

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра \_\_\_\_\_ соціології і публічного управління \_\_\_\_\_  
(назва)

**КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО**  
**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

**Крос-культурні комунікації**  
( назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти \_\_\_\_\_ другий (магістерський) \_\_\_\_\_  
перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань \_\_\_\_\_ 05 Соціальні та поведінкові науки \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)

спеціальність \_\_\_\_\_ 054 Соціологія \_\_\_\_\_  
(шифр і назва )

освітня програма \_\_\_\_\_ Соціологічне забезпечення економічної діяльності \_\_\_\_\_  
(назви освітніх програм спеціальностей )

вид дисципліни \_\_\_\_\_ професійна підготовка (вибіркова) \_\_\_\_\_  
(загальна підготовка (обов'язкова/вибіркова) / професійна підготовка  
(обов'язкова/вибіркова))

форма навчання \_\_\_\_\_ денна \_\_\_\_\_  
(денна / заочна)

Харків – 2024 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Кафедра соціології і публічного управління

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ЛЕКЦІЙ**

**«Крос-культурні комунікації»**

2024



## Силабус освітнього компонента Програма навчальної дисципліни



Крос-культурні комунікації

**Шифр та назва спеціальності**  
054 -Соціологія

**Інститут**  
ННІ Соціально-гуманітарних  
технологій

**Освітня програма**  
Соціологічне забезпечення  
економічної діяльності

**Кафедра**  
Соціології і публічного управління  
(305)

**Рівень освіти**  
Магістр

**Тип дисципліни**  
Спеціальна (фахова), вибіркова

**Семестр**  
2

**Мова викладання**  
Українська, англійська

### Викладачі, розробники



#### Шанідзе Надія Олександрівна

nashanidze@ukr.net

Кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології і публічного управління.

Авторка понад 60 наукових і навчально-методичних публікацій. Провідна лекторка з курсів «Соціологія управління», «Теоретична соціологія ХХІ століття», «Крос-культурні комунікації» «Соціологія мови», «Соціологія особистості та девіантної поведінки», "Методологія та методи роботи з персоналом", "Філософія економічної діяльності"

[Детальніше про викладача на сайті кафедри](https://web.kpi.kharkov.ua/sp/)  
<https://web.kpi.kharkov.ua/sp/>

### Загальна інформація

#### Анотація

Навчальна дисципліна спрямована на розвиток у студентів толерантного ставлення до представників різних культур, подолання бар'єрів та формування навичок ділового співробітництва в умовах крос-культурного середовища. Здатність до крос-культурної комунікації забезпечує ефективність її

практичного застосування у широких сферах: від вивчення іноземних мов до дипломатичної й економічної міжнародної діяльності.

### **Мета та цілі дисципліни**

Формування у соціологів толерантного відношення до представників різних культур, розвиток навичок ділового співробітництва в крос-культурному середовищі, вміння знаходити спільну мову та створювати комунікативні зв'язки в умовах євроінтеграції України

### **Формат занять**

Лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації. Підсумковий контроль – залік.

### **Компетентності**

ЗК03. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК04. Здатність працювати в міжнародному контексті.

СК02. Здатність виявляти, діагностувати та інтерпретувати соціальні проблеми українського суспільства та світової спільноти.

СК06. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога та керуватися загальнолюдськими цінностями.

СК08. Здатність співпрацювати з європейськими та євроатлантичними інституціями

### **Результати навчання**

ПР02. Здійснювати діагностику та інтерпретацію соціальних проблем українського суспільства та світової спільноти, причини їхнього виникнення та наслідки.

ПР03. Розробляти і реалізовувати соціальні та міждисциплінарні проекти з урахуванням соціальних, економічних, правових, екологічних та інших аспектів суспільного життя.

ПР07. Вирішувати етичні дилеми відповідно до норм професійної етики соціолога та загальнолюдських цінностей.

ПР08. Зрозуміло і недвозначно доносити знання, власні висновки та аргументацію з питань соціології та суміжних галузей знань до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.

### **Обсяг дисципліни**

Загальний обсяг дисципліни 120 год. (4 кредитів ECTS): лекції – 32 год., практичні заняття – 16 год., самостійна робота – 72 год.

## **Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)**

"Філософія економічної діяльності", "Теоретична соціологія ХХІ століття"  
"Інтернет-дослідження економічної діяльності", "Соціологічний супровід економічної діяльності", "Методологія та методи роботи з персоналом"

## **Особливості дисципліни, методи та технології навчання**

Під час викладання курсу застосовуються мультимедійні засоби, проектна і командна робота.

На практичних заняттях застосовується проектний підхід, заплановано самостійну розробку моделей міжкультурної комунікації у різних соціальних ситуаціях.

## **Програма навчальної дисципліни**

### **Теми лекційних занять**

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

Поняття «крос-культурний» в сучасній науці, співвідношення понять культура та комунікація. Види крос-культурної комунікації: соціальна, етнічна, релігійна, економічна, політична тощо.

#### **ТЕМА 2. Визначення поняття культури в сучасному світі**

Сутність, особливості культури, структура культури та основні її елементи, функції, рівні.

#### **ТЕМА 3. Сприйняття культури членами суспільства**

Культурний етноцентризм, культурний релятивізм, глобалізація світової спільноти. Крос-культурний шок.

#### **ТЕМА 4. Рівні вивчення культури**

Методологічні принципи та джерела вивчення культури як соціального процесу. Особистісні межі у спілкуванні та межі інтимності. Корпоративна етика та корпоративна культура у різних крос-культурних діалогах.

#### **ТЕМА 5. Теоретичні основи крос-культурної комунікації**

Сутність міжкультурної комунікації, лінійні та нелінійні моделі спілкування. Форми і типи міжкультурної комунікації.

#### **ТЕМА 6. Вербальні та невербальні комунікації в контексті культур**

Особливості вербальної комунікації. Класифікація невербальних засобів спілкування та особливості їх використання. Протиріччя сприйняття вербальних та невербальних засобів комунікації

#### **ТЕМА 7. Параметри культури, що визначають крос-культурну комунікацію**

Час і простір. Ставлення до природи в уявленні представників різних культур, поняття соціальної дистанції та засоби її визначення. Емоційні і нейтральні культури

## **ТЕМА 8. Методологічні складності крос-культурних досліджень**

Зміст методу крос-культурного аналізу. Особливості дослідження крос-культурних комунікацій з точки зору соціології, психології, соціолінгвістики.

## **ТЕМА 9. Крос-культурні комунікації в сфері економіки та бізнесу**

Специфіка крос-культурних комунікацій в економічній сфері. Крос-культурний менеджмент як здатність управляти різними поглядами, культурами, релігіями та звичками людей для досягнення найкращих результатів у бізнесі.

## **Тема 10 Етика ведення ділових переговорів.**

Переговори як комунікативний процес. Проведення переговорів з партнерами. Види ділових зустрічей: неофіційна, офіційна ділова зустріч. Особливості сучасного ділового етикету. Основні етичні принципи ділового протоколу. Ділове спілкування : поняття, особливості. Функції та рівні ділової комунікації. Публічний виступ. Виступ перед аудиторією як комунікативний процес.

## **Тема 11 Крос-культурна компетентність, шляхи її формування**

Сутність крос-культурної компетентності. Складові та рівні крос-культурної компетентності.

Шляхи та засоби формування крос-культурної компетентності

## **Тема 12. Потенційні проблеми крос-культурних комунікацій, шляхи та можливості їх оптимізації.**

Конфлікти у крос-культурних комунікаціях і засоби їх вирішення. Класифікація конфліктів: етнічні, релігійні, міжгрупові, ділові, міжособистісні, глобальні. Вплив розвитку інформаційних технологій на протікання крос-культурних комунікацій та конфліктів.

## **Теми практичних занять**

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

Дослідження поняття «крос-культурний» в сучасній науці, види крос-культурної комунікації: соціальна, етнічна, релігійна, економічна, політична тощо, їх роль в сучасних соціальних процесах.

### **ТЕМА 2, 3 Визначення поняття культури в сучасному світі. Сприйняття культури членами суспільства**

Визначення культури та її елементів. Мова як головний чинник формування свідомості та культури, мовна особистість, мовна та мовленнєва поведінка. Культурний етноцентризм, культурний релятивізм, глобалізація світової спільноти. Крос-культурний шок.

### **ТЕМА 4, 5. Рівні вивчення культури**

Методологічні принципи та джерела вивчення культури як соціального процесу. Особистісні межі у спілкуванні та межі інтимності. Корпоративна етика та корпоративна культура у різних крос-культурних діалогах. Теоретичні основи крос-культурної комунікації. Сутність міжкультурної комунікації,

лінійні та нелінійні моделі спілкування. Форми і типи міжкультурної комунікації.

