**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСТИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

**Кафедра соціології та політології**

**Новітні форми крос-культурних соціальних комунікацій**

Конспект лекцій

Харків 2020

**Тема 1. Крос-культурні комунікації та їх роль у сучасному суспільстві**

1. Поняття «крос-культурний».

2. Співвідношення понять культура та комунікація.

3. Місце крос-культурних комунікацій в сучасному суспільстві.

 Комунікація є важливим чинником існування суспільства, оскільки суспільства без спілкування немає. Комунікація є тим процесом, який і забезпечує утворення суспільства. Крос-культурні дослідження — тип наукового пошуку, згідно з яким поведінку людини та соціальних груп вивчають у контексті їхніх культурних особливостей.

**1. Поняття «крос-культурний».**

 Дефініція «крос-культурний» (від англ. *cross-cultural*), в перекладі означає те, що виникає на перехресті культур і створює певну самостійну культуру, іноді вживається замість поняття «міжкультурний». Проте ці два поняття не слід ототожнювати, передусім тому, що специфіка змісту терміну «крос-культурний» вказує на порівняльний підхід у вивченні культур. Отже, *крос-культурний аналіз ґрунтується на застосуванні компаративістського методу в дослідженнях культурної варіативності за різних міжкультурних контактів, а головною його задачею і предметом є виявлення залежностей поведінки людей від культурних ознак і факторів.*

 Зміст методики крос-культурного аналізу полягає:

 по-перше, в порівнянні двох або більшої кількості чинників, що суттєво різняться в різних культурах;

по-друге, у визначенні впливу культурних умов на поведінку індивіда;

по-третє, у встановленні систематичної залежності між культурними і поведінковими змінними, оскільки культури динамічні й мінливі.
 Таким чином, основна мета крос-культурного аналізу полягає в розумінні того, як і за якими критеріями дві системи на рівні групового і міжособистісного аналізу співвідносяться одна з іншою.

 На думку сучасних фахівців, феномен крос-культурної комунікації ґрунтується на чіткому уявленні про розбіжність між своєю культурою та всім тим, що їй не належить і трактується як щось чуже. Вперше термін «міжкультурна комунікація» (або «крос-культурна комунікація») як особлива царина людських відносин був запропонований у 1954 році Е.Холлом і Д.Трагером у книзі «Культура як комунікація» («Culture as Communication»), основні ідеї та положення якої були розвинуті в роботі Е.Холла «Німа мова» («The Silent Language») в 1959 році, в якій автор показав тісний зв'язок між культурою та комунікацією. У словнику термінів міжкультурної комунікації, за Ф. Бацевич, крос-культурна (міжкультурна) комунікація визначається як процес спілкування (вербального й невербального) людей (груп людей), які належать до різних національних лінгвокультурних спільнот, як правило, послуговуються різними ідіоетнічними мовами, мають різну комунікативну компетенцію, яка може стати причиною комунікативних невдач або культурного шоку в спілкуванні

**2. Співвідношення понять комунікація та культура.**

 Людина є соціальною істотою, тобто вона не може обходитися без взаємодії з іншими людьми, без знання їхньої думки про себе. Тому здатність до комунікації і потреба в комунікації є чи не найважливішими її сутнісними ознаками. Окрім того, що людина хоче зрозуміти навколишню дійсність, вона прагне до взаєморозуміння і порозуміння з іншими людьми. За твердженням М. Гайдеґґера, це не просто здатність людини, а спосіб її існування. Таким чином, дослідження комунікаційних процесів означає не лише вивчення певних суспільних явищ. Ідеться про природу самої людини.

 Дослідники зазначають, що 70 % свого часу людина витрачає на комунікацію. Попри те, що існує багато визначень цього поняття, головною метою комунікативної діяльності є певний обмін інформацією. ***Комунікація - це спілкування.***Вона може бути різною за формою:

* міжособистісною,
* груповою
* масовою.

*Міжособистісна* комунікація являє собою безпосередній контакт людей.

У тих ситуаціях, коли люди вступають в спілкування в малих групах (кількість їх членів може бути від 3 до 20-30 чоловік), прийнято говорити про групову комунікацію.

 *Масова комунікація* - це процес поширення інформації і впливу в суспільстві за допомогою спеціальних коштів, друку, телебачення, радіо, кіно і т. д., в результаті чого повідомлення надходить відразу до великих груп людей.

Також комунікація є вербальною і невербальною.

* *Вербальна комунікація* - це наше звичне використання мови.
* До *невербальної* належать міміка, жестикуляція, зовнішній вигляд. Комунікація буває:
* усною і письмовою,
* формальною і неформальною.

Тобто ми можемо вивчати її за тими ознаками, які нас цікавлять насамперед.

 Є дуже багато визначень сутності культури (термін "культура" походить від латинського cultura — обробка, виховання, освіта).

Поняття "культура" складне і багатогранне. Чимало філософів та інших дослідників давніх і новітніх часів цікавились цим питанням. Саме слово "культура" латинського походження і означає "обробіток", "догляд".

Вперше це поняття вжив видатний римський мислитель, оратор і державний діяч Цицерон (106—43рр. до н.е.). У культурі він вбачав, з одного боку, діяльність по перетворенню природи на благо людини, а з іншого, — засіб удосконалення духовних сил людини, її розуму.

Пізніше слово "культура" все частіше починає вживатися як синонім освіченості, вихованості людини, і в цьому розумінні воно увійшло по суті у всі європейські мови. У середні віки поняття "культура" асоціюється з міським укладом життя, а пізніше, в епоху Відродження, з досконалістю людини. Нарешті, у XVII ст. слово "культура" набуває самостійного наукового значення.

Німецький філософ XVII ст. Й. Рейдер відстоював ідею історичного прогресу людства, пов'язуючи його з розвитком культур. Він підкреслював, що творення і засвоєння набутої людством культури є необхідною умовою становлення людини, її "другим народженням".

Кожен народ, створюючи власну національну культуру, тим самим робить внесок у світову культуру, здійснюючи за її допомогою зв'язок з навколишньою природою та іншими народами. В результаті такого спілкування відбувається взаємне культурне збагачення. І як наслідок — різні культури розвиваються, ускладняються, стають набагато різноманітнішими.

Світова культура — феномен глобальний. Національна культура є частково і джерелом світової культури, одночасно витікаючи з неї. Без глобальної культури не може бути регіональної, самобутньої національної і навпаки. Світовій культурі властивий інтегрувальний процес. Національні ж мають диференційований характер.

**3. Місце крос-культурних комунікацій в сучасному суспільстві.**

 Культура зберігає єдність нації, держави і суспільства, оскільки вона визначається ступенем здійснення цінностей та їх реалізацією в усіх сферах людських відносин. Через це культура кожної країни є первинною до її економіки, політики, права та моралі. Початкове формування культурних констант, безумовно, визначалося географічними і природно-кліматичними характеристиками районів компактного проживання національних спільнот, і ці особливості зберігають своє важливе значення навіть сьогодні: національні характеристики представників Півдня та Півночі, особливості поведінки населення Сходу чи Заходу. Але під впливом політичних, економічних, релігійних, соціальних та інших процесів, історичного розвитку окремих націй, становлення та еволюції національних держав ці культурні константи істотно змінювалися. На цю динаміку, у свою чергу, впливали результати міжнаціональної взаємодії: відбувалося взаємопроникнення культур, особливо тих націй, які проживають в одному регіоні. Кожній національній культурі відповідає певна, тільки їй притаманна система цінностей. Кожне нове покоління, переймаючи цінності та переконання попереднього, відтворює культурну спадщину своєї країни. При цьому передаються не тільки поведінкові стереотипи, а й способи і моделі управління, що відрізняють одну країну від іншої. Саме за цими ознаками можна визначити ту чи іншу модель ділової культури країни. На основі результатів крос-культурних досліджень, проведених у багатонаціональних корпораціях, запропоновано низку методик і відповідні типології світових бізнес культур

**Тема 2. Міжкультурна комунікація та її аспекти.**

1. Сутність міжкультурної комунікації.
2. Форми міжкультурної комунікації
3. Аспекти міжкультурної комунікації.

**1. Сутність міжкультурної комунікації.**

Науковці справедливо зазначають, що в даний час простір міжкультурної комунікації став практично безмежним. Цьому сприяє сучасне суспільство, яке розвивається динамічно і формує нові соціокультурні утворення.

*Поняття «міжкультурна комунікація» означає пряме і опосередковане спілкування носіїв різних культур у різних сферах суспільного життя.*

 Поняття «міжкультурна комунікація» є предметом філософських, психологічних, культурологічних і педагогічних досліджень, у межах яких його визначають як взаємодію культур, що здійснюється у певному просторі й часі, де феномен культури розглядають як родове поняття, культурні контакти набувають різноманітних форм, які виявляються у зіткненні, взаєминах, синтезі та діалозі. Таке розуміння міжкультурної комунікації розкриває механізм функціонування культури, де культура є системою і способом комунікації, опосередкованої діяльністю суб’єкта.

Міжкультурна комунікація є формою соціальної комунікації, специфіка якої полягає в тому, що вона відбувається в міжкультурному контексті через:

1) безпосередній контакт представників різних культур;

2) їхню опосередковану комунікацію (наприклад, через перекладача або за допомогою таких технічних засобів комунікації, як телефон, комп’ютер тощо);

3) через тексти на різних носіях (паперових, електронних, аудіо- та відео пристроях), завдяки яким індивіди вивчають особливості іншої культури.

Міжкультурні комунікації досліджуються в рамках трьох основних парадигмальних підходів:

1) інформаційного, де міжкультурна комунікація виступає як соціальний вплив або вплив того чи іншого суб’єкта на об’єкт, як процес передачі інформації від джерела до одержувача,

2) інтеракційного, при якому міжкультурна комунікація постає як інтеракція, під час якої з’являються нові смисли і значення і

3) постнекласичного, в якому враховуються дискурсивні і наративні моменти в міжкультурній комунікації.

**2. Форми міжкультурної комунікації**

У процесі міжкультурної комунікації кожна людина одночасно вирішує дві найважливіші проблеми - прагне зберегти свою культурну ідентичність і включитися в чужу культуру. Комбінація можливих варіантів вирішення цих проблем визначає чотири основні форми міжкультурної комунікації: пряму, непряму, опосередковану і неопосередковану.

 При *прямій* комунікації інформація адресована безпосередньо від відправника до одержувача. Вона може здійснюватися як в усній так і в письмовій формі. У прямої комунікації найбільший ефект досягається за допомогою усного мовлення, що поєднує в собі вербальні та невербальні засоби.

 В *непрямої* комунікації, яка носить переважно односторонній характер, інформаційними джерелами є твори літератури і мистецтва, повідомлення радіо, телевізійні передачі, публікації в газетах і журналах і т. п.

 *Безпосередня* і *опосередкована* форми комунікації розрізняються наявністю або відсутністю проміжної ланки, що виступає в ролі посередника між партнерами. В якості посередника може виступати людина, технічне засоби. Комунікація, опосередкована технічними засобами, може залишатися прямій (розмова по телефону). При цьому тільки скорочується можливість використання невербальних засобів.

**3. Аспекти міжкультурної комунікації.**

Залежно від безпосереднього предмета вивчення виокремлюють певні аспекти міжкультурної комунікації, основними серед яких є культурологічний, лінгвістичний, етичний, соціально-комунікативний, психологічний, професійно-прикладний.

**Культурологічний аспект**. Він є ключовим у міжкультурній комунікації. Культура охоплює весь спектр людських надбань в історичному розвитку цивілізації – від фольклорно-міфологічних уявлень і національних звичаїв до витворів мистецтва і взагалі особливостей життя різних народів.
У міжкультурній комунікації першорядну роль відіграє контактування – «спілкування», діалог або полілог – культур.

**Діалог культур** – взаємодія культур у процесі міжкультурної комунікації, оволодіння іноземними мовами тощо, яка забезпечує взаємозбагачення лінгвокультурних спільнот, що контактують.

 З погляду міжкультурної комунікації, культура – це насамперед успадковані та усталені норми соціальної практики людей, які належать до певних національних чи етнічних спільнот. Особливості такої соціокультурної діяльності зберігаються у колективній пам’яті («ментальній програмі»), прищеплюються змалку, матеріалізуються і пізнаються через системи культурних кодів.

**Культурний код** – спосіб, яким конкретна культура членує, категоризує, структурує, оцінює світ, що оточує кожну людину, належну до певної національної спільноти.

 Коди культури співвідносяться з давніми уявленнями людини і формують систему координат, яка містить і відтворює еталони культури, традиції, звичаї, поведінку та все життя певного національно-етнічного соціуму. Вони є своєрідними маркерами свідомості та підсвідомості, за якими упізнають належність до певної культури, ідентифікують її. Це мова, якою «говорить» культура, знаки, за допомогою яких вона себе виявляє. З першого погляду можна розрізнити архітектуру православного собору, католицького костьолу, мусульманської мечеті, буддійського храму. Достатньо одного прослуховування пісні, щоб здогадатись, якому народу – східному чи західному, південному чи північному – вона належить. Без спеціальної освіти можна визначити за національним одягом належність народів до загальних типів культур – європейської, східної, азіатської, африканської.
Одним із найцікавіших виявів культурних кодів є особливості комунікації між людьми, за якими пізнають темпераментних італійців, повільних естонців, стриманих британців, розкутих американців, емоційних греків або циган і т. д.

 Отже, культурний код охоплює весь спектр матеріальних виявів життя і культури народів: артефакти, архітектуру, національно зумовлену символіку, музику, пісні, танці, ритуали, народні звичаї, національну кухню, а також різноманітні форми дозвілля, стосунків у родині і з друзями, навіть семантику кольорів, запахів і звуків, якими насичене життя нації.

**Лінгвістичний аспект.** Він передбачає вивчення мовних відмінностей, які можуть впливати на комунікацію між носіями різних мов. Існує чимало міжмовних омонімів, значення яких у різних мовах не збігаються. Наприклад, в українській мові *ректор* – керівник вищого навчального закладу, а в англійській та деяких інших rector – це глава духовної семінарії, а також парафіяльний священик, пастор. Англійці називають священика *minister,* тоді як у більшості європейських мов *міністр –* член уряду, вища посада в органах виконавчої влади; а от ректор університету англійською *сhancellor* або *president* (особливо у США).

 Лінгвістичний аспект не обмежується виявленням семантичних особливостей слів різних мов. Він також охоплює зіставлення різних комунікативних ситуацій, способи членування світу мовними засобами, порівняння мовної поведінки представників різних культур.

**Етичний аспект.** Він спрямований на розуміння відмінностей етичних норм, які притаманні різним країнам і націям. До них належать, зокрема, норми моралі, поведінки, міжособистісного спілкування, мовленнєвого етикету тощо. Наприклад, у Польщі під час розрахунку в ресторані слово «дякую» може бути витлумачене як відмова від решти на користь чайових.
Важливим виразником інформації слугує жестикуляція. Проте однакові жести в різних культурах можуть мати відмінний етичний зміст. Так, великий палець руки, піднятий догори, для українця, як і для більшості європейців, означає «дуже добре», «класно», «супер». В Америці за його допомогою зупиняють авто на дорозі.

**Соціально-комунікативний аспект.** До нього належать прийняті суспільством моделі, норми і правила спілкування, налагодження і підтримання контактів загалом. Кожний соціальний прошарок у кожній країні має прийняті правила соціальної поведінки і спілкування, зумовлені багатьма чинниками. У монархічних країнах, наприклад Великій Британії, встановлені певні церемоніальні моделі, яких дотримуються в одязі, мовних звертаннях, манерах, дистанції між персонами та ін. Молодіжні соціуми практично в усіх країнах відрізняються від дорослих мовою (молодіжні сленги), зовнішністю, одягом, розкутістю в поведінці.

 Отже, суть соціально-комунікативного аспекту полягає у вивченні різноманітних стилів комунікативної поведінки, особливостей манери спілкування залежно від конкретної ситуації та соціального середовища співрозмовників.

**Психологічний аспект.** Він передбачає вивчення психологічної реакції людей в умовах спілкування з представниками інших держав і етносів. Психологи разом із фахівцями в галузі Міжкультурної комунікації та етнології розробляють спеціальні рекомендації, дотримання яких зменшує дискомфорт перебування в чужинному середовищі і допомагає запобігти дискомфорту для інших від свого перебування або неадекватної для певного національного середовища поведінки.

 У західноєвропейській психології як неввічливе позиціонують також мовчання, навіть в оточенні незнайомих. З метою уникнути незручного мовчання розвинули традицію світських розмов ні про що («про погоду»). Навпаки, у деяких північних культурах розмову з незнайомцем вважають небезпечною, тому їх представники витримують мовчання, після якого поступово вступають у спілкування. Людина, яка не знає цих особливостей, може розгубитися, сприйняти таку поведінку як прояв неввічливості, підозрілості. Східні люди також рідко беруть лідерство бесіди на себе, надаючи перевагу мовчанню і слуханню.

Психологічний аспект Міжкультурної комунікації тісно взаємодіє з лінгвістичним, особливо коли йдеться про комунікативні стилі чи професійно зумовлені ситуації спілкування з іноземцями.

