

НАВЫКИ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И ЯЗЫК КУЛЬТУРНОГО КОНТЕКСТА

С. А. Дубинко

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, dubinko@bsu.by*

Навыки деловой коммуникации, которые необходимы в принятии решений, ведении переговоров, заключении сделок, рассматриваются в контексте межкультурного общения. Описаны причины неправильных толкований в обмене информацией, которые могут привести к провалам в коммуникации. Среди них — двусмысленность, которая открыта для интерпретации и толкований значений, включение в подсознание моделей поведения и применение их к партнерам общения, существование невыраженных форм общения (безмолвных языков общения). Эти причины обусловлены языком контекста. Рассматривается несколько аспектов языка контекста, которые влияют на успех делового общения: языки времени, пространства, вещей, соглашений и дружеских отношений.

Ключевые слова: двусмысленность; модели поведения; безмолвные языки общения, язык культурного контекста.

SKILLS OF BUSINESS COMMUNICATION AND LANGUAGE OF CULTURAL CONTEXT

S. A. Dubinko

*Belarusian State University,
4 Nezavisimosti ave., Minsk, 220030, Republic of Belarus, dubinko@bsu.by*

The skills of business communication that are important in decision making, negotiating, making deals are considered in the context of intercultural communication. The causes of misinterpretations in the exchange of information which can lead to failures in communication are described. Among them is the ambiguity that is open to interpretation and interpretation of meanings, the inclusion of behavioral patterns in the subconscious and their application to communication partners, the existence of unexpressed forms of communication (silent languages of communication). These reasons are due to the language of context. We consider several aspects of the language of context that affect the success of business communication: the languages of time, space, things, agreements and friendly relations.

Key words: ambiguity; patterns of behaviour; silent languages of communication; language of cultural context.

Культура глубоко проникает в сознание и поведение людей. Однако это всегда коллективное, а не индивидуальное явление, потому что оно полностью или хотя бы частично разделяется в сообществе людьми, которые живут или жили в той же социальной среде, в которой лежат его корни. Культура также сильно отличается от личности человека, с одной стороны, и человеческой природы, ценностных характеристик — с другой. Развитие навыков эффективной деловой коммуникации — то, к чему стремится любой деловой человек в эпоху глобализации, будь то сотрудник компании молодого или среднего бизнеса или лидеры мультинациональных корпораций. В сфере делового общения мы все должны постоянно стремиться к навыкам межкультурного общения и владеть ими, чтобы добиться успеха в современной глобальной среде. Все мы постоянно общаемся. Так что же лежит в основе общения? Как правило, оно включает в себя говорящего и слушателя, а также средства кодирования и декодирования языка слов.

Хотя такой обмен информацией кажется простым на первый взгляд, в любом сообщении он может повлечь за собой много неправильных толкований. Существует много причин для этого. Прежде всего, существует двусмысленность: слова, используемые в простом словесном взаимодействии, часто открыты для интерпретации значения и контекста. Второе — это субъективное значение: люди во всем мире обычно вырабатывают свое собственное понимание значения слов, ассоциаций с ними и образцы поведения тех, с кем они общаются, чтобы понять другого человека. Они включили в свое подсознание буквально тысячи моделей поведения, которые они принимают как должное в людях, с которыми они общаются каждый день, и применяют их к другим [1, 23]. В-третьих, у нас есть «безмолвные языки» общения. Недопонимание часто возникает в общении, потому что многие люди не знают или не чувствуют, что существуют невыраженные формы общения, которые лежат в основе произнесенного слова — языка контекста. Этот язык состоит из времени, пространства, материальных вещей, соглашений и дружбы [2, 67]. Люди, которые действуют в рамках одной культуры, могут даже не знать, что другие интерпретируют эти языки по-разному — они не могут видеть, слышать или переживать за пределами их собственной культурной системы координат.

Рассмотрим более подробно эти скрытые языки как компонент развития межкультурных навыков, которые обеспечивают межкультурную компетенцию.

