Тема 4. Межкультурные аспекты ведения бизнеса

ХОЧЕШЬ ЖИТЬ -

УЧИСЬ ОБЩАТЬСЯ

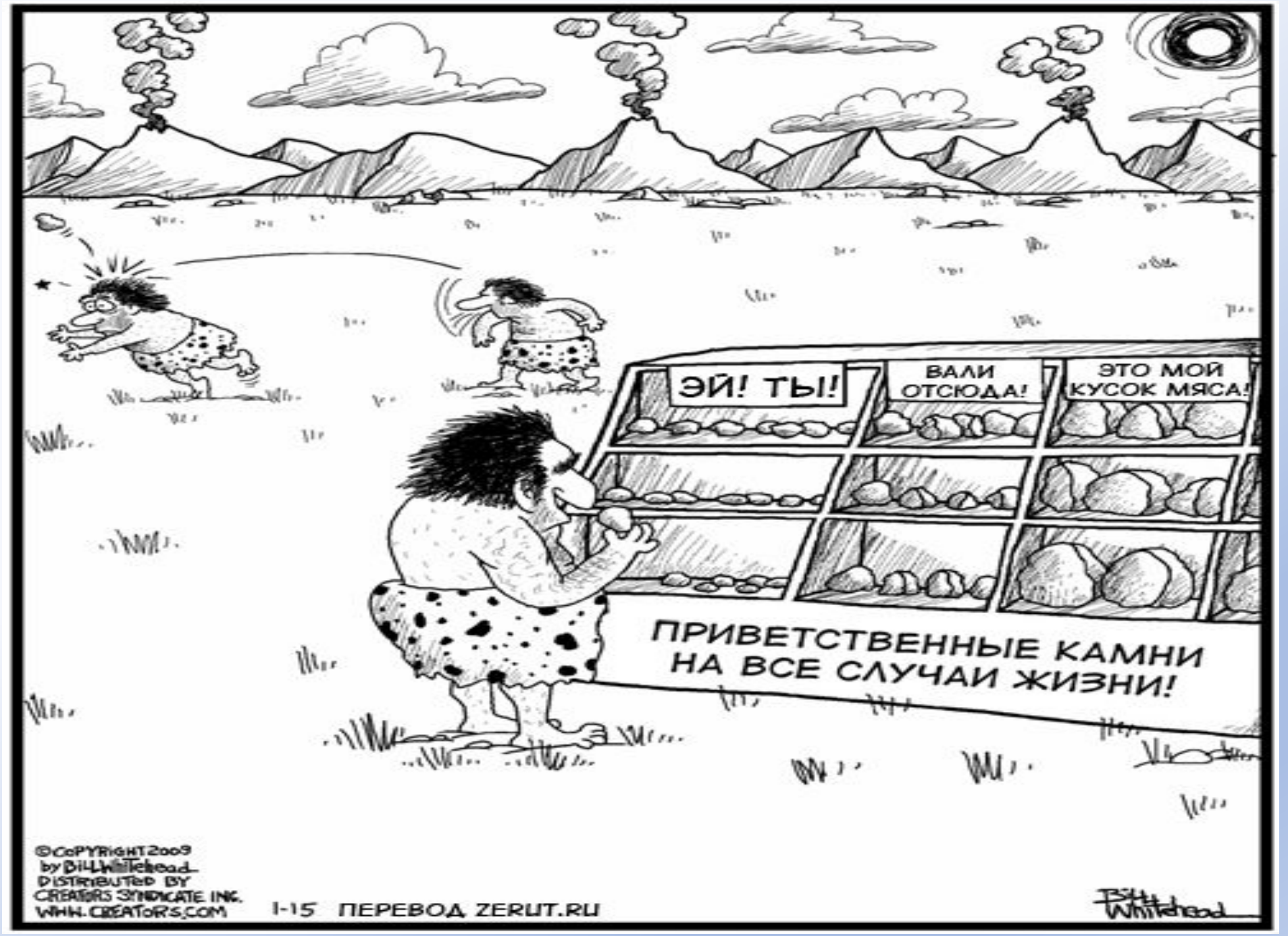
1. В настоящее время практически нет совершенно изолированных от мира культурных общностей, кроме небольших туземных племен, затерянных в самых укромных уголках планеты.