**Професійно-прикладний аспект.** До нього належать сфери застосування знань із міжкультурної комунікації. Залежно від сфери застосування чи функціонування міжкультурних контактів виокремлюють й інші аспекти МК: національні особливості медіа-комунікацій, Інтернету, театру, дитячого спілкування, молодіжних та інших культур і субкультур. Наприклад, представлення однакової за змістом події у ЗМІ країн Сходу відрізнятиметься від американського способу висвітлення інформації. Відповідно до ментальних стереотипів східних народів повідомленню про факт має передувати підготовча преамбула, яка створює своєрідний настрій сприйняття події та забезпечує її адекватну оцінку. Характер медіакомунікації в американсько-європейських стандартах прямий, що передбачає безпосереднє і максимально чітке висвітлення події без додаткових нашарувань, що можуть заважати сприйняттю інформації.

 Здебільшого розмежування аспектів міжкультурної комунікації має лише теоретичний характер. На практиці ці аспекти перетинаються, накладаються та інтегруються, що природно відображає людське життя і спілкування в усій їх повноті.

**Тема 3.  Теоретичні основи крос-культурної комунікації**

1. Характерні особливості культури

2. Локальні культури та їх співіснування.

3. Особливості крос-культурного діалогу

**1. Характерні особливості культури**

 Базуючись на розумінні культури як цілісності, можна виділити такі її *основні компоненти:*

* - *сама людина*як творець культури та її об'єкт;
* - *людська діяльність у всьому різноманітті її виявів;*
* - *усе, що створено людино - результати її матеріальної та духовної діяльності*

 Складність і багатоманітність людської життєдіяльності зумовлюють складність внутрішньої структури культури як цілісного феномену. Вона існує у *двох формах:*

* - *предметній -*наочно виражені результати матеріальної та духовної діяльності людей;
* - *особистій -*внутрішній світ (настанови, принципи, ціннісні орієнтири та ін.) людини, а також соціальних груп, соціуму й людства в цілому.

 Ці форми органічно пов'язані, а *процес розвитку культури характеризується переходом її предметної форми в особистісну (розпредметнення), і, навпаки, особистісної-у предметну (опредметнення).*Процес розвитку культури є також невід'ємним і від розвитку здатностей людей користуватися тим, що протягом історії створило і накопичило людство, перетворюючи все це на особистісну форму культури.

 У культурі зазвичай виокремлюють такі *сфери, як матеріальна й духовна.*Вони діалектично пов'язані, але відносно самостійні.

 *До* ***матеріальної*** *культури відносять засоби виробництва, предмети побуту, виробничі відносини, результати виробничого процесу*тощо. Це широке коло речей, засобів, технологій їх творення, які спрямовані на задоволення матеріальних потреб людей, продовження людського роду.

 *культуру пов'язують з духовним виробництвом. Духовна культура, як і матеріальна, - усе те, що створено людиною, але її результати спрямовані на формування в людини ціннісних орієнтирів і задоволення духовних потреб: релігійних, моральних, правових, політичних, наукових, філософських, художніх.*Духовна культура є тією сферою діяльності, яка пов'язана зі свідомістю, духом, його формуванням, розвитком і вдосконаленням. Природно вважати її складовими духовний стан людей, їхні духовні потреби, інтереси, ціннісні орієнтації, мотиви, ідеали, уявлення про сенс життя, щастя, справедливість, у цілому світогляд, менталітет. Усе перелічене формується в процесі духовної діяльності, утілюючись у формах свідомості (міф, релігія, мораль, право, політика, філософія, наука, мистецтво) і соціальних інститутах (зокрема, система освіти і виховання, засоби масової комунікації та інформації, культурно-освітня робота), звичаях, традиціях, обрядах, суспільній думці тощо. Крім того, до складу духовної культури входять і ті відносини, що складаються в процесі духовної діяльності.

 Згідно з цим *у сфері духовної культури виокремлюють: релігійну, моральну, правову, політичну, філософську, наукову, художню культури.*

Визначаючи сутність духовної культури, неможливо не назвати її особливості. Слід зазначити, що *цінності духовної культури, які існують у предметній формі, є вічними і морально не старіють.*Ці цінності *позбавлені меж споживання,*засвоювати їх можна безмежно, оскільки перенасичення в процесі духовного споживання не відбувається. Ще одна особливість духовної культури полягає в тому, що *її цінності мають визнаватися як такі з часом, тобто можуть випереджати свій час.*При цьому в предметній формі духовної культури здебільшого яскраво *зафіксована неповторність особистості її творця. Деякі духовні цінності взагалі не можуть існувати поза актом діяльності людини*(театральна вистава, лекція, урок тощо). Для цінностей духовної культури взагалі *проблематично визначити вартісну форму вираження*(грошову), у зв'язку з чим оцінка й ціна їх завжди відносні.

 *Суб'єктом культури може бути суспільство в цілому, соціальна група, окремий індивід.*Перетворення людини на суб'єкта культури передусім передбачає формування свідомості (здатності й потреби виявляти надприродні якості), вихованість (життя за нормами культури), креативність (уміння створювати нове на основі цінностей минулого).

Названі характеристики суб'єкта культури стосуються як індивіда, так і окремих спільнот. Індивід або колектив як суб'єкт культури характеризується рівнем особистісної форми культури, яка "виростає" на ґрунті фундаментальних цінностей певної "моделі" культури і творчої ініціативи зокрема.

 Для людини як суб'єкта культури важливим є питання ототожнення себе з певним типом культури. *Культурна ідентифікація (або самоідентифікація) - це самоусвідомлення людиною себе як органічної складової певної культури, осмислення свого "Я" в єдності з цією культурою.*

 Культурна самоідентифікація передбачає єднання людини з історично-культурним минулим спільноти, до якої вона себе відносить (до етносу, нації). Сучасна наукова думка розглядає культурну самоідентифікацію як безумовну потребу. Нереалізованість цієї потреби призводить до неможливості повноцінного становлення людини як особистості, формування власного світогляду і системи цінностей, відчуження людини і світу, деперсоналізації, маргіналізації, формування так званих "втрачених поколінь", що позбавлені зв'язку зі своїм історичним минулим.

 *Новаторство і традиції - важливі умови розвитку культури.*Культура містить як стійкі елементи, так і такі, що змінюються. *Усталеність у культурі - це традиції.*Завдяки їм елементи культурної спадкоємності - цінності, звичаї, обряди, засоби світосприйняття - зберігаються і передаються від покоління до покоління, унаслідок чого засвоюється досягнутий людством досвід, випробувані часом норми культури.

 Система традицій відображає цілісність і сталість суспільного організму. Кожне нове покоління засвоює ті культурні надбання, які були здобуті його предками, використовує їх як основу для створення нових цінностей. *Зв'язок між культурами минулого і сучасного, використання здобутків цих культур визначаються поняттям "спадкоємність". Спадкоємність у системі культури реалізується за допомогою спеціальних носіїв, до яких належать фольклор, писемність, історичні пам'ятки, і закладів - музеїв, бібліотек тощо.*

 *Спадкоємність*- не просто запозичення й використання досвіду, досягнень певних культур. Вона *передбачає критичне ставлення, оцінку, творче оновлення, тобто усвідомлену дію щодо культури минулих і сучасних часів.*Це означає, що культура не може існувати без оновлення - *новації.*Усвідомлюючи й переосмислюючи накопичене, мислитель, митець, учений і винахідник творять нові цінності, збагачують світ людської культури. Кожна новація в культурі перевіряється часом, по-новому оцінюється кожним наступним поколінням людей.

**2. Локальні культури та їх співіснування.**

 Самостійним явищем виступають *локальні культури, що представляють собою оригінальний прояв багатьох загальнолюдських традицій побутової, господарської, дозвільної, творчої та професійної діяльності.* Локалістика, як правило, пов'язана з різними географічними аспектами. Дані культури дуже часто перетинають політичні, конфесійні, мовні кордони. Вони тісно пов'язані один з одним (або співпрацюють або конфліктують), ця взаємодія може призвести до стирання відмінностей між деякими локальними культури, а може загострити їх протиборство. Крім того, самі по собі локальні культури не монолітні, всередині них часом можна виділити більш дрібні утворення - регіональні культури, що являють собою культурні особливості яких-небудь особливих областей, які відрізняються від сусідніх тими чи іншими характеристиками (історичними традиціями, національно-етнічними звичаями та ін).

 Локальні (регіональні) етнокультури не мають суттєвого розриву у типологічних характеристиках: вони містять універсальні риси, що характерні культурі етносу, спільні культурні інваріанти, які відбивають глибинні боки його буття. Тому в основі міжрегіональної взаємодії, як правило, лежить принцип мирного співіснування, спрямованого на рівноправне співробітництво. Більш складним за результатами і наслідками є питання взаємодії між локальними культурами, що відрізняються за конфесійною ознакою і мають відмінності у соціокультурному розвитку.

 Для прикладу можна навести ситуацію у західному і східному регіонах України. Тривале існування українських земель у різних імперських системах із різною культурною і релігійною спрямованістю, розбіжності у динаміці соціально-економічного розвитку цих систем, неоднаковість у характері й орієнтації міжкультурних контактів протягом століть сприяли формуванню ціннісної різновекторності регіональної самоідентифікації людей. Сьогодні Схід країни являє собою конгломерацію локальних культур з домінуючою православною спрямованістю, захід - конгрегацію культур, орієнтованих на західноєвропейський варіант християнства. У результаті, незважаючи на спільну культурну основу, що сформувалась у межах українського етносу, протягом історії неодноразово спостерігались випадки відторгнення елементів культури іншої конфесії, ця тенденція простежується й сьогодні.

 У сучасних реаліях толерантне ставлення до іншої культури конституюється як найважливіший принцип міжкультурної комунікації.

 Дослідники крос-культурних комунікацій виділяють такі типи взаємодії культур:

 1. Інтеграція (синтез). Передбачає три основні варіанти:

а) конвергенція — поступове злиття культурних систем у якісно нове ціле.

б) інкорпорація — долучення однієї культурної системи до іншої в статусі «субкультури».

в) асиміляція — поглинання однією когнітивною системою іншої, що у соціальному аспекті передбачає злиття суб’єктів.

 2. Взаємоізоляція — кожна із взаємодіючих культур посідає стосовно

культури-контрагента позицію «гетто». У соціально-когнітивному аспекті

цей принцип взаємодії означає відкрите чи приховане розмежування сфер

соціального знання, що передбачає різні перешкоди й табу під час можливо

го діалогу, призводить до наростання взаємного езотеризму. У соціальному

аспекті передбачає чітке розділення суб’єктів за ознакою культурної приналежності.

 3. Перманентний конфлікт — означає «війну легітимацій» за периферійний простір; інтерпретації соціальної реальності, що характерні для однієї культури, прагнуть повністю витіснити інтерпретації іншими як несумісні з істиною, справжніми цінностями тощо; у соціальному аспекті передбачає чітке розділення суб’єктів з вираженою взаємною сегрегацією.

 4. Взаємодоповнення — соціально-когнітивна система кожної з взаємодіючих культур посідає в загальній системі соціального знання свою «нішу», інтерпретуючи певні аспекти соціальної реальності; їхні ядерні структури, зберігаючи самобутність і автономію, спеціалізуються, утворюючи своєрідний «симбіоз». У соціальному аспекті передбачає комбінацію злиття суб’єктів з виокремленням «крайніх» груп, які тяжіють до тієї чи іншої культури, що пов’язано зі стильовою та зокрема професійною спеціалізаціями цих груп.

 5. Паралелізм розвитку — передбачає початкову відсутність будь-яких точок перетину «життєвих світів» різних культур, у результаті чого їх когнітивні системи розвиваються окремо. У соціальному аспекті також передбачає початкову розділеність суб’єктів — носіїв певних культур в часі та просторі.

 6. Активний обмін (діалог). Головну роль у міжкультурному діалозі відіграють цивілізаційна самосвідомість і цивілізаційні (базові) цінності. На відміну від цінностей етнічної чи національної культур, цінності цивілізації завжди претендують на універсальність, вирішення фундаментальних протиріч людського й соціального буття, здатність об’єднати людство та стати основою світової культури. Тому діалог цивілізацій — це завжди діалог про їх світоглядні засади, первинні символи, кінцеві сакральні цінності, навколо яких об’єднуються складні соціокультурні системи.

**3. Особливості крос-культурного діалогу**

 Як реальність діалог культур і цивілізацій не зводиться до процесів комунікації, він долучений, причому найактивнішим чином, до інших процесів міжкультурного спілкування, зокрема до сприйняття один одного партнерами діалогу й інтерактивної діяльнісної взаємодії між ними, «обміну діями» (згуртованість, солідарність, розкол, конфлікт).

На сьогодні загальноприйнятою вважається думка про те, що в культурі кожного народу є універсальне (загальнолюдське) та національно-специфічне. Універсальні значення, що однаково усвідомлюються всіма людьми у світі чи представниками певних цивілізаційних типів, закладають фундамент для кроскультурної взаємодії, без них взаєморозуміння між культурами було б в принципі неможливе. Водночас у будь-якій культурі є властиві тільки їй культурні значення, закріплені в мові, моральних нормах, переконаннях, особливостях поведінки тощо

 Перехід до інформаційного суспільства виявляє зміни кожного окремого комунікатора, в якого сьогодні посилюється орієнтація на себе, опора на власні сили (вольові якості, раціональність в поведінці, прагнення діяти самостійно і рішуче) і разом з тим знижується роль якостей, які є важливими при контактах з іншими людьми (чуйність, повага до іншого, уміння вислухати і зрозуміти іншого тощо).

У сучасному бізнесі представниками різних культур часто можуть бути колеги по роботі, контрагенти, інвестори, власники та топ-менеджери компаній, а також, звісно, споживачі. Некомпетентна поведінка стосовно представників інших культур може призвести до негативних наслідків, зокрема: зниження продуктивності праці співробітників, неконструктивних конфліктів, розірвання або неукладення контрактів із партнерами, погіршення економічних показників діяльності, формування негативної корпоративної репутації тощо.

До ключових глибинних причин виникнення бар’єрів ділових крос-культурних комунікацій відносять наступні:

- взаємне непорозуміння між представниками різних культур, яке знижує продуктивність праці;

- розбіжності у правилах поведінки та розумінні ролей (чоловіки-жінки, старші-молодші тощо);

- різні цінності та переконання;

- стереотипне мислення стосовно представників інших культур;

- етноцентризм (уявлення про норми своєї культури, як загальноприйняті).

Для запобігання проблемі стереотипного мислення необхідно, у першу чергу, підготуватись до крос-культурної взаємодії із партнерами з-за кордону. На першому етапі доцільно ознайомитись зі специфікою культури (і бізнес-культури, зокрема) відповідної країни (регіону), використавши результати досліджень за методикою Гірта Хофстеде, яка дозволяє оцінити культуру за наступними основними вимірами:

1) дистанція влади: показник, за допомогою якого вимірюють ступінь згоди і прийняття членами того чи іншого суспільства пануючої в їх культурі ієрархії;

2) індивідуалізм – колективізм: характеризує орієнтацію індивідуумів на спільні або ж особисті цілі;

3) мужність – жіночність: характеризує домінування чоловічих або жіночих рис у населення;

4) прагнення уникнути невизначеності;

5) довготривалість орієнтації: виявляється у ставленні до майбутнього та в наполегливості щодо досягнення цілей;

6) поблажливість-стриманість: показник, що характеризує ступінь покладання на правила або, навпаки, пріоритетність отримання насолоди від життя.

**Тема 4. Сприйняття культури членами суспільства**

1. Культурний етноцентризм

2. Культурний релятивізм

3. Крос-культурний шок.

4. Стадії культурного шоку

5. Подолання культурного шоку.

**1. Культурний етноцентризм**

 Унікальні моделі поведінки, які притаманні кожній культурі, можуть виявитися дивними і незрозумілими для представників інших культур. Однією з перешкод на шляху розуміння поведінки представників різних культурних середовищ є етноцентризм.

 Поряд з культурними особливостями сприйняття і наявністю стереотипів етноцентризм є однією з найбільш поширених причин порушення крос-культурних комунікації. Він пов'язаний з почуттям переваги, яке представники однієї культури відчувають по відношенню до представників іншої, і може підкріплюватися стереотипним сприйняттям інших націй і народностей.

 *Етноцентризм - переконання в перевазі "своєї" етнічної групи над представниками інших етнічних груп.*

 Дуже часто почуття етноцентристських ксенофобії та агресії по відношенню до представників іншої культури виникає на основі психологічної пригніченості, підсвідомого почуття неповноцінності в тому випадку, якщо людина потрапляє в незнайому йому культурне середовище.

Етноцентризм, таким чином, є певним механізмом сприйняття і оцінки явищ навколишнього світу крізь призму традицій і норм своєї етнічної групи, які приймаються за еталон. Сприяє згуртуванню всередині етнічної групи етноцентризм обумовлює прояви недовіри до представників інших етнічних груп, неприйняття і заперечення їх цінностей, може стати причиною виникнення міжетнічних конфліктів.

 Схильність оцінювати всі життєві явища крізь призму цінностей своєї етнічної групи в крайньому прояві може призвести до виникнення почуття презирства до культур інших товариств, розвитку націоналізму.

 Якщо члени однієї соціальної групи розглядають культурні звичаї і норми інших соціальних груп тільки з точки зору еталонів свого культурного середовища, між цими групами неминуче виникає нерозуміння і недовіру. Одним з підходів до взаємодії з представниками інших культур, який допомагає знаходити шляхи до співпраці і взаєморозумінню, вважається культурний релятивізм, основою якого служить переконання в тому, що члени однієї етнічної групи не можуть зрозуміти мотивів і цінностей інших груп, якщо вони аналізують ці мотиви і цінності лише в світлі своєї власної культури. Важливим стає не те, наскільки вчинки і дії представників інших груп, а також їх звичаї і традиції узгоджуються із загальноприйнятими правилами і нормами поведінки представників іншої групи, а то, яку роль відіграють вони в житті народу.