### **ТЕМА 6, 7. Вербальні та невербальні комунікації в контексті культур Параметри культури, що визначають крос-культурну комунікаці.**

Особливості вербальної комунікації. Класифікація невербальних засобів спілкування та особливості їх використання. Протиріччя сприйняття вербальних та невербальних засобів комунікації. Час і простір. Ставлення до природи в уявленні представників різних культур, поняття соціальної дистанції та засоби її визначення. Емоційні і нейтральні культури

### **ТЕМА 8. Методологічні складності крос-культурних досліджень**

Зміст методу крос-культурного аналізу. Особливості дослідження крос-культурних комунікацій з точки зору соціології, психології, соціолінгвістики.

### **ТЕМА 9, 10. Крос-культурні комунікації в сфері економіки та бізнесу. Етика ведення ділових переговорів**

Специфіка крос-культурних комунікацій в економічній сфері. Крос-культурний менеджмент як здатність управляти різними поглядами, культурами, релігіями та звичками людей для досягнення найкращих результатів у бізнесі.

Переговори як комунікативний процес. Проведення переговорів з партнерами. Види ділових зустрічей: неофіційна, офіційна ділова зустріч. Особливості сучасного ділового етикету. Основні етичні принципи ділового протоколу. Ділове спілкування : поняття, особливості. Функції та рівні ділової комунікації. Публічний виступ. Виступ перед аудиторією як комунікативний процес.

### **Тема 11 Крос-культурна компетентність, шляхи її формування**

Сутність крос-культурної компетентності. Складові та рівні крос-культурної компетентності.

Шляхи та засоби формування крос-культурної компетентності

### **Тема 12. Потенційні проблеми крос-культурних комунікацій, шляхи та можливості їх оптимізації.**

Конфлікти у крос-культурних комунікаціях і засоби їх вирішення. Класифікація конфліктів: етнічні, релігійні, міжгрупові, ділові, міжособистісні, глобальні. Вплив розвитку інформаційних технологій на протікання крос-культурних комунікацій та конфліктів.

## **Теми лабораторних робіт**

Лабораторних занять за даною дисципліною не заплановано

### **Самостійна робота**

Самостійна робота передбачає підготовку проекту із моделювання певної проблемної ситуації у крос-культурній комунікації та пошуку засобів її вирішення. Оцінка відбувається під час захисту роботи у вигляді доповіді та презентації під час практичного заняття. Також передбачено написання

рефератів за актуальними темами крос-культурної комунікації в світі. Студентам надаються матеріали сучасних наукових досліджень для самостійного ознайомлення та обговорення на практичному занятті.

## **Література та навчальні матеріали**

### Базова література

1. Шавкун І. Г., Дибчинська Я. С. Крос-культурна комунікація в міжнародному бізнесі: конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Запоріжжя: ЗНУ, 2019. – 107 с.
2. Верховод Л. І. Соціологія культури та міжкультурна комунікація : навч.-метод. посіб. для студ. ден. та заочн. форми навч. спец. «Соціологія» / Л. І. Верховод ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Старобільськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. – 263 с.
3. Горлач В. В. Організаційно-педагогічні умови формування вмінь крос-культурної комунікації у майбутніх фахівців сфери обслуговування / В. В. Горлач // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe. – 2020. – № 2, Ч. 1. – С. 9–14.
4. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація / В.М Манакін. – Київ: ЦУЛ, 2012. –288 с.
5. Глінковська Б. Крос-культурні підприємницькі комунікації : навчальнометодичний посібник для магістрантів / Б. Глінковська, Є. Чеботарьов, В. Чеботарьов ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Старобільськ, 2018. – 120 с.

### Допоміжна література

1. Азарова Ю. Мультикультуралізм і сучасні моделі міжкультурної комунікації / Ю. Азарова // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Культурологія. - 2016. - Вип. 17. - С. 13-19. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl\\_2016\\_17\\_](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl_2016_17_)
2. Бурак О.С. Крос-культурна комунікація як наслідок глобалізаційних крос-культурних контактів, 2012. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Grani/2012\\_5/27.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Grani/2012_5/27.pdf)
3. Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н. Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2006.- 142 с.
4. Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків : Навч.посібн./ І.А.Сайтарли. – К : Академвидав, 2010. – 240 с.
5. Коч Н. В. Міжкультурна комунікація: навчальний посібник. Миколаїв: Вид-во «ЧП Румянцева А.В.», 2017. – 200 с.
6. Комунікативні тренди міжнародних відносин. Монографія / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Піпченко Н. О., Москаленко Т. В., Погорська І. І., Белоусова Н.Б., Кучмій О. П., Сербіна Н. Ф., Сербіна К. Ю., Фролова О. М., Шевченко О.В.– К.: Центр вільної преси, 2016. – 614 с.



7. Стегній О. Г. Методологічні складності крос-культурних досліджень/ О. Г. Стегній// Український соціум. 2013. № 2(45) С.99 – 111.
8. Щетініна Л. В. Сутність крос-культурної компетентності: від теорії до практики /Л. В. Щетініна, С. Г. Рудакова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2017. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5537>

## Система оцінювання

### Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

. 100% підсумкової оцінки складається з результатів у вигляді поточного оцінювання у вигляді тестових контрольних робіт (40%), оцінювання роботи на практичних заняттях- 30%, виконання індивідуальних завдань- 10% та проектів (рефератів)- 20%.

### Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

## Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХП»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту.

Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХП» розміщено на сайті:

<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

## Погодження

Силабус погоджено

Дата погодження, підпис

Завідувач кафедри  
Володимир МОРОЗ

28.06.24

Дата погодження, підпис

Гарант ОП

27.08.24



Надія ШАНІДЗЕ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Кафедра соціології і публічного управління

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ЛЕКЦІЙ**

«Крос-культурні комунікації»

2024

## Змістовний модуль 1. Теоретичні засади дослідження крос-культурних комунікацій

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

#### Питання лекції:

1. Поняття «крос-культурний».
2. Співвідношення понять культура та комунікація.
3. Місце крос-культурних комунікацій в сучасному суспільстві.
4. Поняття крос-культурної комунікації у працях соціологів сучасної доби постмодерну
5. Зворотній зв'язок в різних типах культур як фактор крос-культурної комунікації

#### Питання 1.

В умовах глобалізації, відкритості міжнародних ринків дана тема набуває особливого значення. Окрім економіки, важливі зони професійної та соціальної міжкультурної комунікації — це освіта, туризм, наука. Щільність та інтенсивність контактів між представниками різних культур різко зросли — світ «зменшився».

Способи уникнення непорозумінь на культурному ґрунті у спілкуванні з іноземцями досліджує *крос-культурна комунікація*.

Виникнення крос-культурної комунікації, як і більшості наук, зумовлене потребами суспільства. Її практична сфера бере початок із найдавніших часів, коли людям доводилося встановлювати різні контакти з чужинцями, що потребувало толерантності і певних знань про міжкультурні відмінності. Із появою дипломатичних відносин інформація про національно-культурні особливості різних країн стала складником професійної міжнародної діяльності. Особливої актуальності навички у сфері міжкультурного спілкування набули в часи бурхливого розвитку міжнародних контактів, які розпочалися в 70-ті роки ХХ ст. Що таке крос-культурні комунікації? Якщо говорити просто, то крос-культурні комунікації – це спілкування та взаємодія людей – представників різних культур, можна перекласти з англійської як “перетин культур”.

Однак у реальному житті та бізнесі ми стикаємося з міжкультурною комунікацією набагато частіше — завжди, коли ми спілкуємося з людьми, чий культурний та життєвий досвід значно відрізняється від нашого. І це не лише у спілкуванні з іноземцями. Культурні кордони можуть проходити і між поколіннями (X, Y та Z), соціальними, гендерними та іншими групами. Сьогодні інтернет для багатьох із нас став простором, середовищем міжкультурної комунікації. І в ньому теж є свої правила та особливості.