Сегодня естественна ситуация, когда любой народ открыт для восприятия чужого культурного опыта и одновременно сам готов делиться с другими народами продуктами собственной культуры.

Это обращение к культурам других народов получило наименование **«взаимодействие культур»** или **«межкультурная коммуникация»**

- Термин ***«межкультурная коммуникация»*** появился в середине 20 века. На протяжении последних 60 лет исследователи из разных областей объединяют свои усилия, чтобы выявить успешные стратегии делового общения между представителями разных стран. Сегодня данная дисциплина использует знания таких сфер как лингвистика, культурология, психология, социология, антропология и некоторых других. Межкультурная коммуникация преподается во многих учебных заведениях по всему миру.

- Выделяют четыре основные формы межкультурной коммуникации:
- При **прямой коммуникации** информация адресована отправителем непосредственно получателю и может осуществляться как в устной форме, так и в письменной. При этом наибольший эффект достигается посредством устной речи, сочетающей вербальные и невербальные средства.
- В **косвенной коммуникации**, которая носит преимущественно односторонний характер, информационными источниками являются произведения литературы и искусства, сообщения радио, телевизионные передачи, публикации в газетах и журналах и т.п.
- **Опосредованная** и **непосредственная формы коммуникации** различаются наличием или отсутствием промежуточного звена, выступающего в роли посредника между партнерами. В качестве посредника может выступать человек, техническое средство. Коммуникация, опосредованная техническими средствами, может оставаться прямой (разговор по телефону, переписка по электронной почте), но при этом исключается возможность использования невербальных средств.


ЭЙ! ТЫ!
ВАЛИ ОТСЮДА!
ЭТО МОЙ КУСОК МЯСА!
ПРИВЕТСТВЕННЫЕ КАМНИ НА ВСЕ СЛУЧАИ ЖИЗНИ!
©COPYRIGHT 2009 by BILL Whitehead
DISTRIBUTED BY CREATORS SYNDICATE INC.
WWW.CREATORS.COM
1-15 ПЕРЕВОД ZERUT.RU
Bill Whitehead

- В межкультурной коммуникации принято выделять внутренний и внешний контекст коммуникации.
- В качестве **внутреннего контекста** выступают совокупность фоновых знаний, ценностные установки, культурная идентичность и индивидуальные особенности индивида. К этому контексту можно отнести настрой, с которым коммуникант вступает в общение и который составляет **психологическую атмосферу** коммуникации.
- **Внешний контекст** коммуникации составляют время, сфера и условия общения. Для межкультурной коммуникации важным обстоятельством является **место проведения** коммуникации, определяющее фон

- **Временной контекст** - это хронологический период, в котором происходит коммуникативная ситуация. В различные периоды времени взаимоотношения между участниками (партнерами) коммуникации складываются по-разному. Хронологически различают коммуникации:

- **одновременные**, которые происходят путем личных контактов, по телефону, сети Интернет в режиме on-line,

- **разновременные** — все остальные коммуникативные

В международном бизнесе влияние культуры проявляется буквально на всех уровнях:

- в **микросреде** на уровне фирмы - корпоративная культура;

- в **мезосреде** на уровне межкорпоративного взаимодействия - культура интеркорпоративных коммуникаций;

- в **макросреде** - взаимодействие фирмы с чуждой бизнес-средой в стране пребывания.

Чем многообразнее культурное поле ведения бизнеса, тем острее проявляются культурные различия, выше - коммуникативные барьеры, критичнее - требования к кросс-культурной компетенции персонала и особенно международных менеджеров. Контакты сотрудника любого уровня международной компании - *это не просто взаимодействие национальных культур, а еще и "наложение" большого количества субкультур - корпоративных, возрастных, тендерных, профессиональных, религиозных, индивидуальных и т. д.*

Все многообразие мировых культур разделяется на три категории:

моноактивные, полиактивные и реактивные.

В **моноактивных** компаниях принято систематически планировать будущее, причем делается это в мельчайших подробностях и деталях. Вся работа осуществляется в строго фиксированное время, проекты разбиваются на этапы. Здесь любят графики и расписания, строго придерживаются планов, стараются опираться на факты, прописывают все процедуры, каждый отдел выполняет установленный круг функций.