**2. Культурний релятивізм**

 *Культурний релятивізм - визнання відносної відособленості культур, різноманітності шляхів їх розвитку та систем цінностей.* Культури розглядаються як рівні за значимістю, але різні за світосприйняттям, світовідчуттям і мислення їх представників.

 Таким чином, виходячи з релятивізму, взаємодія представників різних культур утруднено, оскільки одним і тим же цінностей в різних культурах може надаватися різне значення.

 Основним положенням культурного релятивізму є твердження, згідно з яким елементи культури країни або етнічної групи є правильними і загальноприйнятими тому, що вони є традиційними і добре зарекомендували себе саме в цій культурному середовищі.

 Найбільш плідний підхід до взаємодії з представниками інших культур поєднує в собі деякі риси як етноцентризму, так і релятивізму: людина відчуває почуття гордості за свою приналежність до культури своєї групи і в той же час здатний зрозуміти важливість культурних цінностей інших груп.

*Релятивізм,* таким чином, - *це визнання своєрідності і розходжень соціальних, культурних, мовних систем етнічних груп.*

**3. Крос-культурний шок.**

 Культурний шок виражається в емоційному або навіть фізичному дискомфорті, що викликаний почуттям дезорієнтації при попаданні в інше культурне середовище, ніж те, до якого звикла людина, зіткненням з незрозумілими поведінковими реакціями оточуючих. Гострий культурний шок зазвичай викликаний переїздом в іншу країну, пов'язаний з тривалими відрядженнями, отриманням освіти або зміною місця проживання.

 Термін "культурний шок" був вперше використаний в 1954 р. антропологом Калвер Обергом, який визначив це поняття як страх, викликаний втратою знайомих розпізнавальних знаків в соціальному спілкуванні. Звикання до нового культурного середовища може супроводжуватися різноманітними почуттями: хвилюванням, невпевненістю в собі, неприязню до оточуючих, відчуттям потрапляння в незручну ситуацію.

 Навіть якщо людина володіє мовою країни, в якій знаходиться, багато невербальних сигналів будуть відрізнятися від тих, до яких вона звикла на батьківщині і які сприймаються і розшифровуються практично на рівні підсвідомості.

 Уявіть собі, що ви перебуваєте в ситуації, коли не можете запитати дорогу; не знаєте, як користуватися телефоном і заправити машину бензином; не завжди можете впізнати продукти на полиці і поняття не маєте, як за них платити; більш того, не маєте можливості вийти з цієї ситуації. Ось це і є культурний шок: коли ви опиняєтеся в положенні, яке у великій мірі відрізняється від того, до чого ви звикли, і ви повинні в ньому залишатися. Зазвичай це відбувається з іммігрантами та студентами, учнями за кордоном. Культурний шок є серйозним випробуванням, в якомусь сенсі він нагадує психічний розлад, але, на щастя, проходить. Симптомами культурного шоку є дратівливість; плаксивість; підвищений критицизм по відношенню до нової країни і невиправдана ідеалізація старої держави; постійні скарги на клімат, їжу, людей; побоювання з приводу санітарних умов і чистоти; відмова вчити мову і знайомитися з звичаями країни; страх бути обманутим; відчуття безпорадності і непотрібності.

***Культурний шок*** *- це емоційний або фізичний дискомфорт, викликаний попаданням в інше культурне середовище, і, як наслідок, дезорієнтація індивіда.*

Симптоми крос-культурного шоку:

* - туга по дому;
* - почуття смутку;
* - почуття самотності;
* - дратівливість;
* - прояви гніву;
* - почуття безпорадності
1. **Стадії культурного шоку**

Культурний шок складається з декількох стадій. Слід зазначити, однак, що не всі люди, потрапляючи в незнайому культурне середовище, проходять всі ці стадії. Розрізняють п'ять стадій у розвитку культурного шоку.

 *Перша стадія* нагадує стан молодят під час медового місяця: все здається новим і цікавим; не так вже й великі відмінності між людьми. Дана фаза отримала назву *"медовий місяць" або "радісне пожвавлення".* На цій стадії людина радіє можливості випробувати нові відчуття і отримати нові враження (від незвичних смаку їжі, типу комунікацій з новими знайомими, нових зорових образів). У більшості людей перша стадія триває шість-вісім тижнів, хоча час від часу її тривалість може змінюватись.

 Однак з часом дійсність починає проникати в свідомість мільйоном дрібних і дратівливих факторів. Треба навчитися багато чому в короткий термін: платити за рахунками, виписувати чеки, спілкуватися з людьми, прати білизну, виносити сміття. Навіть якщо людина говорить на мові країни, куди приїхала, її часто не розуміють і, можливо, сміються над тим, що вона говорить. Якщо у себе на батьківщині людина вже щось представляла собою, була пов'язана невидимими нитками з іншими людьми, то в чужому середовищі вона відчуває себе нікому не потрібною.

 Настає *друга стадія*, яка називається *"фрустрація і озлоблення"* і під час якої люди зазвичай замикаються в собі, бояться виходити з дому і зводять будь-яке спілкування до мінімуму.

Короткий перелік типових побутових і робочих "каталізаторів" фази "фрустрація і озлоблення" виглядає наступним чином:

* - інша система цінностей;
* - інша робоча філософія;
* - інше ставлення до роботи;
* - інше ставлення до колег, друзів;
* - інші етичні стандарти;
* - інші норми поведінки;
* - інше ставлення до формальностей;
* - інші звички неформального спілкування;
* - інша мова;
* - інший гумор;
* - інші спортивні пристрасті;
* - інші звички в їжі;
* - відсутність звичних товарів;
* - інші традиції і правила водіння автомобіля;
* - інші банківські традиції;
* - інші гроші.

 Почуття пригніченості, незадоволеності і дратівливості посилюється відсутністю необхідних і звичних соціальних контактів в періоди вільного часу. Середня тривалість цієї фази - два-три місяці. Однак відомі численні випадки, коли терміни істотно скорочувалися, або, що частіше, значно подовжувалися.

 *Третя стадія* носить назву *"одужання".* Вона зазвичай триває два-три місяці. Приїжджий починає розуміти окремі елементи нового культурного середовища, які раніше від нього вислизали. Найбільш типова ознака настання фази "одужання" - повернення почуття гумору і в першу чергу здатності кепкувати над власними помилками. Слідом за цим різко прискорюється процес вивчення і освоєння місцевих манер поведінки і неформальних традицій спілкування.

 Хворобливе почуття "неналежність" згладжується, людина знаходить своє місце в навколишньому світі. У нього з'являються друзі, робота або якісь інші обов'язки, він вбудовується в нове життя. Людина звикає до нової для нього середовищі, перестає відчувати негативні або позитивні емоції, пов'язані з суб'єктивною оцінкою того, що відбувається, оскільки адаптується до нової культури.

 Подолання культурної окремішності, що почався процес соціалізації в новому середовищі (формування нового кола знайомих і друзів) надають впевненість у власних силах, істотно розширюють можливості отримання інформації про місцеве життя.

 *Четверта стадія* настає, коли людина практично вже впорався з шоком, адаптувався до навколишнього його середовищі, і носить назву *"пристосування".* Тривалість цієї фази необмежена. Відмітна її особливість полягає в здатності не тільки вловлювати особливості укладу життя в країні перебування, а й приймати їх.

 Найважливішою ознакою цієї фази є корекція традиційної для приїжджого (національної) системи цінностей. Саме на цій стадії відкриті в новій культурі цінності і традиції набувають все більшої значущості, а національна система цінностей і традицій, навпаки, піддається критичному переосмисленню.

 На фазі "пристосування" англійці, що живуть поза своєю країни, часто починають критично оцінювати негнучкість соціальних і правових систем своєї батьківщини. Японці в американських університетах захоплюються відкритою і вільною манерою поведінки американських студентів. Американцям і європейцям, які опинилися в Латинській Америці або на Сході, в період фази "пристосування" починає подобатися спокійніший ритм життя.

 Українські студенти, які навчаються в Англії або США, починають говорити про переваги демократичності в спілкуванні і вільного стилю одягу.

 Українські громадяни, що працюють в міжнародних організаціях або емігрували в країни Західної Європи або Північної Америки, міркують про позитивні моменти, пов'язані з життям в країнах з низьким рівнем злочинності і забрудненості навколишнього середовища, про необхідність дотримуватися загальноприйнятих правил і боротися з корупцією і свавіллям.

 На зміну фазі "пристосування" може прийти *п'ята стадія*, яку називають "*зворотний культурний шок" або "реверсивний культурний шок"* і яка настає тоді, коли людина повертається до себе на батьківщину і виявляє, що його колишні уявлення про життя в своїй країні не відповідають дійсності, оскільки, поки його не було, багато чого змінилося.  У цій ситуації роздратування можуть викликати будь-які дрібниці: оплата поїздок в транспорті, оскільки її система змінилася; дзвінки по телефону та ін. Занурення в рідну культуру після того, як завершився процес адаптації в культурі нової, може привести до того, що людина буде знову проходити всі стадії культурного шоку. Якщо раніше емоційні та психологічні злети і падіння провокували процес переоцінки національних цінностей і традицій, то тепер, навпаки, національні традиції і цінності повертаються, а переоцінці підлягають цінності і правила зарубіжної країни.

Зазвичай стадія "реверсивний шок" протікає значно м'якше крос-культурного шоку, пережитого за кордоном. Проте, протягом декількох перших місяців після повернення на батьківщину людина часто відчуває пригніченість, розгубленість, відчуваючи себе іноземцем у власній країні.

Можна назвати наступні фактори, що стимулюють виникнення реверсивного шоку:

* - зміни в системі цінностей суспільства;
* - зміни в знайомої символіки;
* - зміна рівня цін;
* - зміна принципів мотивації;
* - зміна статусу в організації;
* - зміни в щоденному побуті;
* - нерозуміння у відносинах з друзями;
* - почуття марності зарубіжного досвіду.
1. **Подолання культурного шоку.**

 Знання суті крос-культурного шоку, розуміння його об'єктивних причин, обумовленості окремих фаз істотно полегшують сприйняття цього явища і пом'якшують його перебіг.

 Найважливішим фактором, що сприяє швидкій адаптації в новому середовищі, а отже, пом'якшенню і скорочення періоду крос-культурної фрустрації, є знання іноземної мови. По-перше, володіння мовою країни перебування допомагає уникнути крос-культурних помилок і непорозумінь, що виникають при роботі через перекладача. По-друге, знання мови (навіть мінімальне) створить сприятливе враження про людину, істотно прискорює і полегшує процес налагодження побутових знайомств і професійних контактів.

 Порівняно безболісна адаптація до нової культури часто відбувається при наявності в країні перебування хороших знайомих і друзів як серед колег-співвітчизників, так і серед місцевих жителів.

 Серйозний вплив, що нейтралізує негативні сторони крос-культурного шоку і сприяє подоланню його наслідків, можуть надати спеціальні програми і тренінги, спрямовані на розвиток крос-культурної сприйнятливості і адаптивності.

 Щоб впоратися з крос-культурним шоком в найкоротший термін, слід пам'ятати наступне.

* 1. Крос-культурний шок має певні стадії, згодом він пройде.
* 2. Всі труднощі, пов'язані з перебуванням в іншій країні, пов'язані з особистим сприйняттям людиною навколишнього середовища.
* 3. Адаптація до нових умов життя істотно полегшується, якщо розширюється коло спілкування, якщо людина занурюється в культурне і соціальне життя країни (заняття спортом, відвідування різноманітних культурних заходів, вивчення мови на курсах тощо.).
* 4. Суттєву допомогу в подоланні крос-культурного шоку робить ознайомлення з історією та традиціями країни перебування.

**Тема 5. Визначення поняття культури**

* 1. Визначення культури
	2. Структура культури
	3. Функції культури
	4. Різні підходи до вивчення культури.
	5. **Визначення культури**

 Нижче наводяться деякі з визначень культури, які, на наш погляд, найбільш повно відображають сутність цього явища.

 Культура (від лат. "Cultura" - обробіток, виховання, освіту, розвиток, шанування) - історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, виражений в типах і формах організації життя і діяльності людей, у їхніх взаєминах, а також у створюваних ними матеріальних і духовних цінностях.

 Людина, що живе в суспільстві, є носієм культури цього суспільства. Виникнення, існування та зміна культури пов'язано з людиною і визначено його діяльністю. Одне з найпоширеніших пояснень феномена культури пов'язано з вивченням накопиченого досвіду як самої людини, так і попередніх поколінь.

Культура тим самим визначається як сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством. Люди завжди діють в рамках загальнолюдських цінностей і цінностей, вироблених в даному суспільстві. Внаслідок багатогранності культури, ймовірно, тільки аналізуючи систему цінностей, можна досить змістовно зрозуміти її прояви.

 Таким чином, культуру можна поділити на матеріальну і духовну.

 Матеріальна культура - це культура праці і матеріального виробництва, культура побуту, культура ставлення до власного тіла (фізична культура).

 Духовна культура включає в себе пізнавальну та інтелектуальну, філософську, моральну, художню, правову, педагогічну, релігійну культуру.

 Слід зазначити, що поділ культури на матеріальну і духовну є досить умовним, оскільки ці сфери в реальному житті тісно взаємопов'язані. На думку багатьох культурологів, деякі культури неможливо віднести тільки до матеріальної або духовної. Це такі типи культур, як економічна, екологічна, естетична, ділова.

В іншому визначенні культури, що доповнює попереднє, робиться акцепт на соціальної ролі культури.

 Культура - комплекс систем цінностей, норм, знань і символів, які регулюють життєдіяльність тієї чи іншої соціальної спільності.Така культура відображає певний рівень історичного розвитку суспільства і людини; втілюється в предметних, матеріальних носіях і передається наступним поколінням.Таким чином, культура являє собою закріплений в специфічних формах досвід людства.

Будь-яка соціальна спільність має впорядкувати відносини людей, знизити можливість виникнення розладу і свавілля, створити умови для узгодження дій окремих особистостей і груп, приводити їх у відповідність зі спільними інтересами даного соціуму. Підтримка порядку може бути досягнуто через насильство і примус, що, втім, в усі часи призводило до відповідної негативної реакції об'єкта примусу.

 Дієве і стійке регулювання відносин може бути досягнуто лише через норми, підтримувані і схвалювані більшістю членів суспільства. Норми поведінки забезпечують добровільне і свідоме співпрацю людей, спираються на їх внутрішні мотиви і потреби, відповідають суспільно схвалюваних цілям.

 Нормативними елементами культури є звичаї, ритуали, традиції, мораль, релігія, міфи. У перекладі з латині слово "норма" означає "правило, зразок, керівний початок". За своєю суттю норми створюють рамки діяльності людини, встановлюючи якісь прийняті в даній соціальній групі стандарти поведінки, порушення яких може передбачати різні санкції або заходи впливу з боку інших членів спільноти і мати несприятливі наслідки особистого, майнового, соціального та іншого характеру. Саме норми дозволяють контролювати поведінку людини в даному соціальному середовищі, будучи формами регуляції поведінки - очікуваннями, що визначають коло допустимих дій.

 Норма - узаконене встановлення, визнаний обов'язковим порядок. Призначення норми полягає в тому, щоб забезпечити надійність, передбачуваність, стандартність і зрозумілість поведінки, виключити вплив чисто суб'єктивних мотивів і обставин, психологічних станів.

 Прийнято розрізняти норми загальнолюдські, національні, класові, групові, міжіндивідуальні. Між цими нормами іноді існують великі розбіжності. Так, група може вимагати від своїх членів дій, які суспільством засуджуються.

 У зв'язку з тим, що формування культури обумовлено конкретними умовами життя суспільства і рівнем його розвитку, культурні норми соціальних спільнот можуть істотно відрізнятися. Так, відповідно до норм однієї культури чоловік може мати кілька дружин, в інших же культурах мати навіть дві дружини категорично заборонено.

 Розрізняють такі види норм:

* - формалізовані правила (все, що зафіксовано в письмовому вигляді);
* - правила моралі;
* - зразки поведінки.

 Культурні норми підтримують стійкі принципи комунікації, взаємодія між індивідами і різними групами. Так, прийнято говорити на своїй мові (державна мова як загальнонаціональна, користуватися символікою своєї культури. У всіх країнах існують норми, що стосуються сімейних відносин, у багатьох державах є суворі норми, що стосуються споживання алкоголю і наркотиків. Об'єктами нормування можуть стати одяг, зачіски, манери ходити, говорити і т. д.

 Кожне покоління, освоюючи культуру свого середовища, передає її нащадкам. Механізмом передачі і освоєння культури і складових її елементів - цінностей, звичаїв, обрядів, ідей та ін. - є традиції, які, передаючись від покоління до покоління, зберігаються протягом тривалого часу. Ті чи інші традиції діють в будь-якому суспільстві і в усіх сферах суспільного життя.

 Термін "традиція" може ототожнюватися з поняттями "обряд", "ритуал", "звичаї". Однак традиція відноситься до більш широкого кола явищ і застосовується до більш диференційованих форм діяльності. Обряд і ритуал - більш формалізовані варіанти звичної поведінки, прийняті в певних частинах соціальної спільності.

 Традиції (від лат. Tradition - передача) - елементи соціальної і культурної спадщини, що передаються від покоління до покоління і зберігаються в певних суспільствах і соціальних групах протягом тривалого часу. Як традиції виступають певні суспільні встановлення, норми поведінки, цінності, ідеї, звичаї, обряди і т. д.