Необхідність теоретичного розроблення спеціального курсу, а пізніше й окремої науки «Міжкультурна комунікація», постала після Другої світової війни. Досвід інтернаціональної співпраці під час війни і після неї, зокрема активістів Корпусу миру, яких відряджали до різних країн для допомоги, виявив брак знань і навичок у міжкультурному та міжетнічному спілкуванні,

що призводило до невдач у позитивних намірах волонтерів. Це стало поштовхом для створення в 1946 р. у США спеціального Інституту служби за кордоном (Foreign Service Institute), який очолив Едвард Холл. Цей заклад мав готувати дипломатів, розвідників, волонтерів Корпусу миру, міжнародних військових та інших фахівців для роботи за кордоном, сприяти усуненню міжрасових та міжетнічних конфліктів. Е. Холл залучив до своєї команди спеціалістів із різних галузей — психологів, етнологів, антропологів, соціологів, культурологів тощо. Як правило, крос-культурні комунікації розглядаються у бізнес-контексті. Та й дисципліна була сформована під тиском запитів транснаціональних корпорацій, де крос-культурні комунікації є основою бізнесу. Побудова ефективних крос-культурних комунікацій може бути як каталізатором для успішних бізнес-процесів у компанії, і навпаки, помилки допущені у справі організації крос-культурних комунікацій можуть коштувати міжнародної компанії дуже багато. В умовах глобалізації, відкритості міжнародних ринків, дана тема набуває особливого значення.

У сучасній науковій літературі дефініція «крос-культурна комунікація» представлена спорідненими полісемантичними термінами «транс-культурна комунікація», «інтер-культурна комунікація», «міжкультурна комунікація», «діалог культур», «міжетнічна комунікація», «транс-расова, або міжрасова комунікація» і свідчить про становлення міжкультурної проблематики та пошук адекватного терміну-номінації, що відображає предметну область досліджень, а не про наявність принципових відмінностей між цими поняттями. Дана дефініція поєднує ключові терміни – культура і комунікація. Інтерес до іншої культури визначається потребою людства відшукати в інших культурних світах зародки стратегій виживання, виробити новий образ світу, здатний забезпечити стійку ідентифікацію. Сучасні крос-культурні комунікації є наслідком процесу інтеграції, що відбувається в світі і викликаний природним ходом розвитку інформаційної цивілізації.

Попри наявну синонімічність, приналежність до єдиного семантичного поля, найбільш поширені з вищезазначених поняття «крос-культурний» і «міжкультурний» можна розглядати як принципово відмінні. «Міжкультурний» вживається щодо взаємодії двох культур, стосовно подій, які відбуваються між двома комунікантами (навіть якщо учасників комунікації декілька, окремі комунікативні акти завжди обмежуються двома сторонами). Тому і конфлікти, і контакти є міжкультурними. Інший же термін походить від англійського слова to cross – «перетинати, переходити». Він стосується, передусім, технологій, тактик і характеристик, які можуть бути застосовані до кількох культур одночасно. Взаємодія, наприклад, може бути міжкультурною за умов участі двох культур. Але може бути крос-культурною технологією, якщо таких культур декілька.

Об'єктом крос-культурної комунікації є дослідження спілкування представників різних національних, соціальних та лінгво-культурних спільнот, а предметом — прийняті в національних, соціальних та лінгво-культурних спільнотах стереотипи і норми поведінки (в тому числі мовної та мовленнєвої), спілкування, певні «культурні сценарії» різних дій, усталені моделі сприйняття та оцінювання предметів і явищ, соціально унормовані звички, традиції, ритуали, дозволи, заборони тощо. Завданням крос-культурної комунікації є

формування міжкультурної компетентності, необхідних знань про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних і міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях.

Таким чином, крос-культурна, комунікація – це процес інформаційного обміну між представниками різних культур, що здійснюється за допомогою різноманітних засобів і має на меті встановлення взаєморозуміння через досягнення відповідності різних культурно обумовлених систем цінностей.

## **Питання 2.**

Комунікація – соціально обумовлений процес передачі і сприйняття інформації в умовах міжособистісного і масового спілкування по різних каналах за допомогою різних комунікативних засобів (вербальних, невербальних тощо). Під комунікацією в широкому розумінні мається на увазі і система, у якій здійснюється взаємодія, і процес взаємодії, і способи спілкування, що дозволяють створювати, передавати та приймати різноманітну інформацію.

На сучасному етапі розвитку наукової думки існує велика кількість визначень і дефініцій поняття «комунікація». Так, фахівці з міжкультурної комунікації Ю. Таратухіна та С. Безус розуміють комунікацію як специфічний акт обміну інформацією, процес передачі емоційного та інтелектуального змісту. З точки зору соціальних наук комунікація представляє собою процес доставки або передачі певної інформації від відправника до отримувача. Відправник з метою вплинути на отримувача передає йому повідомлення певним чином, тобто використовує певний спосіб кодування інформації. Отримувач для розуміння інформації має розкодувати повідомлення, тобто застосувати спосіб декодування, адекватний способу кодування інформації. Дослідниця питань міжкультурної комунікації в корпоративній культурі Т. Персикова зазначає, що процес комунікації представляє собою динамічний обмін ідеями, думками, знаннями та інформацією між людьми, що відбувається на різних рівнях: формальному або неформальному, інтелектуальному або емоційному. Основна функція комунікації в суспільстві – соціалізація за допомогою передачі інформації з метою засвоєння культурного досвіду. Цей процес як результат інформаційного впливу передбачає зміну самого суб'єкта і його поведінки, але його метою може бути інформування об'єкта. Для передачі інформації можуть бути застосовні різноманітні засоби і форми – вербальні і невербальні, усні і письмові і будь-які інші. Основним результатом комунікації є взаємне розуміння. Це означає, що повідомлення повинні бути сформульовані комунікатором і відправлені відповідним каналом передачі так, щоб реципієнт (одержувач) зміг їх сприйняти і правильно інтерпретувати.

Іншими словами, реципієнт повинен декодувати отримані слова, поведінку і символи, перетворити їх на повідомлення, що має певний сенс і адекватно інтерпретувати їх. Кодування (перетворення значень у слова, міміку, жестикуляцію і символи) і декодування ґрунтується на культурі учасників обміну. У цьому сенсі культура та комунікація нероздільні. У представників різних культур по-різному йде дешифрування повідомлень. Природно припустити, що чим більше культурних відмінностей є між учасниками-суб'єктами мультикультурної взаємодії, тим більше труднощів виникає для

досягнення мети взаєморозуміння.

Механізм взаємодії культури та комунікації обумовлений двома основними тенденціями. Перша тенденція пов'язана з динамікою внутрішніх структур культури, і цей процес не є ізольованим. Друга тенденція може бути позначена через зовнішні фактори, які впливають на розвиток внутрішніх структур культури. При цьому культура не є пасивною сферою для зовнішніх впливів, а історія культури будь-якого народу може розглядатися і як внутрішній розвиток, і як результат різноманітних впливів. Ці явища тісно взаємопов'язані і є різними проявами єдиного динамічного процесу. Увага суспільних наук до крос-культурних комунікацій передбачає дослідження процесів, у ході яких групи індивідів та індивіди структурують свої уявлення, очікування і на їхній основі будують свою поведінку щодо соціального середовища.

### **Питання 3.**

В умовах глобалізаційних і міграційних процесів, що відбуваються в сучасному світі, важливою стає роль крос-культурної комунікації як одного з головних чинників встановлення консенсусу і налагодження взаємодії в полікультурному суспільстві. Сьогодні крос-культурні контакти розвиваються в специфічному культурному та соціально-психологічному контексті. Цей процес охопив різні сфери суспільного життя всіх держав світу. Неможливо знайти етнічні спільності, які не відчули б на собі вплив з боку культур інших народів. З одного боку, світ об'єднується на основі економічної, технологічної, інформаційної інтеграції. З іншого боку, посилюються інтеграційні процеси, які ведуть до зростання культурної самосвідомості та культурної самоідентифікації, національні і культурні особливості не тільки присутні, але і суттєво впливають як на економічну систему, так і на всі аспекти життєдіяльності держав і народів.

Сьогодні володіння вміннями крос-культурної комунікації стає такою ж необхідністю, як наявність загальної освіти, комп'ютерної грамотності, знання іноземної мови. Освітня реформа, що відбувається в Україні, насамперед, має на меті зробити вітчизняну вищу освіту частиною світового освітнього простору, де мультикультурність і полікультурність є нормою і звичним явищем. На необхідності досягнення відповідності рівня підготовки здобувачів вищої освіти різних галузей потребам і вимогам сучасного полікультурного суспільства наголошують такі нормативні документи, як Закон України «Про вищу освіту», Стратегія інтеграції України до Європейського Союзу, Національна стратегія розвитку освіти в Україні та інші. Так, у якості одного з принципів, на яких ґрунтується державна політика у сфері вищої освіти, є принцип «міжнародної інтеграції та інтеграції системи вищої освіти України у Європейській простір вищої освіти, за умови збереження і розвитку досягнень та прогресивних традицій національної вищої школи», а одним із стратегічних завдань – забезпечення академічної мобільності здобувачів освіти як на території України, так і за її межами. На важливості міжкультурного взаєморозуміння наголошують і міжнародні організації. Так, ЮНЕСКО у своїй доповіді «Інвестиції у культурне різноманіття та міжкультурний діалог» наполягає на необхідності просвітництва та поінформованості щодо культурної та мовної різноманітності. Про розуміння важливості цього питання свідчить

той факт, що стратегія ЮНЕСКО (2014-2021) зазначила «сприяння активному міжкультурному діалогу» за допомогою освіти, науки, культури, комунікації та інформації одним з першочергових.

