin, A.P., Grushevitskaya, T.G., Popkov, V.D. (2003). *Osnovy mezhkul'turnoj kommunikacii* [Basics of intercultural communication]. UNITY-DANA. Moskva.
7. Serov, T.S. (1988). *Psichologicheskie i lingvodidakticheskie aspekty obuchenija professional'no orientirovannomu inojazychnomu chteniju v vuze* [Psychological and linguadidactic aspects of teaching professionally focused reading in other languages in tertiary education institutions]. Sverdlovsk.
8. Kharkovskaya A.A., Ilyicheva N.V. (2004). *Business English: uchebnoe posobie dl'a individual'noy raboty po delovomu angliiskomu iaziku dl'a studentov 4 kursa special'nosti "Angliiskaya filologia"* [Business English: Student book for individual work at Business English for 4 year students specializing in English philology]. Samara: Samar. Gos. Un-t.