Язык контекста глубоко влияет на общение в межкультурной среде. Контекст — это информация, которая окружает коммуникацию и помогает ее передавать, включая структуру, фон и окружающие обстоятельства, при которых происходит коммуникация или событие. Хотя у нас есть множество культур во всем мире, все они подразделяются на две основные категории: культуры с высоким контекстом и культуры с низким контекстом. Примеры культур с высоким контекстом включают, в основном, Японию, Китай, Вьетнам, Малайзию и арабские страны, а культуры с низким контекстом включают Соединенные Штаты и многие европейские культуры. Информация, предоставляемая в культурах с высоким контекстом, включает в себя закодированные и скрытые сообщения, которые посторонним трудно интерпретировать. Информация либо представлена физическим контекстом, либо является внутренней по отношению к человеку (Hall, 1989). Неявные сообщения обычно требуют, чтобы человек читал между строк или интерпретировал невербальные сигналы в более широком вербальном контексте. Люди в культурах с высоким контекстом обычно пытаются сначала установить социальное доверие, потому что они ценят личные отношения и добрую волю [3, 48]. В культурах с низким контекстом, с другой стороны, большая часть передаваемой информации содержится либо в явных кодах, либо в устном слове. Слушатель почти ничего не считает само собой разумеющимся, поскольку говорящий говорит именно то, что имеет в виду.

Язык культурного контекста влияет на коммуникативные практики и стили, однако он также связан с языками времени и дружеских отношений. Язык контекста предполагает, что люди в разных культурах взаимодействуют и воспринимают других с позиции совершенно разных мировоззрений, ни одно из которых не является неправильным, но все они должны быть поняты менеджерами, партнерами по бизнесу, собеседниками, которые хотят преуспеть в глобальной бизнес-среде. Рассмотрим пять аспектов языка контекста: языки времени, пространства, вещей, соглашений и дружбы.

Что касается языка времени, то отметим, что существует столько же разных языков времени, сколько и языков. В монохронной временной культуре, такой как Соединенные Штаты или Швейцария, люди воспринимают время линейно, пространственно-временным образом — в терминах прошлого, настоящего и будущего. Потраченное время означает потерянные деньги. В полихронных временных культурах, например, в странах Латинской Америки, люди придают большее значение отношениям и дружбе, чем действиям в определенные или установленные сроки. Кроме того, ожидается, что в Соединенных Штатах встречи начнутся вовремя. Если вы продолжаете ждать встречи, вы, скорее всего, воспримете это как знак неуважения или то, что обсуждаемый вопрос не важен. В Латинской Америке задержки встреч очень распространены — фактически они являются нормой. Прежде, чем бизнес будет обсуждаться вообще, должны быть выстроены дружеские отношения, для чего существует светский разговор (*small talk*) и различные способы как растопить лед (*icebreaking effects*) в отношениях партнеров по деловому общению.

Язык пространства также различен в различных культурах. Для американцев считается, что человек, имеющий большие офисные площади, обладает большей властью, авторитетом или даже ценностью, чем те, у кого небольшие офисы или помещения. Французы, однако, часто используют офисное пространство, чтобы выстроить сеть связей, влияния, деятельности или работы. Кроме того, в Соединенных Штатах мужчины избегают чрезмерных прикосновений. Люди предпочитают придерживаться дистанции (*space bubble*). В повседневной жизни дела ведутся и обсуждаются на расстоянии от пяти до восьми футов, а сугубо личное дело обсуждается на расстоянии от восемнадцати дюймов до трех футов. На Ближнем Востоке и в Латинской Америке, соответственно, личное пространство намного меньше (иногда два-три дюйма).

Скрытый язык вещей также отличается в разных культурах. Американцы используют материальные блага — дома, бренды одежды, автомобили, сумки, офисную мебель — как сложное средство определения статуса друг друга. Ближневосточные люди ценят дружбу, связь и семью больше, чем имущество, и считают, что люди известны сами по себе, а не оценены в соответствии с вещами. Японцы склонны ценить недорогие, но прекрасные, со вкусом расположенные вещи и использовать пространство и вещи для создания правильной эмоциональной обстановки.