В умовах сучасного світу, в якому кордони стають все більше умовним явищем, а міграція населення – повсякденністю, питання крос-культурної комунікації набуває гостроти й великого значення. Усунення певних обмежень для вільного пересування світом виводить сферу обслуговування на лідируючі позиції, а отже вона стає однією з ключових галузей світової економіки та необхідною умовою комфортного існування людини сучасної цивілізації. Академічний інтерес до феномена крос-культурної комунікації виник після Другої світової війни. Стало очевидним, що для встановлення успішних контактів необхідно було вивчити механізми і фактори взаємодії і взаєморозуміння між культурами. Кардинальним питанням при розгляді культури в аспекті крос-культурної комунікації стає проблема взаємодії, взаємовпливу, взаємопроникнення. Полярними точками зору на цю проблему є, з одного боку, визнання міжкультурного діалогу як однієї з умов розвитку культури, з іншого – заперечення діалогу для збереження самобутності й самоідентифікації.

#### **Питання 4.**

Історія становлення крос-культурної комунікації як навчальної дисципліни переконливо свідчить, що вона спочатку формувалася на основі інтеграції різних гуманітарних наук та їхніх методів: лінгвістики, антропології, психології, соціології, етнології, фольклористики тощо. У процесі їхньої спільної роботи теорії і методи цих сфер знань змішувалися, надаючи крос-культурній комунікації інтегративний характер, який став і залишається до цих пір основним.

Як результат поступово склалися три методологічних підходи до вивчення крос-культурної комунікації: функціональний, пояснювальний та критичний. Ці підходи ґрунтуються на різних уявленнях про природу людини, людську поведінку і природу людських знань.

*Функціональний підхід* склався в 1980-і роки і ґрунтується на методах соціології та психології. Відповідно до цього підходу культуру будь-якого народу можна описати за допомогою різних методів. Будь-які зміни в культурі також можуть бути виміряні та описані. Культура визначає поведінку і спілкування людини, і тому вони також піддаються опису і можуть бути передбачені. Основна мета полягає в тому, щоб показати специфіку впливу культури на комунікацію. Порівняння культурних відмінностей взаємодіючих сторін дозволяє передбачити успіх або провал їхньої комунікації.

Результатом функціонального підходу стала теорія комунікаційного пристосування, яка стверджує, що в ситуаціях крос-культурної комунікації люди часто змінюють моделі своєї комунікативної поведінки, пристосовуючись до моделей партнерів по спілкуванню. При цьому зміна стилю комунікації відбувається швидше під час ненапруженого, спокійного спілкування або у випадках, коли партнери не бачать великої різниці між собою і співрозмовником.

Сутність *пояснювального* підходу полягає в тому, щоб зрозуміти і описати, але не передбачити поведінку людини. Прихильники пояснювального



підходу розглядають культуру як середовище проживання людини, створене через спілкування. Тут використовуються методи антропології та лінгвістики: рольові ігри, спостереження та інші. Основна увага зазвичай акцентується на розумінні комунікаційних моделей всередині окремої культурної групи.

У ході досліджень крос-культурної комунікації, заснованих на пояснювальному підході, був зроблений висновок, що комунікаційні правила тієї чи іншої спільноти людей ґрунтуються на культурних цінностях і уявленнях цієї конкретної групи.

*Критичний підхід* передбачає, що його прихильники зосереджуються насамперед на історичному контексті комунікації. У своїх дослідженнях вони виходять з того, що в спілкуванні завжди присутні силові відносини. З цієї точки зору культура розглядається як поле боротьби, місце, де численні пояснення та інтерпретації культурних явищ збираються разом і де завжди домінує сила, яка визначає культурні відмінності і характер пояснення.

Метою вивчення крос-культурної комунікації є пояснення людської поведінки, а через неї – зміна життя людей. На переконання прихильників критичного підходу, вивчення і опис домінуючої в культурних ситуаціях сили навчить людей їй протистояти і більш ефективно організовувати своє спілкування з іншими людьми і культурами.

### **Питання 5.**

Культура впливає на нас і проявляється через нас, в основному, коли ми спілкуємося. Лише у процесі взаємодії з іншими ми замислюємося над питаннями культури.

Традиційна модель спілкування. Згідно з найбільш прийнятою, лінійною моделлю, комунікація полягає у надсиланні повідомлень іншим. Відправник кодує повідомлення в прийнятний формат, щоб відповідати вибраному каналу передачі. Мова у письмовій чи усній формі є кодом. Додаткова інформація - шум або контекстна інформація - впливає на процес. Для того щоб реципієнт вашого повідомлення повністю розумів його, він повинен розділяти з вами не тільки один і той же канал, але і один і той же код.

У разі комунікації між кількома особами одержувач має надіслати назад якусь інформацію, показавши, що отримав повідомлення. Відгук, feedback, зворотний зв'язок - найважливіший елемент спілкування, оскільки лише отримавши підтвердження того, що ваше перше повідомлення зрозуміло, ви можете надіслати таке. Зворотний зв'язок може бути різної форми. Найчастіше це окреме повідомлення, іноді просто жест, часом нічого. Будь-яка реакція має певне значення і є частиною комунікації.

### **Нелінійні моделі комунікації**

До другої групи – нелінійних, смислових – моделей відносять діалогічні, транзактні, семіологічні, польові, інтерактивні, психологічні, філософські та інші моделі комунікації.

Деякі моделі цієї групи акцентують увагу на тому, що поширення повідомлень виконує ритуальну функцію, відтворюючи цінності, порядок, згоду, довіру через осмислення досвіду, що розділяється, таким чином, зберігаючи суспільство в часі.

Засновник «культурних досліджень» Стюарт Холл бачить проблему традиційної моделі комунікації в тому, що процеси кодування та декодування

повідомлення дуже відрізняються один від одного (коли, наприклад, реципієнт сприймає та інтерпретує той чи інший жест по-своєму, вкладаючи в нього часом зовсім не той сенс, який мав на увазі автор повідомлення).

Дві основні ідеї діалогічної моделі філолога М. М. Бахтіна дуже суттєві для нового розуміння процесу комунікації:

Необхідною ознакою будь-якого висловлювання є його зверненість, адресованість; мова йде про те, що без того, хто слухає, немає і говорять завжди комусь.

Будь-яке висловлювання набуває сенсу лише у контексті, у час і у конкретному місці. М. М. Бахтін ввів у науковий дискурс концепцію «хронотопу»: «час» та «місце».

Згідно з концепцією Бахтіна, автор комунікує з респондентом через текст, а згідно з уявленнями французького семіолога Ролана Барта — текст сам «комунікує» незалежно від автора, і кожне нове прочитання тексту створює нове значення (що читає ніби пише свій власний текст наново).

Ю. Лотман критикує лінійну модель і трактує комунікацію як переклад тексту «з моєї мови твоєю мовою»: «...акт комунікації слід розглядати не як просте переміщення деякого повідомлення, що залишається адекватним самому собі, зі свідомості адресанта до свідомості адресата, а як переклад деякого тексту з мови мого „я” на мову твого „ти”».

Як зазначає Р. Барт, процесуальність оповідання розгортається «заради самого оповідання, а не заради прямого впливу на дійсність, тобто, зрештою, поза якоюсь функцією, крім символічної діяльності як такої. Найважливішою атрибутивною характеристикою оповідання (нарратива) є його самодостатність та самоцінність».

Мовну діяльність і спілкування чилійський дослідник Умберто Матурана порівнює з танцем, якому властиві не ієрархія, управління та конкуренція, а взаємне припасування дій, співробітництво людей. «Людські істоти є істотами, що біологічно люблять (співробітничать), — говорить він в одному зі своїх інтерв'ю, — а мова — це наш біологічний спосіб життя». Обмін думками, словами, вербальний і невербальний контакт для людей, на думку Матурани, — це найголовніша соціальна потреба людини. Слід зазначити, що вміння задовольняти цю потребу розвивається у процесі соціалізації — людина вчиться будувати стосунки, спілкуватись, вступати в контакт.