 Обряди - традиційні дії, що супроводжують важливі моменти життя людського колективу. Обряди, пов'язані з народженням, весіллям, смертю, називаються сімейними; сільськогосподарські та інші обряди - календарними.

 Ритуал (від лат. Ritualis - обрядовий) - вид обряду, історично сформована форма складної символічної поведінки, впорядкована система дій (в тому числі мовних). Ритуал висловлює певні соціальні та культурні взаємини, цінності. У стародавніх релігіях він служив виразом культових відносин. У сучасному суспільстві ритуал зберігається головним чином в області церемоніальних форм соціальної поведінки і побутових відносин (етикет, дипломатичний протокол і т. п.).

 Звичай - стереотипний спосіб поведінки, який відтворюється в певному суспільстві або соціальній групі і є звичним для його членів. В якості основного регулятора поведінки звичаї виступають лише в архаїчних суспільствах, в стійкому побутовому середовищі. Однак вони також грають важливу роль в сучасному мінливому суспільстві. До звичаїв можна віднести традиційні форми життєвого укладу, виховання, трудової діяльності. У повсякденному житті діють сформовані правила співжиття (наприклад, години прийому їжі, сну, відпочинку, вибір продуктів харчування, правила спілкування). Часто звичаї, будучи загальновизнаними, можуть не усвідомлювати членами соціуму. На питання: "Чому ви так робите?" - вони відповідають: "Так прийнято".

* 1. **Структура культури**

 У масштабі окремого суспільства співіснують такі види культур: елітарна, народна й масова.

 Елітарну культуру створюють професіонали, вона орієнтована на певну підготовлену до сприйняття її елементів аудиторію.

 Народна культура включає в себе елементи що створюються анонімними творцями, часто спостерігаються в повсякденному житті (народні розваги, ігри, предмети народної творчості).

 Масова культура, як правило, створюється професіоналами, орієнтована на широку аудиторію, є загальнодоступною і її сприйняття не вимагає спеціальної підготовки. Виникнення масової культури пов'язано з процесами демократизації суспільства, поширенням спільного споживання продуктів культури, а також з розвитком засобів масової комунікації. Масова культура по суті являє собою комерційне виробництво і розподіл стандартизованих духовних благ.

 Частинами культури, пов'язаними з певними соціальними чи професійними групами, є субкультури, яскравим проявом яких є жаргон, що часто розуміється лише членами таких груп. Можна говорити про існування в суспільстві молодіжної, чоловічої та жіночої, професійної, кримінальної субкультури.

 Якщо субкультура повністю відмежовується від культури суспільства в цілому, можна говорити про те, що вона перетворюється в контркультуру. Цей термін був введений в 1960-і рр. для позначення субкультури хіпі, які відкрито протестували проти "буржуазних цінностей", що включають в себе матеріальне благополуччя і суспільне визнання.

**3. Функції культури**

 В культурології під функцією розуміється службова роль культури і її елементів в контексті задоволення тих чи інших потреб людей.

Розрізняють такі функції культури:

* - засіб творчого творення;
* - інформаційна;
* - комунікативна;
* - інтегруюча;
* - адаптивна;
* - соціалізації.

 *Засіб творчого творення* - це основна функція культури, яка є засобом творчого створення продуктів і результатів людської діяльності.

 *Інформаційна* функція полягає в тому, що культура є носієм соціальної інформації, що накопичується в суспільстві. Можна виділити три основні види інформації, закладеної в культурі.

 1. Інформація про властивості об'єкта (природного або створеного людьми), твердження про наявність чи відсутність у об'єкта якихось властивостей. Зосередженням різноманітних істинних знань є такий вид культури, як наука.

 2. Інформація про оцінку об'єкта, формування певного ставлення людини до нього. Оцінювання об'єкта пов'язано з формуванням системи ціннісних уявлень у людини про те, якими мають бути об'єкти, щоб задовольнити людські потреби, яка ієрархія цих об'єктів за ступенем їх значущості. Уявні зразки об'єктів, які максимально повним і досконалим чином відповідають потребам людини, називаються ідеалами (еталонами цінностей).

 3. Інформація, що регулює поведінку і діяльність людей за допомогою правил, норм і вимог. Культурні норми регулюють всі аспекти людського життя: праця, їжу, сої, одяг, розваги, відпочинок. Норми, правила і вимоги культури вказують, які види поведінки допустимі, а які - ні.

 Інформаційну функцію часто називають функцією трансляції (передачі) соціального досвіду або функцією історичної наступності. Культура являє собою складний механізм передачі соціального досвіду від покоління до покоління, від епохи до епохи, від однієї країни або народності до іншої.

  *Комунікативна* функція полягає в тому, що культура формує умови і засоби людського спілкування, пов'язує, об'єднує людей, накопичує і передає соціальний досвід. Завдяки культурі інформація постійно циркулює в суспільстві, здійснюючи передачу досвіду і знань в ході спільної діяльності людей. Розвиток культури спілкування призводить до взаємного розуміння і співпереживання. Для повідомлення інформації культура має спеціальними засобами спілкування: знаковими системами і в першу чергу мовою. Форми і способи комунікації знаходяться в постійному розвитку, вони включають в себе такі засоби зв'язку, як писемність, телебачення, телефон, радіо, комп'ютерні мережі та ін.

 *Інтегруюча* функція культури спрямована на об'єднання окремих людей, соціальних груп, народів і держав. Культура виконує цю функцію завдяки комунікації та наявності суспільних цінностей, значень і норм, які є найважливішою умовою стабільності соціальних систем. Вона формує у людей почуття приналежності до культурної спільності, створює зв'язок між поколіннями. Цьому сприяє збереження культурної спадщини, національних традицій, історичної пам'яті. В умовах взаємодії і взаємопроникнення різних культур в сучасному світі інтегруюча функція культури спрямована не на стирання культурних відмінностей, а на об'єднання людей як в рамках однієї культури, так і за її межами.

 *Адаптивна* функція культури полягає в тому, щоб забезпечити пристосування людини до навколишнього світу, бо людина не може існувати у відриві від навколишнього середовища. У різних народів, що живуть в різних умовах, історично закріплюються способи адаптації до природного середовища, що становлять раціональне обґрунтування багатьох національних традицій, наприклад, в облаштуванні житла, приготуванні їжі, манері одягатися тощо. Адаптивна функція культури націлена на те, щоб за допомогою різних предметів життєдіяльності людини зменшити його залежність від сил природи.

 Функція *соціалізації.* Соціалізація являє собою процес включення індивіда в суспільне життя, засвоєння нею соціального досвіду, знань, цінностей, норм поведінки, які відповідають даному суспільству, соціальної групи, соціальних ролей. Культура визначає зміст, засоби і способи соціалізації, процес якої відбувається протягом усього життя людини. Важливу роль в цьому процесі відіграють родина, навчальні заклади, засоби масової інформації, трудові колективи, друзі, відомі в суспільстві особистості, неформальні групи. Функція соціалізації тісно пов'язана з регулюванням різних сторін, видів суспільної і особистої діяльності людей. У сфері праці, побуту, міжособистісних відносин культура так чи інакше впливає на поведінку людей і регулює їх вчинки і дії. Важливу роль при цьому відіграють такі нормативні системи, як мораль і право.

 Крім названих, в літературі відзначаються і інші функції культури більш приватного характеру: забезпечення цілісності суспільної системи, забезпечення переходу від однієї суспільної системи до іншої, розв'язання суперечностей між суспільством і природою, гармонізація відносин між ними, спадкоємність поколінь, функція самовираження, самоствердження та саморозвитку особистості та ін.

**Тема 6. Вербальні та невербальні комунікації в контексті культур**

 1. Особливості вербальної комунікації. Лінійна модель Г. Лассуелла

 2. Поняття про невербальне спілкування. Класифікація невербальних засобів спілкування.

 **1. Особливості вербальної комунікації. Лінійна модель Г. Лассуелла**

 Однією із характеристик представників роду людського є прагнення до спілкування. Воно здійснюється у вербальних та невербальних формах. Здавалось би, що нема нічого простіше за спілкування через слово. Проте бувають випадки, коли людина говорить одне, а думає інше. Разом з тим вербальна комунікація – найпростіша форма передачі повідомлень. Вона є основою спілкування людей. Термін «вербальна» походить від латинського «verbum», що у перекладі означає слово. У психологічному словнику вербальна комунікація тлумачиться як цілеспрямований процес передачі за допомогою мови (мовного коду) деякого змісту. Вона передбачає обмін інформацією та емоційну взаємодію між людьми або групами за допомогою мовних інструментів.

 В науковій літературі виокремлюють наступні стилі вербальної комунікації: **1*. Прямий - непрямий.***

*Прямий* стиль полягає у висловленні справжніх намірів людини. Він більш поширений в низько контекстуальних культурах, наприклад, в США. Для американців дуже характерні такі висловлювання: «Давайте по суті», «Говоріть, що ви маєте на увазі?», і т. п.

*Непрямий* стиль комунікації завуальовує цілі людини у спілкуванні. Він набув більшого поширення у високо контекстуальних культурах. Так, наприклад, корейці намагаються не давати негативних відповідей – «ні» або «я не згоден з вами». Зазвичай вони використовують висловлювання типу «я згоден з вами в принципі».

**2. Складний - стислий.** Їх особливості визначаються мірою використання експресивних засобів мови, паузи, мовчання.

 *Складний* стиль характеризується багатою, експресивною мовою у спілкуванні. Він набув значного поширення в близькосхідних країнах. Складний стиль характеризується багатослів’ям, використанням метафор, порівнянь тощо. Так, наприклад, в арабських культурах, відмовляючись від чого-небудь, недостатньо просто сказати «ні», відмова обов’язково супроводжується клятвами і запевненнями.

*Стислий* стиль характеризується лаконічністю, стриманістю, передбачає використання пауз і виразного мовчання. Він характерний для багатьох азіатських країн.

Стиль комунікації європейських країн не вписується в дану дихотомію, тому займає проміжне положення і є поміркованим.

**3. Особистісний- контекстуальний.**

Для *особистісного* стилю характерно неформальне спілкування, у центрі уваги знаходиться індивід. Мова особистісного стилю відображає соціальну рівність. Наприклад, американці практикують пряме звернення до співрозмовника за ім’ям і намагаються не акцентувати статевих відмінностей.

*Контекстуальний* стиль комунікації є формальним, у центрі уваги – роль індивіда у суспільстві, його статус.

**4. Інструментальний - афективний.**

*Інструментальний* стиль спілкування орієнтований на досягнення певної мети. Він поширений у європейських країнах і США. Тут люди прагнуть репрезентувати себе співрозмовнику у промові, хочуть, щоб їх зрозуміли за допомогою вербального спілкування.

*Афективний* стиль орієнтований на слухача і на процес комунікації. Спілкування є важливішим за мету. При афективному стилі дуже важливими є потреби співрозмовника, тому людина намагається бути обережною у висловлюваннях, важливо не те, що говориться, а те, що робиться, тому особливу роль має контекст спілкування.

 Означені стилі комунікації присутні практично в усіх культурах. Разом з тим представлені вони нерівномірно. В рамках різних культур можна виокремити домінантний стиль, який набуває більшого поширення.

 Вербальна комунікація має свою структуру та закономірності. Американський соціолог та політолог Г. Лассуелл є автором лінійної моделі комунікації. Вона була розроблена в 1939-40 рр., а опублікована дещо пізніше – у статті «Структура и функції комунікації у сучасному суспільстві» (1948 р.). Лінійна модель Г. Лассуелла не втратила своєї актуальності до сьогодні. Аналіз акту комунікації передбачає пошук відповідей на 5 запитань:

1. Хто говорить? (в даному випадку мова йде про джерело комунікації).

2. Що говорить? (в даному випадку мова йде про зміст повідомлень).

3. Якими каналами передається інформація? (в даному випадку мова йде про канали масової комунікації – видавництва газет, журналів, книг, теле- і радіотрансляційна мережа, інтернет та ін.).

4. Кому повідомляється? (в даному випадку мова йде про об’єкт впливу інформації – аудиторію).

5. З яким ефектом повідомляється? (в даному випадку мова йде про ефективність повідомлень, яка визначається через соціальну поведінку, дію чи бездіяльність індивідів чи груп індивідів під впливом отриманої інформації).

Лінійна модель масової комунікації «пентада» Г. Лассуелла

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Комунікатор |  | повідомлення |  | канал |  | адресат |  | ефект |

 Пізніше Г.Лассуел, прийняв деякі побажання опонентів та збільшив формулу до 7 елементів: «хто повідомляє» - «з якими намірами» - « в якій ситуації» - «якими засобами» - «яку стратегію використовує» - «впливає на яку аудиторію» - «використовує яку стратегію» - «впливає на яку аудиторію» - «з яким результатом».

 Отже, вербальна комунікація передбачає передачу повідомлень за допомогою мови. Вона є проявом соціальності та складовою спілкування людей.

**2. Поняття про невербальне спілкування. Класифікація невербальних засобів спілкування.**

 Опанувати комунікативною компетентністю неможливо без знань про невербальні засоби спілкування. 2/3 всієї інформації про людину (співбесідника), її наміри і значимі характеристики виходить не з того, що людина говорить, а безпосередньо з поведінки, що спостерігається, тобто з невербальної комунікації.

Існує 5 основних каналів невербальної комунікації.

* 1. Міміка
* 2. Жести.
* 3. Візуальний контакт.
* 4. Голосові характеристики.
* 5. Просторова поведінка.

Крім того, психологічно значущу інформацію має також те:

* а) як і що людина курить;
* б) як поводиться з протилежною статтю;
* в) як використовує засоби підвищення свого статусу;
* г) як вдягається;
* д) як проявляє ольфакторні сигнали (природні та штучні запахи) тощо.

 *Міміка* - зовнішнє вираження психічних станів, у першу чергу емоційних, що проявляється в сукупності координованих рухів м'язів обличчя. Міміка здатна передавати емоційний і змістовний підтекст мовних повідомлень і служити регулятором процесу спілкування.

 Загальновідомо, що ефективне спілкування можливо тільки за умови адекватної оцінки тих емоцій та почуттів, які відчуває співрозмовник, партнер і які виражаються на його обличчі.

 Відомо, що сильно рухлива міміка свідчить про жвавість і швидку змінюваність сприймання вражень і внутрішніх переживань, про легку збудливість від зовнішніх подразників. Малорухома міміка, в цілому, вказує на сталість психічних процесів. Подібна міміка асоціюється зі спокоєм, сталістю, розважливістю, надійністю.

 По вираженню обличчя можна визначити як людина ставиться:

* • до ситуації,
* • до інформації,
* • до людини.

 Обличчя і його вираження легше контролюються людиною, чим інші невербальні ознаки, тому їм легко навчитися, і, відповідно, ввести нас в оману.

Таким чином, мімічна сторона спілкування вкрай важлива для повноцінного взаєморозуміння, виражаючи, насамперед, емоційний стан та емоційне відношення під час взаємодії.

 *Жести* ***—*** рухи, що мають сигнальне значення в спілкуванні; це виразні рухи головою, рукою або кистю, які проявляються у процесі спілкування. Жести в процесі спілкування не тільки супроводжують мову. На основі жестів можна зробити висновок про відношення людини до якої-небудь події, особи, предмета.

Жест також може свідчити про бажання людини, його стани. Особливості жестикуляції можуть служити підставою для висновку про певну психологічну властивість.

 Існує багато класифікацій жестів за різними підставами. Приведемо деякі з них. За фізичною природою жести можна розділити на дві великі групи: головні й мануальні (ручні). Друга група, включає підгрупи жестів, виконуваних однієї рукою або обома руками, і жестів, що різняться по активно використовуваній частині рук: пальцевих, кистьових, ліктьових, плечових або змішаних.

 По характеру впливу на людину, виділяють візуальні, візуально-акустичні, візуально-тактильні жести.

Ще одна класифікація жестів:

* комунікативні, виразні рухи, що заміняють елементи мови;
* ілюструючи, що підкреслюють, супроводжують мовлення поза мовним контекстом;
* модальні, що виражають оцінку, відношення до предметів, явищ навколишнього середовища.

 Розрізняють також довільні й мимовільні жести. Довільними є рухи голови, рук або кистей, які вчиняються свідомо. Такі рухи можуть перетворитися з часом і повторенням в мимовільні жести. Мимовільними є рухи, вчинені несвідомо. Часто їх позначають також як рефлекторні рухи. Як правило, вони бувають уродженими (захисний рефлекс) або придбаними.

За допомогою жестів передається близько 40% інформації.

*Візуальний контакт.* Контакт очей - винятково важливий компонент процесу комунікації. Близько 80% вражень людина отримує через органі зору. Погляд виконує роль керуючого впливу, забезпечуючи зворотний зв'язок про поведінку партнера й ступень його залучення в комунікацію. Велика роль погляду й в обміні репліками, де він виконує сигнальну функцію; бере участь у вираженні інтимності й регулюванні дистанції.

Психологами відзначаються наступні функції погляду в спілкуванні:

* інформаційний пошук (у ході взаємодії мовець дивиться на слухаючого наприкінці кожної репліки й в опорних пунктах усередині репліки, а слухаючий - на мовця, для отримання зворотного зв'язку);
* оповіщення про звільнення каналу зв'язку;
* прагнення приховувати або виставляти своє "Я";
* установлення й підтримка соціальної взаємодії.

Мова очей, на думку психологів, дуже важлива для самовідчуття в процесі спілкування.