Система покровительства отсутствует;

в работе приветствуются официальность, точность и своевременность выполнения поручений;

ценится профессиональная компетентность; профессиональное и личное разграничиваются.

Образ жизни **полиактивных** фирм несколько иной. Планирование осуществляется только в общих чертах; работа делается в любое время суток; график непредсказуем, проекты могут накладываться друг на друга. Как правило, конечный результат интересует меньше, чем процесс. Изменившиеся обстоятельства принимаются во внимание и могут удлинить время исполнения проекта. Предпочтение отдается информации, полученной из первых рук, как правило, устной. Сотрудники могут заниматься делами всех подразделений, используют связи, ищут протекции. Часто в полиактивных компаниях работают родственники. Можно наблюдать разговоры часами, пометки делаются редко, личное и профессиональное обычно смешиваются.

Компании с **реактивным** типом культуры - это представители Юго-Восточной Азии (Япония, Китай, Тайвань, Сингапур, Корея). Специфика работы в них настолько ярко выражена, что, принимая приглашение на работу в подобную компанию, необходимо пройти специальный тренинг для минимизации последствий "культурного шока", который в таком случае может быть достаточно сильным.

•Эффективное бизнес-общение

- Для того чтобы межкультурное взаимодействие было успешным, безусловно, важно владеть иностранным языком.
- Вторым ключевым инструментом становится осведомленность о картине мира собеседника. Она включает в себя различные представления об окружающей

- Если вы работаете с коллегами из другой страны или ищете работу заграницей, сведения по межкультурной коммуникации станут для вас ключом к успеху. *Изучите типичные представления, стереотипы, модели поведения, выучите пословицы и поговорки, которые очень хорошо отражают национальную картину мира*.

С этими знаниями вы сможете

- избежать недопонимания, искажения смысла и конфликтов,
- говорить с собеседником на одном языке,
- понимать не только вербальное сообщение, но и ход мыслей вашего партнера или коллеги,
- адекватно оценивать не только слова, но и жесты собеседника.

Интересная и полезная информация

Жители США ведут разговор на расстоянии не ближе 60 см друг от друга.

Латиноамериканец в разговоре с жителем США стремится приблизиться к собеседнику.

Если спросить североамериканца его мнение о латиноамериканце, то он ответит, что тот излишне настойчив и претендует на установление слишком близких отношений.

А латиноамериканец в ответ на тот же вопрос скажет, что его собеседник - высокомерный и надменный человек.

И оба ошибутся в своем суждении, поскольку при разговоре нарушилась привычная для каждого из них дистанция.

Bla bla
bla bla
bla bla-bl
SPAM
Streeter
2/24
©2010
www.betsystreeter.com

- Существуют значительные различия у народов и в отношении восприятия пространства.
- Так, американцы привыкли работать либо в больших помещениях, либо - если помещений несколько - только при открытых дверях, поскольку считают, что «американец на службе обязан быть открытым для окружающих».
- По-американски открытый кабинет свидетельствует о том, что хозяин на месте и ему нечего скрывать от посторонних глаз. Многие небоскребы в США построены из стекла и просматриваются почти насквозь. Здесь все, начиная от директора фирмы и кончая посыльным, постоянно на виду.
- Это создает у служащих вполне определенный стереотип поведения, вызывая ощущение, что «все сообща делают одно общее дело».

ПОЧЕМУ СОВРЕМЕННЫЕ КОМПАНИИ ПРЕДПОЧИТАЮТ ОПЕНСПЕЙС ОФИС?

- 1. Снижение арендной платы за счет уменьшения числа арендуемых помещений. Сегодня, чаще всего, большая арендная плата характерна для миниатюрных помещений, в то время, как большую площадь можно снять за привлекательную стоимость.
- 2. Увеличение КПД рабочих на 30 процентов.
- 3. Повышение и улучшение коммуникативных качеств сотрудников.
- 4. Создание доброжелательной трудовой атмосферы.
- 5. Сглаживание границ между рабочими разных должностей, что подразумевает равенство и улучшение взаимоотношений между работниками.
- 6. Совершенствование документооборота, снижающее затраты рабочего времени для того, чтобы подписать документ у руководителя и соответствующих должностных лиц.
- 7. Работа в офисе открытого типа позволит дисциплинировать сотрудников и заставляет рациональнее расходовать рабочее время.