Матурана ставить під сумнів лінійну модель комунікації і сам термін «передача інформації», вважаючи його лише невдалою метафорою спільної діяльності, внаслідок якої виникає подібний відгук: більш-менш близьке взаємне розуміння чогось іншого. Це нагадує слова філософа Мераба Мамардашвілі: не треба навіть намагатися зрозуміти іншого, це марно, краще разом зрозуміти щось третє.

Психотерапевтична метафора «контактна межа» говорить про цей третій елемент — у психотерапії є терапевт, клієнт і третє — психологічний простір між ними: завдання терапевта — обговорювати те, що відбувається, що зараз між двома людьми в цьому полі, просторі, на контактному кордоні.

Новизна, зростання, зміна конструюються у взаємодії людей, обміну інформацією, дискурсивної практики. Іноді людям важко вловити новизну, оскільки вони сприймають актуальність через призму минулого, стереотипи та

невирішені конфлікти.

Фінальна частина процесу комунікації - це зворотний зв'язок, відгук, реакція. Зворотний зв'язок може бути представлений у таких видах:

- вербальна відповідь;
- коментар повідомлення (перехоплення ініціативи);
- звуки, які не є словами;
- ономотопея (слова, що імітують звук).

**Література:** 1,5,7,8,9

## **Тема 2. Визначення поняття культури в сучасному світі**

1. Визначення культури. Характерні особливості культури.
2. Структура культури та основні її елементи.
3. Функції культури.
4. Різні підходи до вивчення культури.
5. Культурологічна модель Р. Льюїса

### **Питання 1.**

Всі дефініції лексеми «культура» так чи інакше пов'язані з діяльністю людини. Історичний генезис семантики цього поняття починався від уявлень про культуру як результат людської діяльності, направленої на перетворення та обробку того, що створено природою, продовжувався ототожненням культури з комфортабельними та зручними умовами життя, отримавши нарешті в Німеччині XVIII ст. значення освіченості та сукупності 31 позитивних якостей, що підносять людину та є результатом її внутрішньої діяльності. Культура являє собою складний і багатогранний феномен, який відображає всі сторони людського буття. В залежності від того, що саме в понятті «культура» є предметом дослідження, її вивчають соціологія, історія, антропологія, філологія, етнологія, семіотика та інші науки, формулюючи власне розуміння і визначення культури. Перший ґрунтовний аналіз і узагальнення дефініцій поняття «культура» було зроблено А. Кребером і К. Клакхоном. Вони згрупували визначення культури в 6 основних класів: - описові визначення, автори яких намагаються перерахувати аспекти людського життя і діяльності, що створюють культуру; - історичні визначення, що акцентують увагу на акумуляції традицій в процесі існування культури, на культурній спадщині; - нормативні визначення, які зосереджуються на описі норм і правил, що керують поведінкою представників певної культурної спільноти; - психологічні визначення, в яких головним терміноутворюючим поняттям є такі психологічні феномени, як пристосування, культурна адаптація, розв'язання проблем, навчання тощо; - структурні визначення, які апелюють до моделей організації культури і розглядають її не як комплекс звичаїв, ритуалів і традицій, а як засіб формування єдиної моделі внутрішньопов'язаних феноменів; - генетичні визначення, що ґрунтуються на походженні або генезисі культури і розуміють її як результат адаптації певної спільноти до середовища існування, що формується в процесі соціальної взаємодії і творчого розвитку. Проаналізувавши більше 150 визначень поняття «культура», американські антропологи дали свою дефініцію цього феномену, спробувавши об'єднати семантичні компоненти різних класів. В їх розумінні культура являє собою структуровані способи мислення, реакції на навколишнє середовище, почуття,

які отримуються та передаються переважно за допомогою символів, що втілюються у відмінних досягненнях людських спільнот, у тому числі в 32 артефактах. Вчені наголошують, що культура є абстракцією конкретної людської поведінки, але не самою поведінкою. Культуру не можливо побачити, почути, скуштувати або відчути. Реальністю, що ми спостерігаємо, є відмінності в людській поведінці, які проявляються в різних традиціях, ритуалах, діяльності тощо. Ми бачимо прояви культури, але не саму культуру, яка в цьому сенсі є абстракцією, теоретичним феноменом, який допомагає нам зрозуміти, чому ми вчиняємо саме так і чому представники різних культур ведуть себе по-різному в однакових ситуаціях.

Іноді в поняття культури включають також право, державний лад, громадський устрій, етикет, суспільні звичаї і форми спілкування, а також економіку, промисловість, техніку, господарство. Однак все це, хоч воно також відбиває рівень духовного розвитку, доцільніше віднести до поняття цивілізації і, таким чином, розрізнити культуру від цивілізації.

З цієї точки зору культура і цивілізація мають різні цілі: культура перш за все сприяє розвитку й вихованню людської душі, а цивілізація - розвитку і підтримці тіла, причому культура (принаймні справжня духовна культура) головну увагу приділяє розвитку кожної окремої душі та вже потім - певної громади людей (нації, народу, суспільства), а цивілізація - навпаки, має на меті головним чином соціальну організацію певного суспільства і вже остільки - кожну людину.

Філософи зазвичай відносять до культури все, створене людиною. Оскільки людські творіння виникають спочатку в думці, а потім об'єднуються в знаки і предмети, в культурі завжди є конкретний зміст – це визначений вид і спосіб творчості. Тому, з одного боку, в конкретному сенсі буття існує стільки культур, скільки є суб'єктів творіння (індивідуальний прояв), з іншого боку ми можемо мати справу лише з окремими формами культури (що утворюються на основі узагальнення родового ознакового простору, предмету діяльності, в тому числі – професійної). Звідси велика кількість визначень сутності категорії “культура”, її структури, механізмів відтворення та розповсюдження. Серед найбільш відомих науковців, які займаються дослідженням цієї проблеми, слід назвати вітчизняних вчених Є.С.Аверінцева, Є.С.Маркаряна, А.С. Гуревича, Л.С. Кертмана, М.С. Кагана, В.М. Межуєва Ю.М. Резніка, та закордонних - А.Кребера, К.Клакхома, У.Беккета, А.Радкліфа, Б.Маліновського та ін.

Так У.Беккет розглядає культуру як “міцні вірування, цінності і норми поведінки, що організують соціальні зв'язки і роблять можливою загальну інтерпретацію життєвого досвіду. Є. С. Маркарян пов'язує культуру з технологією відтворення і виробництва певного типу людського суспільства, розглядаючи її не просто засобом освоєння світу, а як функціональну спрямованість цих засобів на розвиток суспільного цілого, позабіологічно відпрацьований спосіб діяльності.

## **Питання 2.**

Структура культури. Культура, як і будь-який інший об'єкт наукового дослідження, має власну будову, свою внутрішню структуру, яка потребує вивчення і описі. Однак, з огляду на той факт, що культура є складним, багатостороннім освітою, що охоплює всі сфери свідомого буття людини, що

належать до різних рівнів і форм реальності, що за своєю складністю, вона, мабуть, можна порівняти тільки з природою або космосом, до того ж більш динамічна, ніж вони, стає очевидним, що досягнути і наочно уявити її структуру завдання виняткової складності. По суті культура є системою систем (підсистем). У ній має місце неосяжне кількість складових, які не те, щоб описати, але навіть виявити вельми непросто. Ці складові часом протилежні і взаємовиключні. Вони займають далеко не рівнозначне місце в тих чи інших культурах, а в деякого й зовсім можуть бути відсутні. Досліджуючи структуру, важливо не тільки згадати частини культури, а й дати уявлення про способи, за допомогою яких вони вступають у взаємодію, тобто створити певну архітектоніку. Для побудови більш-менш прийнятної моделі до того ж необхідно вирішення низки проблем чисто понятійного характеру. Якщо звернутися до культурологічної літератури, то можна виявити великий різномісний навіть в такому питанні, як позначення складових культури. Одні дослідники називають їх компонентами, інші - універсалами, треті - формами, четверті - областями, п'яті - частинками, шості - ще як-небудь. А адже це далеко не рівнозначні поняття.