 *Голосові характеристики****.*** Інтонація (за В.А.Лабунською) визначається як сукупність звукових засобів мовлення, що його організують. Це ритміко-мелодійна сторона мовлення. Основними її елементами є мелодія мовлення, її ритм, інтенсивність, темп, тембр, а також фразова й логічна побудова наголосу. Голосові характеристики дозволяють виражати свої думки й почуття, вольові устремління не тільки разом із словом, але й окремо від нього, а іноді й всупереч йому.

 Інтенсивність (гучність) у конкретній комунікативній ситуації тісно пов'язані з індивідуальною манерою розпоряджатися простором спілкування. Володіння голосом передбачає, серед іншого, інтуїтивно вірний вибір тієї гучності, яка потрібна для даного помешкання, кількості слухачів та інших обставин спілкування.

 Паузи - можуть бути використані як ефективний засіб маніпулювання співрозмовником: зненацька і точно надана ініціатива спроможна сильно його напружити, змусити внутрішньо метушитися. У діалозі уникають пауз ті, хто почуває себе тривожно і боїться "повиснути в пустоті" або спровокувати небезпечний поворот бесіди.

 Темп - у мовному спілкуванні також має сенс. Крім традиційного зв'язку з темпераментом "взагалі", швидкість промови може вказувати на функціональний стан. Людина збуджена, розпалена, говорить швидше, злегка недомовляє слова, але як правило, з деяким напруженням.

 Тембр - особливості звучання голосу. Вони є важливими для розуміння актуального стану і минулих проблем, що запам'яталися в звуці. Одна справа коли людина говорить "високим" голосом, а інша, коли "низьким". Тут можна виявити характеристики самоконтролю, мужності, жіночності тощо.

*Просторова поведінка* також у значній мірі позначається на процесі взаємодії людей. Вибір дистанції спілкування визначається соціальним престижем, національно-етнічними ознаками, статтю, віком, характером взаємин між людьми.

Існують чотири просторові зони:

* 1. Інтимна зона (фіз. конт. - 50 см): на інтимній відстані спілкуються діти, батьки, чоловік і жінка, близькі родичі, коханці. Це є найбільш охороняємою зоною, на яку підпускаються тільки ті, з ким людина знаходиться в тісному емоційному контакті.
* 2. Особиста (персональна) зона (50 см - 120 см): на цій дистанції спілкуються люди в яких є якісь стосунки, вони є приятелями або колегами по роботі. Особиста зона є оптимальною для вечірок, офіційних прийомів, ділових розмов і бесід.
* 3. Соціальна зона (120 см - 200 см): для цієї зони характерні нейтральні міжособистісні стосунки. На цій дистанції проходить формальне спілкування усіх видів.
* 4. Суспільна (публічна) зона (більше 200 см): характерна для спілкування з групою людей.

 Порушення оптимальної дистанції спілкування сприймається партнерами негативно, і вони намагаються її змінити. Таким чином, люди у різних ситуаціях спілкування активно змінюють свій простір, установлюють оптимально відповідну об'єктивним і суб'єктивним умовам дистанцію взаємодії.

 Організація й кут спілкування також є важливими просторовими компонентами невербальної поведінки. Відомо, зокрема, що розміщення за столом поруч сприяє нормальній спільній роботі, співробітництву; розміщення по діагоналі створює відчуття невимушеності, певний ступень вільності; позиція віч-на-віч (напроти) може підсилити напруженість і контроль один за одним, викликати конфлікт. Отже, вірно обрана дистанція й розташування партнерів відносно один одного в просторі, в залежності від мети, задають тон подальшому спілкуванню.

 На закінчення можна зробити висновок про те, що невербальна комунікація в цілому відіграє величезну роль у людській взаємодії, переважно "працюючи" на підсвідомому рівні психіки. Вона є одним з основних засобів передачі зворотного зв'язку партнерові по спілкуванню.

 Невербальні засоби є найважливішим доповненням мовної комунікації, природно вплітаючись у тканину міжособистісного спілкування. їхня роль визначається не тільки тим, що вони підсилюють мовний вплив на комунікатора, але й у тому, що вони допомагають учасникам спілкування виявити наміри один одного й роблять процес комунікації більш відкритим.

**Тема 7. Рівні вивчення культури**

* 1. Артефакти
	2. Проголошуванні цінності і переконання
	3. Базові уявлення (або базова система цінностей).

 Культуру можна аналізувати па кількох рівнях, які визначаються за ступенем очевидності того чи іншого культурного явища. Ці рівні охоплюють як зовнішні ознаки, доступні для спостереження, так і глибинні, базові уявлення, основні підвалини, що визначають наше ставлення до навколишнього пас світу і, відповідно, дії і судження.

 Іноді культуру порівнюють з айсбергом: на поверхні моря ми можемо спостерігати його вершину - артефакти, ритуали і поведінка людей; верхівка айсберга - лише видима його частина; глибше, під водою, знаходяться безпосередні причини артефактів, а саме цінності і переконання, які пояснюють ту чи іншу поведінку людей; ще далі, в підставі айсберга, знаходяться базові уявлення (основні підвалини), які досить складно розпізнати (мал. 1).

 Причина, по якій базові уявлення важко піддаються розумінню, полягає в тому, що вони часто навіть не усвідомлюються самими їх носіями, а проявляються лише в артефактах. Вивчення культури нагадує розгадку ребуса: то, що ми бачимо, має бути розшифровано.

|  |
| --- |
| Артефакти |
|  Проголошуванні цінності і переконання |
| Базові уявлення (або базова система цінностей). |

Мал. 1. Рівні вивчення культури

1.**Артефакти**

 Основна функція культури - бути засобом творчого творення - націлена на створення артефактів, які представляють собою результати людської діяльності, предмети і явища.

  *Артефакт* - штучно створений об'єкт, продукт людської діяльності. Артефакти можуть мати як певні фізичні характеристики, так і знакова або символічне значення.

 Артефакти знаходяться па самому поверхневому рівні піраміди культури; це ті явища, які можна виявити за допомогою наших органів почуттів. До них відносяться архітектура і внутрішній дизайн приміщень, привітальні ритуали, стиль одягу і манери спілкування, емоційна атмосфера, технологія і продукти життєдіяльності, твори мистецтва і т. д.

 Характерною особливістю даного рівня культури є те, що його прояви просто спостерігати, але дуже складно пояснити їх справжнє значення і важливість пов'язаних з ними уявлень.

Наведемо деякі приклади артефактів.

 *Архітектура і дизайн внутрішніх приміщень*

 Перше, що кидається в очі при першому візиті в офіс компанії в іншій країні, - архітектура і дизайн приміщень.

 В офісах японських компаній часто можна зустріти великі, відкриті, заповнені людьми приміщення, в яких знаходяться робочі місця всіх співробітників, включаючи керівників. У США відкритий простір офісів теж популярно, але воно часто розділяється низькими перегородками, що створюють видимість закритого кабінету для кожного співробітника. Усередині подібних "кабінетів", відгороджених ширмами, співробітники облаштовують простір на свій розсуд, прикрашаючи його рослинами, фотографіями, табличками з афоризмами, що дає їм можливість задовольнити потребу в приватності, або в особистому просторі на роботі.

 У Німеччині часто зустрічаються офіси з окремими кабінетами за закритими дверима, на яких вивішені таблички з іменами і зазначенням посади. Німці нерідко зазнають труднощів, коли їм доводиться працювати у відкритих галасливих офісах.

 Потреба в приватності може проявлятися і в інших формах. У США відкриті двері офісів керівників є для співробітників сигналом про готовність до спілкування і обговорення справ. Якщо двері закриті, то, перш ніж увійти, співробітники стукають і питають дозволу. У той же час у Франції закриті двері кабінету не сигналізують про те, що власник кабінету зайнятий і його не слід турбувати; часто співробітники просто швидко стукають в двері і входять, не чекаючи запрошення. Американці ж вважають це порушенням приватності.

 Артефакти також можуть вказувати на відношення людей до статусу і становища в компанії. У західних фірмах офіси з прекрасними видами з вікна зазвичай надаються тим співробітникам, які мають більш високий статус. Інші аспекти дизайну приміщенні також можуть сигналізувати про статус співробітника або його місці в ієрархії управління: марка машини, місце на парковці, меблі в офісі, особливі кімнати для відпочинку, окремі приміщення в їдальні, спеціальні ліфти.

 Архітектура і дизайн приміщень дають нам відправну точку для вивчення глибинних уявлень щодо внутрішньої інтеграції (як люди організовують свою спільну роботу) і зовнішньої адаптації (як вони ставляться до природи та навколишнього їх простору), можуть вказувати на значущість ієрархії, індивідуальних чи колективних зусиль, бажаний тип діяльності і характер взаємодії між людьми.

*Привітальні ритуали і форми звернення*

 Формальний обмін привітаннями - ще один прояв культурних традицій. Різні форми вітання, прийняті в різних країнах, також можуть свідчити про відмінності в цінностях і базових уявленнях.

 У деяких країнах, наприклад в США, формальностям на ділових зустрічах приділяється відносно невелика увага. Навпаки, ставлення до дотримання формальностей при вітанні в Японії вкрай суворе. При початок переговорів прийнято не тільки обмінюватися візитними картками, а й уважно вивчати їх зміст. Недотримання цього правила може бути розцінено як недостатня прояв поваги до партнера.

 У Франції вітання дуже персоніфіковані і індивідуальні. Звичка говорити всім "Привіт!" при вході в офіс, як часто роблять американці, може виявитися образливою для французів, які очікують, що з ними поздороваються індивідуально, назвавши по імені, потиснуть руку і подивляться в очі. Якщо ви пізніше привітаєтеся з кимось вдруге, пробігаючи повз по коридору, вас поправлять: на ваше привітання "Бонжур", вам дадуть відповідь "Ре-бонжур". Це є сигналом: ви вже віталися з цією людиною в іншому місці раніше, але не пам'ятаєте про це, і, отже, він для вас не дуже важливий. Ритуали прощання вимагають тієї ж процедури.

 Інша частина ритуалу, яка може привести до нерозуміння і конфузів, - ступінь тілесного контакту, очікувана при вітанні. Чи потрібно жінкам тиснути один одному руки? Чи потрібно чоловікам обніматися?

 Недотримання формальностей в зверненні до партнера або колезі може бути розцінено по-різному, наприклад, як прояв дружелюбності або, навпаки, недостатнього поваги. Формальність звернень - це, перш за все, використання прізвищ та звань. Якщо ви звертаєтеся до партнерів по бізнесу на ім'я, це може бути націлене на створення дружньої атмосфери для дискусій. Однак європейці можуть розцінити таке неформальне звернення занадто фамільярним або поблажливим. У багатьох країнах використання імені прийнято тільки в сім'ї або при зверненні до дітей.

 Чималі труднощі для іноземців створює використання займенників "Ви" і "ти", що існують у багатьох країнах світу (Франція, Німеччина, Голландія, Іспанія, Росія, Фінляндія, азіатські країни). Використання формального "Ви" може означати не тільки старшинство (наприклад, в Росії і Франції до дітей звертаються на "ти", а до дорослих - на "Ви") і різницю в положенні, але також і те, що даної людини поки не вважають "своїм".

 Провести чітку грань між ситуаціями, в яких доречно використовувати займенники "ти" і "Ви", досить важко. У Франції використання неформального "ти" в діловій обстановці часто може бути розцінено як прояв зарозумілості, або, навпаки, зайвої фамільярності. У той же час звернення на "Ви" можна сприйняти як бажання співрозмовника зберегти дистанцію або підкреслити свою перевагу. У Росії перехід з займенника "Ви" на "ти" також вимагає тонкої оцінки ситуації і "почуття" слушного моменту.

 У Німеччині менеджери при зверненні один до одного використовують прізвище і формальне "Ви" як на роботі, так і в громадських місцях. У США чоловік із докторським ступенем може навіть не вказати своє звання на табличці з ім'ям на робочому місці, побоюючись, що його вважатимуть нетовариським або зарозумілим. Якщо в Португалії і Італії зазвичай звертаються до колег на "Ви" і за званням, то у Франції часто використовується звернення "Мадам" або "Месьє".

*Здійснення контакту*

 Скільки фізичного простору потрібно для того, щоб відчувати себе комфортно при спілкуванні? Жителі Північної Європи, наприклад, відчувають себе комфортно, якщо дистанція між співрозмовниками більше, ніж простягнута рука, і якщо хто-небудь намагається підійти ближче, вони явно відчувають незручність.

 У Південній Європі, навпаки, люди намагаються підійти ближче, щоб відчути контакт зі співрозмовником, і якщо останній відступає назад, вони можуть розцінити це як небажання продовжувати спілкування.

 Які питання доречно ставити своїм партнерам по бізнесу, чи можна цікавитися їхнім особистим життям? Тут також існують культурні відмінності. Так, після закінчення проведення переговорів неформальні питання розцінюються американцями як прояв дружелюбності і прагнення налагодити персональні контакти, але видаються занадто фамільярними представникам інших культур. Наприклад, французькі менеджери можуть сприйняти питання про те, як вони зазвичай відпочивають після роботи, втручанням в їх особисте життя, особистий простір, оскільки вельми жорстко розмежовують сфери ділових відносин і особистого життя.

 Вважається, що американці більше відкриті, неформальні і легше йдуть на контакт, ніж європейці. У той же час європейці часто відзначають якусь "штучність" і "легковажність" в поведінці американців.

 *Дрес-код*

 Стиль одягу, будучи одним з найпомітніших артефактів, має свої національні, а також властиві окремим компаніям особливості. Найчастіше дрес-коди розрізняються за ступенем формальності в одязі. Менеджери з північноєвропейських країн зазвичай одягаються менш формально, ніж їх партнери з країн Центральної і Південної Європи.

 *Письмові контракти і усні угоди*

 Що є більш надійним: слово партнера або підписаний з усіх юридичних правилами контракт? Непрямий відповідь на це питання дає статистика кількості юристів в різних країнах. В США на 100 тис. осіб припадає 279 юристів, в Великобританії - 114, в Німеччині - 77, у Франції - 29, а в Японії - 11. Коли американські менеджери вступають в переговори з зарубіжними партнерами, пропонуючи готовий контракт, це може бути розцінено менеджерами, для яких слово і репутація означають більше, ніж письмовий договір, знаком недовіри або зайвого формалізму.

**2. Проголошуванні цінності і переконання**

 Наступний рівень вивчення культури - рівень проголошуваних цінностей і переконань. Під переконаннями в найзагальнішому сенсі розуміються якісь твердження про факти, про те, що являють собою явища і предмети, які нас оточують, а під цінностями - переконання в тому, якими мають бути ці явища або предмети, тобто якими вони повинні бути з точки зору наших ідеальних про них уявленнях. Цінності людини - це його уявлення про значне, важливому, про те, що визначає його життєдіяльність. Цінності дозволяють розрізняти бажане і небажане, те, до чого слід прагнути і чого слід уникати.

 Цінність - важливість, значимість чого-небудь для людини. Предмети і явища мають цінність не самі по собі, їх значимість визначається суб'єктивною оцінкою людини відповідно до його інтересами і потребами.

 У тому випадку, якщо цінності поділяються групою людей, будь-то сім'я, робочий колектив, соціальна спільнота або соціум в цілому, саме вони визначають поведінку людей і забезпечують їх взаєморозуміння і спільну узгоджену діяльність.

 Цінності є основою культури, її ядром. При цьому кожна соціальна спільність має свою ієрархію цінностей. Цінність - це суб'єктивне значення, сенс, яким наділяється об'єкт. Поняття" об'єкт "в даному випадку охоплює будь-який зміст, матеріальне і ідеальне, реальне або уявне. Цінністю, таким чином, може бути товар, ідея, інша людина, природний об'єкт, теорія і т. п. Щоб отримати статус цінності, цей об'єкт повинен мати для кого-то якийсь сенс, він повинен бути "прописаний" в психіці, свідомості і бути зафіксований як такої в будь-якій формі.

 На розглянутому (другому) рівні вивчення культури ми маємо справу з цінностями які проголошуються.

 Сукупність проголошуваних цінностей є основою корпоративної культури.

Проголошувані цінності - це цінності сформульовані, озвучені, які оголошуються, що визначають форми і способи взаємодії людей в різних ситуаціях. У тому випадку, коли проголошувані цінності відповідають базисним уявленням людини або групи людей (нижній рівень вивчення культури), їх формальне озвучування або словесне вираз сприяє закріпленню бажаних для організації принципів роботи і поведінки. Якщо проголошувані цінності суперечать базовим уявленням, будучи лише результатом деяких умовиводів окремих керівників організації або виразом їх особистої думки, вони не утворюють системи, їх елементи можуть бути взаємовиключними і не сприяють створенню сильної корпоративної культури.

 Система проголошуваних цінностей створюється вищим керівництвом організації: директорами, менеджерами високих рівнів управління, які визначають, які норми, правила поведінки і цінності повинні стати загальноприйнятими, що розділяються всіма членами організації.

 Традиційно під корпоративними що проголошуються цінностями розуміють такі.

1. Місія компанії - формулювання поглядів лідерів на мету існування організації, напрямок її розвитку, її цінності і ключові компетенції.

2. Бачення - опис бажаного результату діяльності організації, її намірів, того, чим організація стане і чого досягне в майбутньому.

3. Принципи роботи - установка правил взаємовідносин з основними цільовими групами (споживачі, постачальники, державні структури та ін.), З якими пов'язана діяльність організації.

4. Корпоративна етика - нормативи і правила поведінки, які регламентують діяльність співробітників організації.