- У немцев подобное рабочее помещение вызывает лишь недоумение. У них каждое рабочее помещение должно быть снабжено надежными дверями. Распахнутая настежь дверь символизирует крайнюю степень беспорядка.

- Прагматизм американцев проявляется в том, что при деловых беседах, на переговорах они концентрируют свое внимание на проблеме, подлежащей обсуждению, причем стремятся выявить и обсудить не только общие возможные подходы к решению, но и детали, связанные с реализацией договоренностей.
  Стиль делового общения отличает профессионализм. В американской делегации трудно встретить человека, некомпетентного в обсуждаемых вопросах.
  Американцы предпочитают крупные сделки и склонны подчеркивать масштабы деятельности, оборота, размеры и т.п. своей фирмы. 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

- Французы одна из старейших наций на европейском континенте. В прошлом Франция оказала значительное влияние на формирование дипломатического протокола, этикета.

  В деловой жизни Франции большое значение имеют личные связи и знакомства. Новых партнеров стремятся найти через посредников, связанных дружескими, семейными или финансовыми отношениями.

- Французские бизнесмены тщательно готовятся к предстоящим переговорам, досконально изучают все аспекты и последствия поступающих предложений. Стиль ведения переговоров подчеркивает приверженность к принципам при одновременном недоверии к компромиссам.

  Французские предприниматели не любят сталкиваться в ходе переговоров с неожиданными изменениями в позициях. Контракты подписанные совместно с французскими фирмами, предельно корректны и точны в формулировках и не допускают разночтений.
- Французы не отличаются точностью и не всегда пунктуальны. На приемах они следуют правилу: чем выше статус гостя, тем позднее он приходит.

- Англичанам же присущи, такие качества как сдержанность, склонность к недосказанности, щепетильность, которая заставляет англичан быть замкнутыми и необщительными с незнакомыми людьми, почитание собственности, деловитость.

  Независимость, граничащая с отчужденностью -основа человеческих отношений в Британии.

- И вообще, англичане старательно избегают в разговорной речи любых личностных моментов, т.е. всего того, что может показаться вторжением в частную жизнь.
  Бережливость - качество, которое англичане проявляют к деньгам, словам и эмоциям. Они неприязненно относятся к любому выражению чувств.

  Пунктуальность в Великобритании - жесткое правило.

  Переговоры могут вестись с одним или несколькими участниками.

  На честное слово англичан можно положиться.

  Они достаточно гибки и охотно откликаются на инициативу противоположно стороны.

  Традиционным для британцев было и есть умение избегать острых углов во время переговоров.

- Немцы отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, скептичностью, стремлением к упорядоченности.

  Деловые связи с немецкими фирмами можно установить путем обмена письмами с предложениями о сотрудничестве, а также через агентские и посреднические фирмы. Время встречи обязательно согласовывается.

  Основной вид одежды - строгий деловой костюм. Необходимо обращать внимание на выбор обуви и не одевать к любому костюму светлые ботинки.

  Переговоры ведутся с участием одного или нескольких партнеров. Немцы предпочитают те переговоры, в которых они с достаточной очевидностью видят возможность нахождения решения. При заключении сделок немцы будут настаивать на жестком выполнении принятых обязательств, а также уплате высоких штрафов в случае их невыполнения.

- Китай - одна из стран мира с большими психологическими нагрузками. В китайской делегации много экспертов: эксперт по движению финансовыми вопросами и т.д.

  Китайцы ведут переговоры, разграничивая отдельные этапы: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап переговоров. На переговорах с китайской стороной следует ожидать, что партнер первым «откроет свои карты». Китайская сторона делает уступки обычно под конец переговоров, после того, как оценит возможности противоположной стороны.

  Окончательные решения обычно принимаются китайскими участниками дома.
- В Китае придают большое значение налаживанию неформальных отношений с зарубежными партнерами. Вас могут спросить о возрасте, семейном положении, детях - не обижайтесь, это искренний интерес к вам.

Начнёшь
ни с кем
не общаться
и уже не можешь
остановиться