Станом на сьогоднішній день є безліч точок зору з питання про структуру культури. Звернемо увагу на деякі з них. Як вже зазначалося вище, Ф. Ф. Зелінський структурує культуру на матеріальну, духовну і суспільно-економічну. У марксистській традиції культура переважно розглядається як сукупність матеріальної та духовної складових. У. Гуденау в структурі культури виділяє поняття, відносини, цінності, правила. Е. Гідденс - цінності, норми і матеріальні блага. Деякі дослідники розглядають культуру як безліч універсалій або певний набір компонентів. Так, Дж. Мердок в 1959 р сформулював уявлення про 70 Універсалів, властивих будь-якій культурі, однак через кілька років він скоротив їх до 47. Мердок просто перераховує все, що можна віднести до культури, у нього фактично рівноправні і рівнозначні мова і укладання волосся, релігійні ритуали і звичаї дарувати подарунки, міфологія і жарти.

Л. Уайт розглядає культуру як систему, що самоорганізується з її підсистемами (системами) у вигляді трьох горизонтальних шарів - технологічному, соціальному і філософському. Така картина, на думку Л. Уайта, відповідає їх відносним ролям в культурному процесі. Технологічна система є первинною, вона лежить у фундаменті, є базовою. Соціальні системи є функціями від технологічних; філософські системи виробляємо від продуктивних сил і відображають соціальні системи. Технологічний фактор, таким чином, є детермінантою культурної системи в цілому. Він визначає форму соціальних систем, а технологія з суспільством разом визначають зміст і напрям філософії. Правда, Л. Уайт не схильний вважати, що соціальні системи не впливають на технологічні процеси або що філософія не впливає на соціальні та технологічні системи. І те й інше відбувається. Але впливати - це одне, а визначати - інше. Технологія, таким чином, є ключ до розуміння зростання і розвитку культури. Людина - це матеріальне тіло (матеріальна система). Планета Земля - матеріальне тіло. Космос - матеріальна система. Технологія служить зчленуванням людини і космосу (цих двох матеріальних систем). Але ці системи не статичні, а динамічні, їх функції пов'язані з

витратами енергії. А, значить, все - космос, людину, культуру, можна описати виходячи з понять матерії і енергії.

К. Уїслер розробив універсальну модель культури, яка включає дев'ять компонентів: мова, матеріальні особливості, мистецтво, знання, релігія, суспільство, власність, уряд, війна.

Спробу створення універсальної моделі культури зробили А. Девіді, А. Коен і Д. Аберле. Їх схема структури культури також включає дев'ять позицій, кожна з яких є не просто окремим елементом культури, але вектором системи. У неї входять: адаптація суспільства до природи і відтворення населення; поділ соціальних ролей і їх розподіл; комунікація; загальноприйняті пізнавальні орієнтації; загальноприйнятий ряд цілей; нормативне регулювання, регулювання емоційної сфери; соціалізація; контроль над девіантною формами поведінки. Ці складові розглядаються авторами концепції як функціональні умови, необхідні для виживання системи.

Таким чином, основні елементи культури визначаються як: цінності, норми, мова, традиції. Без цих головних елементів визначення культури неможливо.

Позначимо найбільш важливі елементи кожної з вищезгаданих підсистем культури.

1. Духовна культура – це свідомість людей, світ їх ідей. Її складовими є: звичаї (мораль), міфи, релігія, ідеологія, філософія, наука, право, музика, танці, живопис, скульптура, архітектура, театр, література, освіта, виховання, медицина, писемність. Тобто духовну культуру можна розглядати як синтез моральної, релігійної, художньої, філософської, наукової, естетичної та інших складових, що представляють символічно оформлену систему ідей, поглядів, еталонів поведінки.

2. Матеріальна культура є, перш за все, світ матеріальний. Вона включає: предмети праці, знаряддя праці, технології, власність, предмети побуту, фізичну культуру та ін., Тобто то, що спрямоване на вирішення завдань нормального фізичного існування людини. Тут ми маємо право говорити про культуру праці, виробництва, технологічної культури, культури побуту і т.д. У певному сенсі до матеріальної культури можна віднести і архітектуру, скульптуру, прикладне мистецтво і деякі інші елементи, пов'язані, як правило, до духовної підсистемі.

3. Соціальна культура фокусує світ людських відносин. До неї відносяться: рід, плем'я, сім'я, етнос, класи, соціальні групи, суспільство, держава, нація, церква, інститути освіти (школи, вузи), громадські організації, охорону здоров'я, підприємства, фінансові установи, ринки, суд, адвокатура, музеї, бібліотеки та ін.

### **Питання 3.**

Культура як суспільне явище виконує певні функції. Основними є такі: перетворювальна, пізнавальна (гносеологічна), комунікативна, регулятивна, або нормативна, функція емоційного регулювання життєдіяльності людини, ціннісно-орієнтаційна, які органічно взаємопов'язані. Але, на думку багатьох культурологів, інтегруючою функцією культури є людинотворча функція.

Перетворювальна функція. Культура є знаряддям творчої діяльності людей з метою задоволення їхніх різноманітних потреб і потреб суспільства. Ця

функція здійснюється людьми за допомогою різних засобів виробництва, наукових досліджень тощо.

Пізнавальна, або гносеологічна, функція. Культура, яка концентрує в собі кращий суспільний досвід багатьох поколінь людей, іманентно накопичує знання про світ, таким чином сприяючи його пізнанню і освоєнню.

Комунікативна функція. Культура це єдиний механізм передавання суспільного досвіду від одного покоління до другого, від епохи до епохи, від однієї держави до другої. Через це не випадково культуру вважають суспільною пам'яттю людства. Спадкоємність культурної традиції не повинна перериватися, бо це призводить до втрати суспільної пам'яті.

Регулятивна або нормативна функція полягає ку встановленні соціальних норм та санкцій, формування механізмів їх реалізації та соціального контролю. Моральні та правові норми ґрунтуються на традиціях та звичаях певного етносу, народу, нації та виконують роль регулятора соціальних відносин.

Функція емоційного регулювання життєдіяльності людини тісно пов'язана із естетичним сприйняттям світу, формуванням відчуття прекрасного. Вона тісно пов'язана із ціннісно-орієнтаційною, чи аксіологічною функцією, яка відповідає за формування в людини ціннісного ставлення до життя, побудову власної системи цінностей тощо.

#### **Питання 4.**

Соціологічний підхід

Згідно із соціологічним підходом, культура - це все те, що виникає в результаті свідомої, осмисленої і цілеспрямованої діяльності людини, а отже, культура, соціальність є подібними поняттями.

Громадське життя - це свідома, ціннісно орієнтована діяльність. Люди діють в нормативно-ціннісних межах. Норми й цінності будь-якого суспільства конфліктні. Суспільство можна пізнати через побудований на основі широких спостережень, дослідницького уявлення ідеальний тип - образ культури, - який накладається на досліджувану реальність. Ідеальний тип - теоретична значеннева конструкція, створена завдяки логічному пов'язуванню елементів, що трапляються в різних суспільствах і в різні епохи. Ідеальний тип необхідний для пояснення, систематизації, оцінки.

Таким чином, буття культури можливе лише в соціальному використанні, а культура є соціальним продуктом.

(Розроблений Ф. де Соссюром, Р. Бортом, Ч. Пірсом, Ю. Лотманом, Б. Успенським та ін.,)

Семіотика - наукова дисципліна, що вивчає знаки й знакові системи. Для вивчення культури становлять інтерес різні напрями семіотики - лінгвістичний (Ф. де Соссюр), соціально-психологічний, теоретико-діяльнісний. Семіотика базується на тому, що культура будує свою структуру через функцію свідомості. Ця функція реалізується в мові і може бути сама досліджена як мова. Різним формам культури властиві власні мови. Є мова політики, моди, навіть кулінарії.

Культура - це текст, у якому взаємодіють різні семантичні системи як результат зближення або протиставлення. Культура - надскладна система й неспадкоємна пам'ять людства. Світ є сукупністю первинних моделюючих систем (мова) і вторинних (мистецтво, релігія й ін.).

## **Інституціонально-функціональний підхід**

(Розроблений Б. Малиновським, А. Редкліф-Браун, Т. Парсоном та ін.)

Згідно з цим підходом, культура і її явища пояснюються на основі структурно-функціональних уявлень. Інакше кажучи, культура - це сукупність її систем, структур і їх функцій. Ще Г. Спенсер пропонував розглядати людське суспільство як єдине ціле, а його елементи - як функціональні частини цього цілого. Сучасний функціоналізм висуває як центральне поняття культурології поняття "система". Наприклад, культурантропологи Б. Малиновський і А. Редкліф-Браун пропонували розглядати культуру як цілісну систему, кожен елемент якої (наприклад, релігія, ритуали, мода, політика, символи) виконує свою функцію. Фактично відмовляючись від принципів історизму й еволюціонізму, прихильники функціоналізму стали розглядати культури як самостійні структури та функціональні організми.