**3. Базові уявлення (або базова система цінностей).**

 Базові уявлення (або базова система цінностей) - найнижчий, глибинний рівень вивчення культури як соціального середовища, так і окремих її частин, наприклад, груп людей або організацій.

 Базові уявлення не викликають у нас ніяких сумнівів або заперечень. Культура як набір базових уявлень визначає, на що ми повинні звертати увагу, в чому полягає сенс тих чи інших предметів і явищ, якою має бути емоційна реакція на те, що відбувається, які дії слід робити в тій чи іншій ситуації.

Класифікація базових уявлень (цінностей)

 Будь-яка класифікація людських цінностей є, безсумнівно, умовною, оскільки вона пов'язана з соціальними та психологічними установками у свідомості людей. У самій загальній формі можна виділити наступні області базових уявлень, маючи на увазі, що багато з них перетинаються.

1. *Вітальна* - здоров'я душі і тіла, безпеку, добробут, стан людини (спокій, бадьорість, радість), сила, витривалість, якість життя, природне середовище (екологія), практичність і т. д.

2. *Соціальна* - положення в суспільстві, працьовитість, багатство, сім'я, єдність, терпимість, дисципліна, підприємливість, схильність до ризику, соціальну рівність, рівність статей, прагнення до досягнень, професіоналізм, особиста незалежність, орієнтованість на минуле, сьогодення або майбутнє, активне участь в житті суспільства, патріотизм.

3. *Політична* - свобода слова і друку, громадянські свободи, законність, порядок, рівність, громадянський мир.

4. *Моральна* - добро, благо, дружба, любов, честь, безкорисливість, чесність, порядність, взаємодопомога, вірність, повага до старших, справедливість, турбота про дітей, любов до близьких.

5. *Релігійна* - Бог, Божественний закон, порятунок, віра, благодать.

6. *Естетична* - краса, гармонія, стиль, проходження традиції або новизна, самобутність.

 Таким чином, базові цінності є безумовними, що не підлягають сумніву, початковими уявленнями, які визначають, як слід ставитися до тих чи інших предметів і явищ.

Існує безліч підходів до систематизації базових уявлень, проте, як підкреслюють в своїй книзі Г. Я. Гофстеде і М. Мінков, всі ці підходи так чи інакше враховують такі основоположні поняття:

 - "зло - добро";

 - "брудне - чисте";

 - "небезпечне - безпечне";

 - "заборонене - дозволене";

 - "пристойне - непристойне";

 - "моральне - аморальне";

 - "потворне - прекрасне";

 - "штучне - природне";

 - "ненормальне - нормальне";

 - "парадоксальне - логічне";

 - "ірраціональне - раціональне".

**Тема 8. ОГЛЯД НАЙВАЖЛИВІШИХ ПАРАМЕТРІВ КУЛЬТУРИ**

1. Час і простір. Векторне і спіральне сприйняття часу в різних культурах
2. Культури з моноактивним, поліактивним і реактивним ставленням до часу
3. Ставлення до природи
4. Відносини між людьми в різних культурах
5. Емоційні і нейтральні культури
	* 1. **Час і простір. Векторне і спіральне сприйняття часу в різних культурах**

 Ставлення до часу є одним з найважливіших параметрів будь-якої культури. Сприйняття часу, точність і пунктуальність, прагнення робити справи послідовно або постійно перемикатися з одного на інше, цінність часу - ці та багато інших характеристик і аспекти, пов'язані з часом, кардинально різняться в країнах і регіонах світу.

 Час є важливим показником темпу життя і ритму діяльності, прийнятих в тій чи іншій культурі. Культура використання часу - головний організуючий фактор життя і комунікації, так як за допомогою часу люди висловлюють свої почуття, підкреслюють важливість своїх вчинків і дій. Кожній культурі притаманна своя система використання часу, що надзвичайно важливо для міжкультурної комунікації.

 Для розуміння партнера потрібно знати, як розуміється час в його культурі.

 У англосаксонської групі країн, до якої належать країни Північної Європи і Скандинавії, а також США, Канада, Австралія і Нова Зеландія, люди оцінюють час дуже високо. Вони підсвідомо сприймають його як односпрямований лінійний вектор, який починається в недавньому минулому і спрямовується через даний в майбутнє. Дуже близько до описуваного сприйняття часу і в ряді країн континентальної Європи: в Швейцарії, Німеччині, Австрії, Люксембурзі, Угорщині та ін. Жителі цих держав демонструють ще більш серйозне ставлення до часу, ніж представники англосаксонської культури. Час представляється як обмежений, непоправний і рідкісний ресурс, цінність якого вкрай висока.

 У країнах з векторним сприйняттям часу не тільки не прийнято спізнюватися на ділові переговори і дружні зустрічі, а хорошим тоном є прийти трохи раніше наміченого терміну. Якщо в Швейцарії вас запросили на зустріч до 9.30 ранку, постарайтеся бути в офісі хоча б в 9.25, а краще - в 9.15, адже час тут цінується дуже дорого.

 У Швейцарії все відбувається точно, відповідно до зазначеного часу. Навіть поїзди тут ходять строго за розкладом. Недарма про країну кажуть: "Тут поїзди ходять по годинах, а годинник виставляють за розкладом поїздів".

 Зауважимо, що, як тільки ваш поїзд мине швейцарський кордон і почне виїжджати на територію сусідньої Франції, з рухом моментально щось відбувається. Розклад порушується, і запізнення стають швидше правилом, ніж прикрим винятком. Залишаючи англосаксонську групу країн, перетинаючи кордону Швейцарії, Німеччини, Австрії та Угорщини і в'їжджаючи до Франції, Бельгії, Іспанії чи Італії, ми тут же виявляємо, що прислів'я "Точність - ввічливість королів" погано застосовна до цих демократичним державам.

 Характерно, що відстань від голландського міста Роттердам (англосаксонська культура) до розташованого у Фландрії (Фламандська Бельгія) міста-порту Антверпен на швидкісному поїзді покривається за годину з невеликим. Але за цей час ви переїжджаєте з однієї культури ставлення до часу в іншу. В Антверпені, запізнившись на 15-20 хвилин, ви легко вибачитеся, пославшись на будь-яку відповідну причину (дорожню пробку, збій в залізничному розкладі і т. п.). З високим ступенем ймовірності можна буде припустити, що партнери вас дочекаються і що запізнення чи не позначиться серйозно па ході переговорів. Інша справа в Роттердамі. Тут, "затримавшись" на 15-20 хвилин, ви ризикуєте виявити, що ваш партнер вас не дочекався і пішов, оскільки його час чітко розписано. Більш того, ваше запізнення може негативно позначитися на повазі та довірі до вас.

 У міру просування на південь Європи, в країни Арабського Сходу і Азії толерантність до запізнень підвищується. Запізнення на 20-40 хвилин (при певних обставинах) цілком припустимі. У країнах Латинської Америки запізнення на ділові зустрічі вважаються не тільки можливим і допустимим, але і цілком природним явищем.

 Сприйняття часу як односпрямованого вектора, можливість виміряти час грошима створюють відчуття, що часом можна управляти, причому цілком раціонально: планувати майбутнє, орієнтуючись на досягнення необхідної мети; перекидати часові та грошові ресурси з одного об'єкта на інший; прораховувати різні варіанти розвитку подій при управлінні проектами і т. п. Час і бізнес в даному випадку плануються цілком раціонально, без акценту на міжособистісні відносини і емоційного забарвлення.

 У міру просування на південь Європи, Арабський Схід і в країни Азії сприйняття часу кардинально змінюється. В першу чергу це стосується питання обмеженості часу як ресурсу.

Специфічне ставлення до часу в країнах арабського світу виражено у відомому прислів'ї, яка говорить: "Коли Бог створив час, Він створив його достатньо". Якщо часу достатньо, необхідність постійно поспішати, настільки властива західній цивілізації, не вітається па Сході. У східних країнах переговори займають набагато більше часу, оскільки значна їх частина пов'язана не з обговоренням конкретних цілей і завдань, а з вибудовуванням дружніх і довірчих відносин, вивченням загального контексту подій.

 Цінність часу як ресурсу на Сході знижується. Слідом за зниженням цінності часу змінюється і його лінійне сприйняття. На відміну від Заходу, Схід завжди більш звернений в минуле, в історію, традиції. Передбачається, що майбутнє побачити неможливо. Можна лише робити спроби його планування, відштовхуючись від досвіду, отриманого в минулому, від оцінки справжнього і припущень про те, як будуть розвиватися події.

 Час на Сході втрачає лінійність. Західний лінійний вектор в підсвідомості людей Сходу починає все більше згинатися, закруглятися, перетворюючись на своєрідну спіраль, яка знаходиться в безперервному русі, розвивається знизу вгору. Кожен її виток повторює до певної міри попередній, тільки в нових, змінених умовах, і тому постійно створюються нові можливості.

 Однак для представників східних культур саме те, що відбувалося в минулому - історія вдалих і невдалих проектів і починань - є контекстом для прийняття рішень. Час зараз - це черговий виток спіралі, з тими ж можливостями, ризиками і небезпеками, які були на попередніх витках.

 У культурі буддизму не тільки час, а й саме життя являє собою коло. Незалежно від того, що заплановано в житті, будуть існувати вічні рухи по колу, такі як зміна дня і ночі, зміна пір року, цикл народження і смерті живих істот. Ніхто не може це змінити.

Резюмуючи вищевикладене можна сказати наступне.

При векторному сприйнятті часу:

* - час - односпрямований лінійний вектор;
* - час - обмежений, непоправний ресурс.

Це означає:

* 1. "Час = гроші". Важлива швидкість прийняття рішень.
* 2. Майбутнє бізнесу можна передбачити.
* 3. Можна визначити місію і стратегію бізнесу.
* 4. Можна розбити рух до мети на відрізки часу.
* 5. Можна виміряти ресурси для досягнення мети.
* 6. Можна використовувати математичні моделі для оцінки альтернатив розвитку бізнесу.

При спіральному сприйнятті часу:

* - час втрачає лінійність;
* - спіраль - постійний рух знизу вгору;
* - кожен виток подібний до попереднього, але в нових умовах;
* - час створить нові можливості.

Це означає:

* 1. Майбутнє бізнесу передбачити складно.
* 2. Слід враховувати не тільки те, що відбувається на даному витку спіралі, а й те, що було на попередніх витках.
* 3. Час саме підкаже, яке рішення в бізнесі є найкращим.

**2. Культури з моноактивним, поліактивним і реактивним ставленням до часу**

 Ділові культури по відношенню їх представників до часу можна поділити на моноактівни (монохромні), поліактівні (поліхромні) і реактивні.

 Найбільш вагомий внесок у вивчення культур по даному параметру вніс відомий британський фахівець в області крос-культурного менеджменту Річард Льюіс. Результати його досліджень узагальнені в книзі "When Cultures Collide. Managing successfully across cultures" (в російському виданні "Ділові культури в міжнародному бізнесі. Від зіткнення до взаєморозуміння"), яка була видана в 1996 р.

 Річард Дональд Льюїс (р. 1930) - англійський лінгвіст, консультант з питань крос-культурних комунікацій, автор знаменитої книги "When Cultures Collide. Managing successfully across cultures". Його навчальний центр Richard Lewis Communications організовує курси для вищих керівників багатонаціональних компаній з питань крос-культурних комунікацій, а також мовні курси.

*Моноактівни (монохромні) культури*

У монохромних культурах час - це основа організації людського життя, підтримки в ній порядку. Він представляється як прямолінійний шлях, який веде з минулого в майбутнє. Дії людини здійснюються послідовно, одне за іншим протягом певного часу, який розділяється на відрізки, причому в кожен відрізок часу людина концентрується на якійсь одній задачі. Оскільки в певний період часу людина, що належить до представників монохромної культури, здатна займатися тільки одним видом діяльності, вона схильна занурюватися в свій власний світ, до якого для інших немає доступу. Вимушені перерви і переривання його роботи сприймаються як прикрі перешкоди.

Свого часу можна спланувати. Для представників такої культури характерно навіть ставлення до часу як до вартісному ресурсу: час можна витратити, заощадити, надолужити, втратити.

 Представники моноактивних культур розглядають свою діяльність як послідовну низку етапів, які потрібно виконувати, не відволікаючись на інші види діяльності. Порушення графіка роботи може бути сприйнято як нездатність індивіда або робочої групи впоратися зі своїми обов'язками, в ряді випадків - як ознака непрофесіоналізму. У кожен момент виконується тільки один вид діяльності.

Таким чином, для представників моноактивних культур, до яких відносяться Швейцарія, країни Скандинавії, Англія, Німеччина, США, Канада і низка інших, важливою психологічною установкою в бізнесі є послідовність і зосередженість на одній справі в кожен даний момент часу.

 У країнах з малоактивною культурою високо цінуються точність і пунктуальність, ці якості розглядаються як чеснота і обов'язковий атрибут серйозного бізнесмена. Одночасне заняття кількома питаннями розцінюється як нездатність до самоорганізації, прояву належних ділових якостей. При проведенні переговорів і на ділових зустрічах вітаються стриманість в прояві емоцій, виваженість слів і виразів, обґрунтованість висновків і пропозицій, побудованих на бездоганною логікою.

 У культурах моноактивного типу високо цінується чітка і конкретна інформація. Представники даного типу культури не схильні до великих обговорень справ, відволікаючись на сторонні теми.

 Велику роль в моноактівни суспільстві відіграє принцип рівності. Всі люди мають рівних можливостей. Командна робота побудована на принципі рівності членів команди, ініціативи вітаються. Кожен член команди має право приймати самостійні рішення.

 Таким чином, представники моноактивних культур в значній мірі сконцентровані на своїй роботі, прагнуть до дотримання досягнутих домовленостей, відчувають велику відповідальність за результати виконання своєї роботи, виявляють велику повагу до інших людей і їх зайнятості, пунктуальні, підтримують переважно короткострокові відносини з іншими людьми.

Резюмуючи вищевикладене, можна сказати наступне.

Для представників моноактівни культур властиві:

* - послідовність і зосередженість па одній справі в кожен даний момент часу;
* - точність і пунктуальність.

Це означає, що представники моноактівни культури:

* - ретельно планують майбутнє;
* - не роблять кілька справ одночасно;
* - розбивають проекти на етапи;
* - строго слідують плану;
* - емоційно стримані (обмежена жестикуляція в суперечці), спираються на логіку, рідко перебивають.

*Поліактивні (поліхромні) культури*

 Ставлення до часу представників поліактивних культур (азіатські, латиноамериканські та арабські країни, південь і захід Європи) визначається тією обставиною, що ситуації в світі бізнесу змінюються дуже швидко. Планування своїх дій бажано, проте зробити це можна лише приблизно, не ставлячи перед собою мету виконати завдання на певний термін. Вважається прийнятним займатися одночасно кількома справами; починати одну частину проекту, потім перемикатися на виконання іншої, повертатися до першої і т. д. Виникаючі при цьому постійні коригування планів і зміни в графіках роботи сприймаються як само собою зрозуміле, неминуче. Домовленості можуть порушуватися, а терміни виконання робіт продовжуватися.

 Таким чином, сприйняття часу представниками поліактивних культур протилежно сприйняттю часу представниками культур моноактивних. Час не має виняткову цінність. Набагато більшу цінність набувають міжособистісні відносини, важливість спілкування з друзями і близькими. При цьому пунктуальності при дотриманні домовленостей не надається великого значення.

 Поліактивні культури - це завжди культури емоційно залучені, прояв емоцій в побуті і бізнесі вважається нормальним і природним. При переговорах представники цих культур широко використовують жестикуляцію і багату міміку. Їм властиво багато говорити самим і постійно перебивати співрозмовника-партнера. Причому аналогічна поведінка очікується і від партнера по переговорам. Якщо представник моноактивних культур не перебудовується і не починає так само перебивати свого поліактивного партнера, він може виявитися в ролі слухача нескінченного емоційного монологу іншого боку.

 Поліхромні культури Р. Льюїс називає "балакучими" і "товариськими".

 Точність фактичної інформації для представників поліактівних культур не має першорядного значення. Особливу роль відіграє ієрархічна побудова суспільства, яке дає відчуття захищеності і комфорту. Характер комунікацій визначається тим, яку позицію в ієрархічній структурі суспільства займають боку.

 На противагу моноактивним культурам, в яких принцип рівності є чільним, а активне використання особистих зв'язків широко не прийнято, в поліактивних культурах особисті зв'язки відіграють дуже велику роль. Ті люди, які мають велику кількість особистих зв'язків, можуть досягти великих успіхів у житті.

*Реактивні культури*

 Особливе місце по відношенню до часу займають так звані реактивні, або ті, хто слухає, культури. Найбільш яскравими прикладами реактивних культур є Японія, В'єтнам і Камбоджа. За ними слідують такі азіатські країни, як Китай, Тайвань, Сінгапур, Корея, Туреччина. В Європі характерні особливості реактивних культур явно простежуються в Фінляндії і Естонії. Культури більшості країн Східної і Південно-Східної Азії є свого роду гібридами між поліактивними і реактивними.

 У реактивних культурах життєдіяльність організовується в залежності від мінливої навколишнього середовища і зміни обставин як реакція на ці зміни.