Язык соглашений — также важный компонент культурных различий в деловой коммуникации. Существуют разные правила и языки для ведения переговоров по соглашениям в разных странах. Американцы ожидают, что переговоры будут закончены, когда контракты будут подписаны. В Японии подписание контракта символизирует начало периода переговоров, а в арабском мире устное соглашение является столь же обязательным, если не более, чем письменный договор. Язык дружбы, даже роль дружественных отношений значительно отличаются от культуры к культуре. Американцы быстро развивают дружеские отношения, которые могут затем перейти на второй план после достижения деловых возможностей или достижения инструментальных целей. Дружба во многих других частях мира занимает больше времени, чтобы развиваться глубже и включать взаимные обязательства. Принципы эффективного общения между культурами связаны с преодолением ряда барьеров. Как же мы преодолеваем эти барьеры для общения между культурами? Иногда для этого требуется «вырваться из себя» и оставить на время в стороне наши глубоко укоренившиеся предположения, правила или законы, которые определяли и формировали нашу культурную систему, и принимать новые принципы. Словарь описывает «принцип» как всеобъемлющий и фундаментальный закон, доктрину или предположение, правило или кодекс поведения, талант или дар. Принципы определяют наше поведение, отношение и даже наши привычки, мысли и действия. Тем не менее, принципы выбираются соответственно ситуации общения, даже если они давно укоренились. Многие принципы необходимы для развития эффективной межкультурной коммуникации. Вот несколько важных из них: 1. все общение основано на культуре; 2. общение может быть вербальным и невербальным. Невербальное общение имеет большое влияние на эффективность и успех коммуникации. Из-за культурных различий как вербальное, так и невербальное общение могут быть неверно истолкованы; 3. мы общаемся постоянно. Даже когда мы не разговариваем, мы сообщаем, что мы не заинтересованы в разговоре, либо есть какие-то обстоятельства, в силу которых мы не высказываем свои мысли (опять же здесь могут выступать культурные различия: язык контекста, дистанция власти между партнерами делового общения, которые по-разному проявляются в разных культурах); 4. изреченное слово, язык тела и внешность имеют значение и зависят от культуры; 5. люди не могут интерпретировать одно и то же сообщение одинаково; 6. стилистические предпочтения индивидуума могут отличаться от доминирующего стиля его или ее собственной культуры; 7. у разных культур существуют разные способы получать информацию из разных источников и доверять ей. Некоторые культуры предпочитают общение лицом к лицу, другие функционируют эффективно, основываясь на письменном общении; 8. в официальном общении следует избегать употребления жаргона и сленга. Это включает в себя метафоры, которые, например, заимствованы из спорта, такие как “*ball park figures*,” (приблизительные цифры) или “*has shown his cards*” (показал свои карты). Эти фразы обычно не понимают носители разных культурных традиций; 9. следует избегать обсуждения личных и культурных вопросов, не связанных с работой, таких как политические, религиозные, сексуальные или другие личные убеждения. Обсуждение этих вопросов на работе чаще всего приводит к проблемам, а иногда даже к судебным искам против организации; 10. необходимо постоянно совершенствовать навык деловой коммуникации. Многие проблемы, связанные с непониманием межкультурных различий, можно предотвратить с помощью раннего и непрерывного обучения. Новые ориентации относительно тренинга сотрудников должны включать в себя позицию компании в отношении культурного разнообразия, а также базовую осведомленность и навыки работы с представителями различных культур.

Таким образом, навыки деловой коммуникации включают в себя очень важные навыки межкультурного общения, которые необходимы в принятии решений, ведении переговоров, заключении сделок. Овладеть этими навыками — это значит пройти определенный процесс, в результате которого деловые партнеры выстраивают деловые дружеские отношения. Для этого необходимо, во-первых, научиться разговаривать с людьми и, что очень важно, слушать их. Для эффективной работы в условиях культурных различий необходимо развивать в себе следующие способности: желание и готовность общаться, что является первым шагом в создании взаимопонимания; быть аутентичным, искренним и не подстраиваться под представителя чужой культуры, например, казаться быть американцем, японцем или русским; слушать партнера, что представляет собой жизненно важное условие успешной межкультурной коммуникации.

Все навыки хорошего общения должны развиваться с осознанием того, что представители разных культур используют разные стили общения, которые отражают более глубокие раз-

личия в их основных ценностных ориентирах. Если вам не хватает хороших навыков общения, когда вы встречаетесь с представителями другой культуры, вы будете островом в океане незнакомцев. Необходимо постараться расставить приоритеты в своих общих базовых человеческих ценностях и изучить культурные аспекты своей и других национальных культур. Важно пройти свой индивидуальный путь тренинга, чтобы овладеть основами важных межкультурных навыков, включая общение и принятие решений. Другими словами, овладеть навыками деловой коммуникации невозможно без владения языком культурного контекста общения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Hall E.T., Beyond Culture. New York: Anchor Books, 1989. — 281 p.
2. Hall E. T., The Silent Language. New York: Anchor Books, 1990. — 205p.
3. Munter M., Guide to Managerial Communication (Guide to Business Communication Series). Prentice Hall, 2008. — 194 p.