Функцією культури є здатність того чи іншого культурного утворення відповідати специфічній потребі.

"Одиниці" людської організації - інститути культури. У такому разі культура - інтеграл, складений із частково інтегрованих, частково скоординованих інститутів. Вона інтегрована певними принципами, такими як: спільність крові, розмноження, спільне існування, пов'язане з кооперацією, спеціалізація в діяльності, використання влади в політичній організації. Таким чином, уся культура складається з інститутів і їх функцій.

## **Феноменологічний підхід**

Засновником феноменології вважається німецький філософ Едмунд Гуссерль (1859-1938). Феноменологія стала одним з найбільш поширених напрямів сучасної західної філософії ХХ ст. Маючи власний предмет дослідження, феноменологія не уникає також і рефлексії щодо культурологічної проблематики, походження культури, побутування культурних явищ (феноменів). Коротко позицію Гуссерля можна сформулювати так: назад, до самих предметів. Це, на його думку, означає, що предмети самі по собі розкривають свій зміст без відсилання до природних або створених людиною зв'язків з іншими предметами. Смисловий зв'язок реалізується у потоці феноменів, що не містять у собі різниці між буттям і явищем. Для культурології феноменологічний напрям цікавий тим, що розкриває буття певних явищ культури. Феноменологія осягає сутність явища в ейдосі (грец. - образ), виявляє інтерес до форми як творчого начала реальності. Феномен, за Гуссерлем, - це ідеальна сутність, яка має безпосередню достовірність, і пізнати її можливо тільки інтуїтивно.

Культурні феномени, таким чином, виступають як іманентні, апріорні структури свідомості людського існування, які знаходять своє відображення у просторі символу, культу, міфу, імені. Символ як умовне позначення предмета надає можливість побачити причетність людського буття до Абсолютного й виокремити саму граничність трансцендентної й іманентної сфер реальності, тобто місце їх зустрічі як особливої сфери. Символ - двоєрідність того, "що символізує" (феномену), і того, що "символізується", (ноумена, ідеї). У просторі символу між ідеєю й річчю виникає не просто значення, а реальна тотожність.



I, нарешті, культура - процес, що охоплює діяльність індивіда як істоти символічної: явища культури за допомогою символів утілюються відразу й у речовині та ідеї. Сутність культури при цьому - знаходження, опис і типологізація символів.

### **Теологічний підхід**

(Розроблений П. Флоренським та іншими представниками релігійної філософи кінця XIX-XX ст.)

Згідно з теологічним підходом, релігійний культ є вихідною точкою культури. Культ - це першоакт життя, який визначає й спрямовує сукупність як практичних, так і теоретичних дій людини. Ця єдність закладена в літургійній діяльності, де відбувається становлення сакральних цінностей, функцією яких є безпосереднє єднання ідей (ноуменів) і речей (феноменів). За допомогою культу в просторі культури відбувається зустріч трансцендентного й іманентного. Генезис культури, згідно з теологічним підходом, такий: культ - міф - світська філософія, наука й література.

Культ є не тільки началом, але й ядром культури, що визначає увесь її зміст. За допомогою культу реалізується онтологічна єдність культури й зосереджуються метафізичні принципи її буття в кожний конкретний момент її існування. Культурні явища є не що інше, як "застиглість" культової дії, відшарування від останньої.

### **Питання 5.**

Займаючись проектуванням ефективної моделі крос-культурної комунікації, варто звернути увагу на культурологічну модель британського вченого Річарда Льюїса. Вона допомагає краще зрозуміти та використати відмінності крос-культурної комунікації під час ділового спілкування. В її основу покладено принцип діяльності суспільства в часі. Науковець поділяє культури світу на такі три типи. 1. Моноактивні культури. Орієнтовані на планування та виконання завдань (англосаксонські, германські та скандинавські народи). 2. Поліактивні культури. Орієнтовані на людей. Це культури людей, які є дуже комунікабельними, рухливими, організують свою діяльність не за попередньо складеним планом, а за ступенем значущості того чи іншого заходу у конкретний момент (романські, латиноамериканські, арабські та африканські народи). 3. Реактивні культури. Орієнтовані на збереження поваги (народи Східної та Південно-Східної Азії). Модель Льюїса дає можливість розташувати різні типи культур та особливості поведінки населення таким чином, щоб показати взаємозв'язок культур світу між собою, спростити менеджеру роботу під час ведення міжнародних справ. Наприклад, у нас за годину відбудуться незаплановані перемовини з представниками Сінгапуру. Ми не знаємося на культурних особливостях Сінгапуру, проте ми знаємо культуру В'єтнаму та Німеччини. Використовуючи модель Льюїса, можна з легкістю змоделювати та виробити тактику ведення переговорів, враховуючи міжкультурні бар'єри України та Сінгапуру. Графічне розташування країн світу дає змогу керівникам підприємства, маючи базові знання про особливості деяких країн, формувати уявлення про інші держави. Ця модель допоможе краще зрозуміти і крос-культурні особливості маркетингу і менеджменту на підприємстві, особливо під час просування національного продукту на міжнародні ринки. Передбачити реакцію та поведінку споживача досить важко навіть для фірм, що працюють в

межах однієї держави. Компаніям, що мають відділення в багатьох країнах, розуміти своїх клієнтів ще важче. Маркетологи повинні в кожному конкретному випадку вирішувати, до якої міри вони повинні пристосовувати свої товари та послуги. Модель дає можливість передбачити необхідність такої роботи шляхом застосування методу діаметральності (протилежності). Використання певних гасел, кольорів, типажів в одній групі країн може виявитися через мовні, етичні, соціальні різниці неприпустимим для іншої.

**Література:** 1,2,3,5,7

### **Тема 3. Сприйняття культури членами суспільства**

1. Культурний етноцентризм
2. Культурний релятивізм
3. Крос-культурний шок.
4. Різновиди крос-культурного шоку: етнічний, соціальний, політичний, релігійний.
5. Стадії та варіанти подолання культурного шоку

#### **Питання 1.**

Взаємодія культур – це особливий вид безпосередніх відносин і зв'язків, що встановлюються між двома або декількома культурами, а також тих впливів, взаємних змін, які проявляються в ході цих відносин. Вирішальне значення в процесах взаємодії культур набуває зміна станів, якостей, сфер діяльності, цінностей тієї чи іншої культури, породження нових форм культурної активності, духовних орієнтирів і ознак способу життя людей під впливом зовнішніх імпульсів. Процес взаємодії культур, як правило, є довготривалим явищем (не менш декількох десятиліть). Практика міжнародних відносин виступає як особлива політична форма, що історично склалася, регулювання міжкультурних контактів різних країн між собою, в процесі яких можуть бути вироблені спеціальні органи і об'єднання, що здійснює більш цілеспрямовану і широку політику взаємодії різних країн, у тому числі у сфері власно культурної активності (наприклад, в ООН такі цілі ставить перед собою ЮНЕСКО). Міжнародні відносини виступають не тільки формою взаємодії культур, але вони містять у собі цілу низку механізмів, за допомогою яких вона здійснюється. Крім механізмів, що діють в межах міжнародних відносин, в практиці взаємодії широко використовується система соціальних інститутів і механізмів всередині самих культур. Важливим механізмом взаємодії культур може виступати політика модернізації, національна і культурна політика, що реалізується на рівні держави, а також всередині окремих виробничокорпоративних структур, муніципальної влади, суспільств, організацій, культурно-національних об'єднань. Важливе значення у взаємодії культур має його структура, тобто ті змістовні напрямки і конкретні форми взаємного обміну, через які воно здійснюється. Однією з найдавніших і широко розповсюджених форм взаємодії виступає обмін господарськими технологіями, спеціалістами-професіоналами; стійким видом взаємодії є міждержавні відносини, політичні, правові зв'язки. Під впливом взаємодії культур своєрідним чином можуть відбуватися зміни у мові, художній і релігійній практиці взаємодіючих народів, а також у їх звичаях. Кожен компонент духовного життя співвідноситься перш за все зі своїм культурним

середовищем. Інакше, серед частини інтелігенції виникають поверхові і швидкоплинні захоплення новітніми чужорідними течіями, що не відповідають духовним завданням суспільства. В галузі політичної культури такий політико-культурний феномен, як вестернізація, може призвести до військових переворотів, що скидають парламентські режими, які не мають стійкої легітимності у громадській свідомості.