Для реактивних культур характерно спіральне сприйняття часу, яке підсвідомо не розглядається як виключно рідкісний і дорогий ресурс. У зв'язку з цим саме по собі зволікання або затримка в тій чи іншій ситуації не сприймаються як втрата конкурентних можливостей, адже втрачені можливості завжди можна надолужити на черговому витку спіралі. Багато що з того, що в умовах

моноактивних культур вважається втратою часу, в реактивних культурах розглядається як його правильне використання. Представники реактивних культур виходять з того, що з'ясування ситуації в цілому, збір інформації для більш повного "розуміння контексту", вибудовування міжособистісних відносин і т. п. вимагають значного часу, і це не трата часу, а необхідне інвестування в майбутні партнерські відносини. При комунікаціях вони не схильні висловлювати свої емоції, часто роблять паузи в розмові, даючи можливість співрозмовнику обдумати те, що було сказано раніше.

 Слід зазначити, що представники найбільш яскраво виражених реактивних культур Азії і Європи (Японія, Китай, В'єтнам, Корея, Фінляндія) зазвичай дуже пунктуальні. Як і представники моноактивних культур, вони приходять на зустрічі та переговори навіть дещо раніше призначеного часу, хоча психологічне коріння такої поведінки у представників моноактивних і реактивних культур різні.

 Для моноактивних культур пунктуальність в першу чергу пов'язана з високою цінністю часу, а для реактивних - з проявом поваги до партнера.

 Шанобливе ставлення до партнерів в комунікаціях проявляється і в тому, що представники реактивних культур не схильні проявляти ініціативу і самостійність, вважаючи за краще підлаштовуватися під вимоги і тимчасові умови, які пропонує протилежна сторона.

 Представники реактивних культур - кращі в світі слухачі. Вони ніколи не намагаються відразу нав'язати партнеру свою точку зору, рідко провокують суперечки і дискусії, вважаючи за краще спочатку зрозуміти позицію іншої сторони у всіх деталях, охопити ситуацію в цілому, розібратися в контексті того, що відбувається.

 Згідно з дослідженням Р. Льюїса національні культури поділяються на виражено реактивні і епізодично реактивні. Країною з найбільш реактивної культурою є Японія. До реактивним культурам ставляться також культури Китаю, Тайваню, Сінгапуру, Гонконгу (з деякими рисами моноактивної культури), Фінляндії (з деякими рисами моноактивної культури), Кореї, Туреччини (з деякими рисами поліактивної культури), В'єтнаму, Камбоджі, Лаосу (з деякими рисами поліактивної культури), Малайзії, Індонезії (з деякими рисами поліактивної культури), на островах Тихого океану Фіджі, Тонга і ін. (з деякими рисами поліактивної культури).

 До епізодично реактивним культурам Р. Льюїс відніс такі країни, як Швеція та Великобританія, які в деякій мірі також характеризуються моноактивностью.

 Резюмуючи вищевикладене, можна сказати наступне.

 У реактивних культурах час не розглядається як виключно рідкісний і дорогий ресурс. Це означає, що представники реактивної культури:

* - керуються загальними принципами;
* - реагують по ситуації;
* - прагнуть охопити картину в цілому;
* - вносять поліпшують корективи;
* - ввічливо-попереджувальні, жестикулюють або ритуально, або ледь вловиме, в суперечці уникають конфронтації, що не перебивають, цінують паузу.

**3. Ставлення до природи**

 У культурах різних країн домінують різні підходи до взаємодії людини з навколишнім середовищем, в першу чергу з природою. Умовно ці підходи можна поділити на три варіанти: чи здатні люди домінувати над природою, підпорядковані чи люди природі або перебувають з нею в гармонії.

 Варіант 1. Природа (навколишнє середовище) розглядається як підлеглий людині об'єкт, як джерело задоволення різноманітних потреб людини. Взаємодія людини і природи часто відбувається у формі боротьби за отримання від останньої ресурсів або матеріальних благ.

 До певної міри цей підхід був історично притаманний більшості сучасних розвинених країн. Так, наприклад, вода в Великих озерах США, яка зараз придатна для пиття, ще в кінці 1960-х рр. була забруднена настільки, що, за словами очевидців, на берегах стояв стійкий запах смітника. Радянський підхід також припускав домінування людини над природою.

 В даний час втручання в природу, прагнення змінити її відповідно до потреб людини проявляються переважно в більш м'якій і цивілізованій формі. Однак багато які з проблем, пов'язаних з погіршенням навколишнього середовища в результаті діяльності людини, продовжують загострюватися.

Гігантський острів зі сміття, що виник в 1950-і рр. і розростається в даний час гігантськими темпами, має безліч назв: "Велике тихоокеанська сміттєва пляма" (Great Pacific Garbage Patch), "Тихоокеанський сміттєворот" (Pacific Trash Vortex), "Північна тихоокеанська спіраль" (North Pacific Gyre), "Тихоокеанський сміттєвий острів ". Його швидке зростання пов'язаний з особливостями Північно-Тихоокеанської системи течій, і центр острова стаціонарний. В даний час маса сміттєвого острова становить понад 3,5 млн т, а його площа можна порівняти з площею штату Техас. Острів складається зі скупчення пластикових пляшок і пакетів, запальничок, зубних щіток, різних інших предметів. Виною утворення острова став викид сміття з кораблів і нафтових платформ, а також з суші. Якщо взяти до уваги, що пластикова пляшка розкладається протягом тисячі років, мова йде про серйозну проблему.

 Варіант 2. На протилежному полюсі можна спостерігати фаталістичне, підлегле відношення людини до природи. Для прихильників цього підходу характерне відчуття незахищеності перед стихією, що супроводжується відчуттям страху перед силами природи. Зазвичай цей підхід до навколишнього середовища є домінуючим в країнах, що розвиваються з низьким рівнем освіти і життя населення. У багатьох країнах Близького Сходу також спостерігаються риси даного підходу до природи, оскільки життя вважається визначеним Богом, як і все, що відбувається в світі.

 Варіант 3. Людина розглядається як частина природи і, отже, повинна жити в гармонії з навколишнім середовищем. Ніхто не має права змінювати природу, керуючись особистими інтересами, необхідно підлаштовуватися під закони природи. Такий підхід найбільшою мірою характерний для культури Японії і деяких країн Південно-Східної Азії.

 Кого повинна захищати пов'язка від грипу?

Ставлення людини до природи знаходить відображення в стереотипах поведінки та оцінки подій, що відбуваються, причому в залежності від того, як людина ставиться до навколишнього середовища, оцінки одних і тих же явищ або навіть матеріальних предметів можуть бути діаметрально протилежними.

В Японії (тяжіє до варіанту 3) і Англії (займає набагато ближче місце до варіанту 1) було проведено опитування серед продавців універсальних магазинів в період епідемії грипу. Здавалося один і той же питання: "Навіщо при епідемії грипу рекомендується надягати на обличчя марлеві пов'язки?"

Відповіді на питання виявилися протилежними. Більшість англійських продавців відповіли: "В магазині багато народу. Пов'язки потрібні, щоб від них не заразитися". Відповідь більшості японських продавців звучав по-іншому: "Пов'язки потрібні, щоб ми не могли заразити оточуючих" .

 Ці три підходи добре ілюструються різним ставленням людей до постановки цілей. При першому підході (панування людини над навколишнім середовищем) передбачається, що необхідно ставити перед собою чіткі цілі, очікувати їх досягнення і отримувати покарання за те, що цілі не були досягнуті. При другому підході (підпорядкування людини навколишньому середовищу) чіткі цілі ставляться рідко, оскільки передбачається, що людина не має можливості зробити багато для їх досягнення. При третьому підході (життя в злагоді з природою) цілі узгоджуються з оточенням, широко поширена практика коригування спочатку поставлених цілей, а в разі, якщо цілі не досягнуті, покарань не передбачено.

Резюмуючи вищевикладене, можна сказати наступне.

Існують три варіанти ставлення до навколишнього середовища {природі).

1. Природа - підлеглий людині об'єкт.

2. Фаталістичне, підлегле відношення до природи.

3. Людина - частина природи і повинна жити в гармонії з нею.

**4. Відносини між людьми в різних культурах**

Більшість поведінкових стереотипів, що характеризують відносини між людьми в різних ділових культурах, в тій чи іншій мірі пов'язані з проблемою самоідентифікації особистості. Люди завжди підсвідомо зараховують або прагнуть долучитися до тієї чи іншої соціальної або національної спільноти і поводяться відповідно до прийнятих в пий стереотипами і традиціями.

 Використовуючи аналогію з дітьми перехідного віку, можна сказати, що якщо підліток асоціює себе з панками, то він буде фарбувати волосся в різні кольори, одягатися і вести себе відповідно, а якщо він наслідує старшого брата, який працює інвестиційним банкіром, в його промові з'являться складні слова і вирази, одяг - з поправкою на вік і смак - буде охайною і "цивільної" і т. д. При цьому сам підліток, підсвідомо копіюючи модель поведінки близької йому по духу особистості або соціальної підгрупи, часто не замислюється про те, чому він веде себе так, а не інакше. Те ж відбувається з людьми, коли їх поведінка визначається писаними і неписаними правилами національної ділової культури. Щоб зрозуміти і відчути це, треба подивитися на проблему з різних сторін, вибравши полярні стереотипи або параметри культури .

 Основними параметрами культури, що характеризують відносини між людьми, виступають наступні:

* - орієнтація на статус і досягнення;
* - низька і висока контекстуально;
* - емоційність і нейтральність;
* - орієнтація на ціль і особистість;
* - панування універсальних і конкретних істин.

 *Культури, орієнтовані на статус або досягнення*

 У різних державах при оцінці людини не однаковою мірою враховують його власні, реальні досягнення і соціальний статус (походження, наявність високопоставлених родичів, престижність вузу, місце проживання і т. п.). У країнах, орієнтованих на досягнення, про поважну персону говорять: "Він сам себе зробив. Він сам всього добився". Таким чином про людину судять по тому, що він являє собою як особистість.

 У країнах, орієнтованих на статус, ще до того, як людина себе проявить, про нього вже можуть сказати: "У нього блакитна дворянська кров", - і це відразу ж відкриє людині багато можливостей, яких його більш здібний і талановитий колега, який не має "блакитної крові", ніколи не отримає. Королями, як відомо, не стають, ними народжуються.

 Однією з найбільш статусних країн світу є Індія, де протягом століть суспільство поділялося на касти. Щоб легко зробити кар'єру і стати представником вищого керівництва, потрібно було належати до вищої касти жерців або хоча б до наступної за нею касти воїнів. У самому низу перебувала каста недоторканних, представники якої працювали на найважчих, низькооплачуваних і не шанованих суспільством роботах, таких як прибирання сміття, прання тощо. Переміщення з однієї касти в іншу було неможливо, а зробити кар'єру в своїй країні людина, яка народилася "недоторканним ", не міг. Незважаючи на боротьбу, яка ведеться в Індії проти кастових пережитків, і сьогодні представникам нижчих каст дуже складно зробити кар'єру. Вельми висока значимість статусу в арабських державах, країнах Африки та Азії.

 На протилежному полюсі розташовуються країни так званої англосаксонської групи: держави Північної Європи, а також США, Канада, Австралія, Нова Зеландія. Однак і в них статусу надається досить велике значення. Наприклад, у багатьох країнах англосаксонської культури широко поширені закриті клуби, доступ до яких обмежений соціальним і майновим становищем.

 Незамінним інструментом для визначення системи цінностей країни і суспільства, положення національної культури на представленої шкалою, виявлення поведінкових стереотипів і розуміння системи мотивації є прислів'я і приказки - дзеркало народної мудрості, причому об'єктивне, яке називає речі своїми іменами, дозволяючи побачити національну культуру такою, яка вона тобто, без ідеологічних і політичних прикрас. У прислів'ях і приказках народ будь-якої країни в афористичній формі фіксує найважливіші стереотипи поведінки і соціальні традиції, які, як лакмусовий папірець, фіксують цінності, прийняті в суспільстві.

В наш час, соціальний статус виражається дорогим одягом і швейцарським годинником ціною в кілька десятків (сотень) тисяч доларів. Серед знаків приналежності до певної соціальної групи виступають дорогі котеджі, ексклюзивні марки автомобілей і т. п.

 Статус відображає захоплення певними ( "престижними") видами спорту: тенісом, гольфом, гірськими лижами та ін. Залежно від пристрастей найбільш статусних осіб країни інтерес до одного з них (наприклад, до тенісу) кілька слабшає, а до інших (наприклад, дзюдо і гірські лижі) зростає.

Резюмуючи вищевикладене, можна сказати наступне. Орієнтація на статус передбачає наступні позиції.

* 1. У нього блакитна кров.
* 2. Походження - вирішальний фактор у кар'єрному зростанні. Орієнтація на досягнення передбачає позицію "Він сам себе зробив ".

**5. Емоційні і нейтральні культури**

 Нейтральною називають таку культуру, в якій прояв живих емоцій в побуті і бізнесі вважається неприпустимим. Вважається, що про почуття людини сторонні знати не повинні.

 Найбільш нейтральна культура світу - японська. Японців з дитинства привчають контролювати емоції. Що б не відбувалося, на обличчі повинна залишатися доброзичлива усмішка. Прояв почуттів і емоцій означає "втрату обличчя". Представникам інших культур потрібні довгі роки, щоб навчитися розуміти що-небудь, спостерігаючи за поведінкою японців.

 Виробляється роками привітна незворушність і зовнішній спокій, звичайно, не означають відсутності емоцій: їх прийнято приховувати і маскувати. Далеко не випадково Японія, маючи в своєму розпорядженні однією з кращих в світі системою охорони здоров'я, одночасно має і досить високий показник важких серцевих захворювань серед населення. Неможливість в силу національних традицій відкрито висловлювати свої емоції в сукупності з перевантаженнями на роботі може мати важкі наслідки для здоров'я (в Японії навіть з'явився спеціальний термін, що позначає смерть на роботі від перевтоми - "Кароса").

Іншими близькими до Японії за ступенем нейтральності є держави Південно-Східної Азії (Корея, В'єтнам, Таїланд, Малайзія та ін.). У цих країнах прояв емоцій також вважається нечемним, образливим для гідності учасників переговорів і, отже, неприпустимим.

 "Зламаний олівець" .

 Делегація Франції (країни з культурою високих емоцій) протягом декількох років вела переговори з в'єтнамською стороною про будівництво у В'єтнамі заводу з виробництва пива. Переговори підходили до успішного завершення. Договір був опрацьований і узгоджений сторонами, що називається, до зайнятих. Французька сторона очікувала, що угода буде підписана протягом найближчих декількох днів, про що поінформувала своє національне керівництво. Однак несподівано для французів під час чергової зустрічі керівник в'єтнамської делегації заявив (далі йде універсальна і часто застосовується в переговорній практиці на Сході формулювання), що "у зв'язку з обставинами, що змінилися" він хотів би ще раз обговорити і скорегувати найважливішу (і раніше насилу узгоджену в результаті багатоденних дискусій) частину договору, що регулює ціни і терміни.

 Керівник французької делегації насилу стримував емоції, обертаючи між пальцями дерев'яний олівець. У момент, коли глава в'єтнамської сторони завершив виступ і сів, олівець в руках француза з тріском зламався. Представники в'єтнамської сторони переглянулися, її керівник знову встав і попросив у французів дозволу перервати переговори па півгодини, додавши, як і раніше, "в зв'язку з обставинами, що змінилися". Через півгодини, повернувшись в переговорний зал, в'єтнамська сторона зробила офіційну заяву, в якому підкреслювалося, що, оскільки керівник французької сторони проявив в ході переговорів грубість і неповагу до в'єтнамської сторони, остання перериває переговори і відмовляється від їх відновлення до тих пір, поки французька сторона не призначить нового керівника делегації. Переговори між сторонами продовжилися тільки після того, як ця вимога була виконана.

 У країнах з емоційно залученої культурою вираження почуттів на роботі, так само, як і в побуті, не тільки допустимо, але і вважається само собою зрозумілим. Більш того, емоційність свідчить про те, що людина "вболіває за справу". До цієї категорії відносяться романські держави, особливо в частині, що стосується південь Європи, арабський світ, країни Латинської Америки.

 Емоційність і нейтральність накладають цілком певний відбиток на манеру ведення переговорів. В емоційно нейтральних країнах Південно-Східної Азії і в Японії співрозмовника не тільки уважно і не перебиваючи вислухають, але і перед тим, як що-небудь відповісти, чи витримають паузу тривалістю до однієї хвилини. Вважається, що пауза - свідчення поваги до партнера. Дійсно, щоб проаналізувати сказане останнім, намагаючись зрозуміти прихований між рядків глибокий сенс (Японія і країни Південно-Східної Азії є країнами найвищого контексту), потрібен певний час. Південь Європи також контекстуален, але в меншому ступені. Крім того, культура цього регіону відрізняється найвищою емоційністю. У зв'язку з цим говорити з італійцем, не перебиваючи його, швидше за все не вийде. Інакше співрозмовник стає слухачем нескінченного монологу.

 В емоційних культурах емоційність свідчить про те, що людина хворіє за справу.

Нейтральні культури припускають неприпустимість прояву емоцій в побуті і бізнесі.

**Тема 9.** **Методологічні складності крос-культурних досліджень**

1. Зміст методу крос-культурного аналізу

2. Типи порівняльно-культурних досліджень та зрізи соціокультурного простору

3. Особливості крос-культурних порівнянь в соціології

**1. Зміст методу крос-культурного аналізу**

 Специфіка поняття "крос-культурний" полягає в тому, що воно вказує на порівняльний підхід у вивченні культур, порівняльно-типологічне вивчення різних культур.

 Зміст методу крос-культурного аналізу полягає:

 по-перше, в порівнянні двох або більшого числа істотно відмінних фактів,

 по-друге, у визначенні впливу культурних умов на поведінку,

 по-третє, в установленні систематичної залежності між культурними та поведінковими змінними.

Можна виділити наступні основні групи методів крос -культурного аналізу:

*1)*  *кабінетні дослідження:*

- використання матеріалів, накопичених в компанії, по специфіці загальної культури, ділової культури і культури споживання в різних країнах;

- використання матеріалів зовнішніх видань з питань загальної культури, ділової культури і культури споживання в різних країнах;

*2)*  *«польові» дослідження:*

- збір інформації за допомогою спостереження за поведінкою споживачів, ділових людей і співробітників філій в різних країнах;

- анкетування споживачів, ділових людей і співробітників філій в різних країнах.

 Таким чином, завдання полягає в тому, як дві системи на рівні групового та міжособового аналізу співвідносяться одна з одною. Порівняльно-культурні дослідження вивчають культурні процеси та явища на підставі використання методу порівняльного аналізу з метою виявлення та ідентифікації подібного (спільного, інваріантного) та специфічного (відмінного) в культурі. Такого роду дослідження включають в себе порівняльний сегментарно-профільний аналіз (зіставлення культурних характеристик в одному й тому ж часовому інтервалі) та міжчасовий аналіз (зіставлення показників і характеристик в їх темпоральному вимірі, в динаміці).

**2. Типи порівняльно-культурних досліджень та зрізи соціокультурного простору**

 У залежності від цільової спрямованості відрізняють чотири типи порівняльно-культурних досліджень.

 1. Коли конкретний соціокультурний простір – предмет безпосереднього інтересу дослідника, а порівняння лише допоміжний інструмент для виявлення специфіки обраного об’єкта.

 2. Коли культури, що порівнюються, – контекст дослідження, орієнтованого на виявлення, перевірку та обґрунтування загальності тієї чи іншої культурної характеристики.

 3. Коли культурні характеристики, які порівнюються, виступають одиницями аналізу в ході вивчення цілісних соціальних систем.

 4. Коли дослідження носять транснаціональний характер – тобто окремі культури розглядаються як елементи всеохоплюючої системи.

 В порівняльно-культурних дослідженнях предметом виступає соціокультурний простір, який являє собою проникаючий взаємозв’язок культури і соціальності – соцієтальне ціле як результат людської діяльності. Різноманіття його аспектів і виражає багатомірність цього простору як об’єкта вивчення.

 Можна виокремити три зрізи соціокультурного простору.

 Перший, , об’єктивоване в цінностях та нормах поведінки, в сукупності творінь людської спільноти – міфологічних і раціональних, традиційних і сучасних, відкритих і закритих. Такий символічний простір не має фізичних кордонів, він багатошаровий і включає кілька типів культур. Їх способом існування є діалог всередині кожної культури, між культурами та субкультурами. Різні прошарки цього простору суперечливо взаємодіють, проникають один в одного.

 Другий, інституціональний простір соціальних відносин включно з економічними, політичними та ідеологічними. Ще більшої ваги набирає культурна диверсифікація управлінської практики, яка включає в себе національну і регіональну культуру; професійну культуру; культурні орієнтації в організаційній поведінці в трудових відносинах; індивідуальні культурні, етнічні і соціальні особливості зайнятих в організаціях. В сучасних умовах цей простір також характеризується діяльністю наднаціональних інститутів (Європейський Союз, Співдружність Незалежних Держав).

 Третій, предметний простір матеріальної культури – різні технологічні уклади та різноманітні предмети, створені людиною, а в новітній період технологічні інновації. Рівень технологічного оснащення, доступу до новітніх засобів комунікації та зв’язку істотно змінює традиційне уявлення про фізичний простір та час. Також очевидно, що Інтернет і мобільний телефон в кінцевому підсумку матимуть глибокі культурні наслідки (зокрема, заміна реального спілкування на віртуальне; перенесення реальної соціальної активності, протесту до крісел біля моніторів).

 Сукупність цих зрізів соціокультурного простору диференційована по вертикалі і по горизонталі. Вертикальна диференціація означає ієрархічну нерівність статусів різних компонентів простору, їх престижу в масовій свідомості. Горизонтальна диференціація означає структурні відмінності між країнами і регіонами однієї країни, які перебувають на одному рівні ієрархії статусів/престижу. Як наслідок, більшість населення включена в кілька різних, нерідко суперечливих компонентів структури соціокультурного простору. Хоча предметом аналізу крос-культурних досліджень виступають національні країни, варто зауважити, що державні кордони далеко не завжди збігаються з культурними кордонами. Мова іде про існування в межах багатьох країн, і тут Україна не виняток, значної кількості субкультур. У нашому випадку це прозахідна та проросійська (прорадянська) субкультури з відповідною різницею в мові повсякденної комунікації, набором компонентів історичної пам’яті, світоглядними орієнтаціями по лінії західна демократія – радянський суспільний порядок. Окремі дослідники вважають, що внутрішні варіації можуть часто бути такими ж важливими, як і крос-національні відмінності. Це означає що країни можуть виступати довільними політичними утвореннями, однак не обов’язково формуються стабільними культурними кордонами.

 Серед окремих соціальних дослідників лунають пропозиції не порівнювати культури націй або етнічних груп, оскільки індивіди, з яких вони складаються, є значно більш відмінними, ніж зазначені соціальні утворення. Але такі пропозиції виглядають малопереконливими хоча б з огляду на те, що соціологічна наука вивчає масові прояви різноманітних феноменів соціального життя, і тому порівняльно-культурне дослідження сучасних суспільств не може бути зведене до вивчення соціокультурних відмінностей окремих індивідів. Враховуючи етнонаціональні відмінності України, об’єктом крос-культурного аналізу, як наочно демонструє участь Естонії в Європейському соціальному дослідженні, може виступати російськомовне та україномовне населення нашої країни або російськомовні росіяни та україномовні українці. З іншого боку, цікаво порівняти російськомовних росіян України з росіянами власне Росії. Наскільки в цьому випадку громадянські відмінності росіян (приналежність до різних країн) будуть відрізнятися від етнічних відмінностей росіян та українців всередині однієї країни?

**3. Особливості крос-культурних порівнянь в соціології**

 Хоча немає найкращого способу визначення базового критерію для визначення культурних дистанцій між країнами, існує можливість обрати кілька особливостей, які б вважались релевантними для більшості крос-культурних порівнянь. На думку М. Мінкова, одним з можливих підходів є порівняння країн за тими речами, які сучасна людина розглядає як важливі.

 Проведення емпіричного соціологічного дослідження в різних культурах та наступний порівняльний аналіз його результатів вимагає від дослідника врахування низки методологічних особливостей. Серед численних методологічних проблем крос-культурного дослідження є:

* визначення виду дослідження,
* проблема вибору підвалин порівняння,
* формування вибіркової сукупності,
* визначення перемінних,
* мовні перешкоди,
* дослідницькі процедури.

*Визначення виду дослідження,*

 Найбільш поширеним видом крос-культурного дослідження перевірки гіпотези є порівняння двох або більше культур щодо певної змінної (власне предмета дослідження).

 Інший вид такого дослідження встановлює причину виникнення культурних відмінностей, коли дослідник вимірює інші змінні, які можуть бути пов’язані зі встановленими відмінностями. У такому підході культура є загальною дефініцією, яка сама по собі не має ніякої пояснювальної цінності і об’єднує всі види відмінностей поведінки між культурними групами. Тому з методологічної точки зору культурою можна вважати широкий набір нерідко слабко пов’язаних незалежних змінних. Відтак культуру як неспецифічну змінну слід замінити більш специфічними змінними для більш достовірного пояснення культурних відмінностей. Такі змінні мають назву змінних середовища і повинні вимірюватися для визначення ступеня, в якому вони можуть статистично пояснити культурні відмінності. Якщо змінна середовища не пояснює всіх відмінностей між культурами, тоді інші змінні середовища повинні бути включені в наступні дослідження для пояснення не розкритих поки відмінностей між культурами, доки не будуть пояснені всі відмінності.

*Проблема вибору основ порівняння*

У крос-культурних дослідженнях одиницями аналізу можуть виступати країни або культури. Джерелом емпіричних даних можуть бути респонденти представники цих культур, але нерідко такого роду дані є сумарними або усередненими для кожної культури, і саме ці значення використовуються як підґрунтя для кожної культури. До цього виду дослідження належить екологічний аналіз та аналіз рівня культури. Прикладами аналізу екологічного рівня можуть слугувати дослідження культурних цінностей різноманітних культур. Наявність значної варіативності норм поведінки, які визначаються різними чинниками, передбачає необхідність використання методу факторного аналізу. Як змінні в крос-культурних дослідженнях виступають такі системи:

1) екологічна, включно з фізичним довкіллям, ресурсами, географією;

2) система засобів існування, тобто методи експлуатації довкілля: сільське господарство, збиральництво, промисловість;

3) соціокультурна система: інститути, норми, ролі та цінності, які існують поза індивідом;

4) індивідуальна система: сприймання, навчання, мотивація, суб’єктивна культура, яка, у свою чергу, включає особливості сприймання елементів культурної системи;

5) інтеріндивідуальна система: патерни (шаблони) соціальної поведінки.

 Варто зважати на відмінності в інтерпретаціях результатів, отриманих на базі дослідження екологічного або індивідуального рівня. Взаємозв’язок між культурною змінною та обраною змінною на екологічному рівні не обов’язково означає, що такий взаємозв’язок існує на індивідуальному рівні. Такий взаємозв’язок може існувати або не існувати на індивідуальному рівні в рамках культури, що вивчається, а якщо існує, то може бути як прямим, так і зворотним.

 Чимало дослідників вирішують цю проблему, виходячи з того, що існують ключові ціннісні дилеми, за якими можна диференціювати всі культури. Саме ці ключові запитання дослідники вважають основами порівняння, які повинні бути інваріантними категоріями. Вони повинні бути однаково застосовані та зрозумілими в культурах, що вивчаються.

 В методиці К. Клакхона виокремлені три групи культурних цінностей: "людина і природа", "людина – людина" та "про людину і про природу". Він вважав, що всі культури можуть бути охарактеризовані за допомогою властивих їм ознак у цих групах. До першої групи входять такі пари ознак: визначеність – невизначеність у світі, природа єдина – численна, зла – добра.

 Загальний погляд на людину відображений у групі "людина – людина". У цьому класі Клахтон об’єднує чотири пари ознак: людина – група, егоїзм – альтруїзм, автономність – залежність, активність – пасивність.

 Остання група "про людину і про природу" містить дві пари ознак, які описують спільні культурні позиції: якість – кількість та унікальне – спільне.

*Вимоги до побудови вибірки*

 Складним питанням є врахування у вибірці рівня гомогенності культурної групи, коли учасники опитування мають бути адекватними представниками своєї культури. Інше питання торкається рівноцінності вибірок культур, що досліджуються, за іншими параметрами крім приналежності до цієї культури (поза культурними змінними), як-то: демографічна змінна, освітня змінна, соціально-економічний статус та релігійна приналежність. Остання вимога до вибірки пояснюється необхідністю встановлення причин можливих відмінностей між представниками різних культур. Тому крос-культурне дослідження вважається методологічно правильним, якщо вибірки, які порівнюються, є рівноцінними за поза культурними змінними.

 У реальній практиці проведення крос-культурних досліджень доволі складно визначити, де саме закінчуються фактори культури і починаються поза культурні фактори. У багатьох випадках демографічні поза культурні відмінності є складовими культури і тому не можуть бути виключені з дослідження. Відтак дослідники мають бути поінформованими про поза культурні демографічні чинники, враховувати такого роду особливості своєї вибірки в інтерпретації отриманих результатів.

*Концептуальне і емпіричне визначення змінних*

 У проведенні та оцінюванні результатів крос-культурного дослідження концепція рівноцінності має вирішальне значення. Рівноцінність у такому дослідженні може бути визначена як стан або умова подібності в концептуальному значенні та в емпіричному методі між культурами, що створює можливість для порівняння цих культур. За влучним висловом Девіда Мацумото, недотримання рівноцінності в крос-культурному дослідженні створює ситуацію порівняння яблук з апельсинами. Тому при розробці анкети в крос-культурних опитуваннях необхідно враховувати функціональну еквівалентність інструменту вимірювання.

 На думку окремих дослідників, досягти гармонізації національних вимірювань можна двома шляхами. Перший полягає у визнанні відмінностей і окремому аналізі кожного національного масиву даних з їх подальшим порівнянням. Однак інтерпретація статистичних даних, що порівнюються, вимагає детального знання різних національних систем. Крім того, еквівалентність не може бути статистично перевірена, тому доводиться покладатися на валідність та достовірність. Другий підхід полягає в узгодженні змінних другого плану, що означає побудову таких змінних, які можуть безпосередньо зіставлені. По суті, методика узгодження вимагає загального рівня спільності, який буде використовуватися під час порівняння різних культур країн – учасниць опитування. Істотнім недоліком такого підходу може стати втрата істотної інформації, якщо рівень спільності буде мінімальний.

 Питання рівноцінності належить до кожного з окремих аспектів проведення будь-якого соціологічного дослідження, але у випадку проведення дослідження в різних культурах та країнах виникають суто специфічні вимоги, як-то можливість порівняння мови і перекладу, питання про можливість існування культурних наборів реакцій в отриманих емпіричних даних.

 Основною проблемою крос-культурного дослідження є перевірка рівноцінності значення загального теоретичного підґрунтя, а також значимості та важливості висунутих специфічних гіпотез. З’ясування рівня рівноцінності або нерівноцінності гіпотез дозволяє досліднику відповісти на запитання: наскільки важливість висунутої ним гіпотези для представників однієї культури є важливою або значимою для людини іншої культури. Або іншими словами, наскільки рівноцінні за своїм значенням гіпотези для всіх учасників дослідження. Поширені методи якісної оцінки можуть бути недійсними внаслідок культурних відмінностей у розумінні певних пунктів у списку цінностей, а також внаслідок того, що певні судження щодо цінностей ґрунтуються більшою мірою на внутрішніх соціальних порівняннях, ніж на прямому виділенні з особистої, індивідуальної системи цінностей. У такому разі використовується метод оцінки поведінкового сценарію. Якщо поняття має різне значення для людей з різних культур та вимірюється різними способами в різних культурах, то проведення порівняльного аналізу втрачає сенс.

 Відтак, крос-культурні дослідники повинні чітко усвідомлювати проблему рівноцінності щодо своїх концептуальних визначень та емпіричної операціоналізації змінних. Д. Мацумото як приклад наводить уявлення про інтелект: у США це насамперед вербальні й аналітичні здібності, тоді як в окремих культурах його ознаками виступають переважно великодушність та щирість. Крос-культурні дослідники повинні демонструвати крос-культурну валідність своїх інструментів вимірювання на рівні позицій і шкал, щоб встановити їх рівноцінність для порівняння. Дослідники повинні критично ставитися до можливих культурних відмінностей у концептуальних визначеннях різних змінних у крос-культурних дослідженнях, які становлять інтерес. Крім того вони мають ретельно перевіряти самі методи, які використовують для виміру цих змінних, аж до точного звучання окремих пунктів у тестах.

 Крос-культурні дослідники повинні мати уяву про проблеми мовної еквівалентності, щоб не сплутати мовні відмінності з культурними, які вони мають знайти.

*Проблема культурних наборів реакцій*

 Культурні набори реакцій – вплив культури на використання шкали для відповіді; культурна тенденція використовувати окремі відрізки шкали незалежно від змісту запитання. Набори реакцій належать до крос-культурних відомостей, але не обов’язково до методів проведення дослідження. Якщо існують культурні набори реакцій, то будь-які відмінності виявлені між культурами, можуть відображати ці тенденції, а не власне існуючі відмінності тієї ознаки, яка досліджується. Такі набори реакцій виявляються по-різному. Так, представники колективістських культур можуть не наважитись використовувати крайні позиції шкали, що відповідає культурному патерну "не висовуватися".

*Нерівноцінні дані*

 На практиці нереально досягти цілковитої рівноцінності крос-культурного дослідження, тобто дослідження, яке концептуально, емпірично означає в точності теж саме для всіх культур його учасників. Айп Пуртинга і Джон Беррі пропонують чотири способи вирішення проблеми нерівності крос- культурних даних.

1. Виключати порівняння. Найбільш традиційний спосіб вирішення цієї проблеми – відмова дослідника від проведення порівняння внаслідок його недоцільності (безглуздості).

2. Зменшення нерівноцінності даних. Багато дослідників намагаються виокремити рівноцінні і нерівноцінні частини своїх методів, а потім проводити порівняння лише по рівноцінних частинах.

3. Інтерпретація нерівноцінності.

4. Ігнорування нерівноцінності.

 На жаль, чимало дослідників ігнорують цю проблему на підставі інваріантності шкали в культурах, які вивчаються, незважаючи на недостатність доказів на користь свого переконання. Наведений перелік основних методологічних складностей у проведенні порівняльно-культурних досліджень сучасних суспільств може бути, таким чином, зведений до пошуку вимірів соціокультурного простору для порівняльного аналізу з дотриманням адекватної передачі смислу обраних одиниць аналізу представниками різних культур та вибору відповідних методів дослідження і дослідницьких процедур. Пошук шляхів вирішення зазначених методологічних складностей є нагальною науковою проблемою для належного методологічного підґрунтя для впровадження у вітчизняну соціологічну практику світового досвіду проведення крос-культурних досліджень з урахуванням соціокультурної специфіки пострадянського суспільства, що трансформується.