Людина, що з дитинства виховувалася на ідеях і цінностях своєї спільноти, як правило, схильна оцінювати ці ідеї й цінності як природні й правильні. Цінності, ідеї й норми іншої культури можуть здаватися незрозумілими, дивними й навіть дикими. Тобто, люди, звичайно, дивляться на світ через призму своєї власної культури.

Тенденція оцінювати звичаї, цінності й норми інших культур з позиції стандартів власної культури одержала назву *етноцентризм*. Етноцентризм може бути не тільки етнічним, хоча найчастіше ми стикаємося саме із цією формою, але й груповим. Наприклад, коли військові використовують властиві їм норми й цінності для оцінки діяльності цивільних об'єднань або наукових колективів.

З погляду соціології, як ідеологічно нейтральної науки, будь-яку культуру необхідно вивчати, виходячи з її власних норм і цінностей, оцінка іншої культури з позиції своєї власної неприпустима для соціолога. Однак важливо пам'ятати, що повага й любов до своєї культури, історії, прихильність традиціям, мові сприяють згуртованості суспільства, формуванню почуття патріотизму.

Етноцентризм – явище природне й неминуче для культури, по ступені виразності він може існувати в трьох формах:

*Недостатній етноцентризм* може привести до розмивання культури, акультурації, тобто прищеплюванню нових культурних форм, змішуванню їх з місцевими культурними традиціями, і навіть, до асиміляції культури в більше стійкій і розвиненій.

*Помірний етноцентризм* необхідний людям для відчуття емоційної єдності, інтеграції народу, суспільства. Помірний етноцентризм виконує позитивні функції, формує неупереджене й толерантне відношення до інших культур, які саме по собі виступає ознакою впевненості, відкритості й розвиненості культури.

*Абсолютний етноцентризм* породжує ворожість, конфлікти з іншими народами, які пов'язані зі спробою нав'язати їм свої, на їх погляд, більш прогресивні норми й цінності. Подібні прояви етноцентризму приносять шкоду, у першу чергу, самому народу і його інтересам, гальмують розвиток культури, роблять її несприйнятливою до нового, консервативною й негнучкою.

## **Питання 2.**

Позиція, протилежна етноцентризму, називається культурним релятивізмом. З погляду *культурного релятивізму*, кожна культура – це унікальне явище, тому вона повинна розглядатися тільки на основі прийнятих у ній стандартів. Однак дотримання принципу культурного релятивізму іноді породжує труднощі й питання. Наприклад, якщо в деяких культурах існує ритуальний канібалізм, чи повинні ми ставитися до цього як до «нормального прояву культурної розмаїтості»? У багатьох сучасних східних суспільствах

жінки й дотепер не мають рівних із чоловіками прав. Чи повинні ми відмовитися від негативної оцінки дискримінації жінок лише на основі поваги до чужих традицій? Відповідь на ці питання, на думку багатьох соціологів, полягає в тім, що головне для науки взагалі й соціології зокрема – не оцінка, а розуміння явища.

Кожен культурний зразок (звичай або норма, цінність або обряд), яким би «диким» він не здавався представникові іншої культури, може бути зрозумілим лише в контексті власної культури. Розуміння сенсу того або іншого звичаю не означає його беззастережного схвалення й прийняття. Якщо ж усе, що здається «неправильним», просто відкидається, розуміння іншої культури стає просто неможливим. Так, багатоженство неможливо оцінити й зрозуміти в традиціях християнства, але іслам і східні традиції дозволяють з'ясувати причини виникнення й сутність цього феномена.

Культурний релятивізм повинен застосовуватися не тільки в процесі наукового аналізу, а й у повсякденних взаємодіях представників різних культур. Щеплення культурного релятивізму відбувається складно, він вимагає розуміння незвичних цінностей і норм, відмови від культурних стандартів, яких люди дотримувалися все життя. Але поступово, у міру того як мешканці різних країн всі частіше контактують один з одним, важливість розуміння інших культур значно підвищується. Завдяки міжнародній економіці, поширенню засобів масової комунікації й інформації, процесам міграції, туризму тощо. ми спостерігаємо зближення світових культур, культурний обмін між ними.

Разом із цим, проявляється й протилежна тенденція – зберігаються значні культурні відмінності. Цілісність і самобутність культури забезпечується механізмами соціокультурної селекції й соціокультурним імунітетом. Кожна культура в процесі культурного обміну намагається відібрати й зберегти лише ті риси, які відповідають її загальній логіці, менталітету. Для цього культура може чинити опір чужим для неї елементам. Так майже всі країни світу запозичили в західного суспільства технології й засоби організації виробництва, але не норми й принципи західної моралі. Подібний опір – це свідоцтво особливої турботи людей про власну культуру, збереження її самобутності й неповторності, оскільки втрата культури неодмінно приведе до розпаду даного суспільства, що завжди характеризується певними традиціями, нормами, моделями поведінки

### **Питання 3.**

Феномен крос-культурного шоку широко відомий для всіх хто якимось чином стикався з представниками інших культур.

*Крос-культурний шок* – це стан розгубленості і безпорадності, який викликаний втратою звичайних ціннісних орієнтирів і неспроможністю дати відповіді на такі питання: де, коли і як діяти вірно.

Крос-культурний шок був уперше описаний у роботах К. Оберга наприкінці 50-х - початку 60-х рр. В описі явища широко використовувалася медична термінологія з розділів, пов'язаних із психіатрією. Крос-культурний шок (інші назви явища - "крос-культурна втома", "культурний стрес") розглядався в цілому як легка форма психічного розладу. Пізніше дослідники відмовилися від цієї точки зору. І сьогодні крос-культурний шок розглядається як абсолютно нормальне явище, пережите при певних обставинах всіма

людьми. "Крос-культурний шок у всіх його численних проявах – це нормальне явище і природна частина процесу успішної адаптації до нових умов", — пише відомий англійський дослідник феномена Елізабет Маркс.

Крос-культурний шок у своєму розвитку проходить кілька фаз. Ці фази часто зображують графічно у формі синусоїди, що одержала в закордонній літературі назва "крива дубль ве" (W-curve). Хоча крутість нахилів кривої, що характеризують глибину і тривалість фаз, варіює час від часу, феномен носить універсальний характер.

Нормальний цикл крос-культурного шоку розпадається на *чотири фази*. Іноді дослідниками виділяється ще одну, що стоїть трохи особняком, п'ята фаза. Вона пов'язана з так званим *реверсивним крос-культурним шоком*.

*Реверсивний крос-культурний шок* – це сукупність почуттів, які переживає людина, що довго жила в іншій країні, коли вона знову вертається у свою країну. Реверсивний культурний шок – явище цілком об'єктивне. Його переживають практично всі, хто був відсутнім у рідній країні порівняно тривалий строк.

Охарактеризуємо більш докладно *чотири класичні фази крос-культурного шоку*.

*Фаза "Радісне пошвавлення"*. Це фаза крос-культурного шоку, що люди переживають протягом перших тижнів, а іноді місяців після приїзду в незнайому країну. Її часто називають "медовим місяцем" крос-культурного шоку.

У більшості людей вона триває 6-8 тижнів. Хоча час від часу тривалість може сильно варіювати. Загальні відчуття можна виразити так: хвилювання, часовий цейтнот, паніка (щось забуду, не встигну, "куди я їду від..." і т.д.) завершені. Ви прибуття в нову країну. Подорож була стомлюючою, але хвилюючою. Всі навколо так незвичайно!

Людину чекає безліч хвилюючих і в цілому приємних дрібних справ: зареєструватися; познайомитися; довідатися, де магазин, пральня, аптека; де вчитися (учити дітей), де відпочивати. Контакти з місцевим населенням і колегами по роботі (навчання) поки обмежені і також носять приємний характер першого знайомства.

Відразу відзначимо, що досвід крос-культурного шоку, що переживають туристи і бізнесмени, що приїхали за рубіж у короткострокові відрядження, звичайно обмежується тільки першою фазою.

*Фаза "Фрустрація й озлоблення"*, або властиво шок. Середня тривалість цієї фази – два-три місяці. Хоча відомі численні випадки, коли строки істотно скорочувалися або, що ще частіше, значно подовжувалися.

Короткий "медовий місяць" в іншій країні швидко закінчується. Ви виявляєте, що кількість проблем і проблемок наростає як сніжний ком. Причому одні з них не можуть бути вирішені по визначенню (наприклад, жахливий клімат). Інші вирішуються неймовірно повільно або не так, як очікувалось. На фірмі дратує організація роботи, неясні (або, навпаки, до ідіотизму детальні) посадові інструкції, традиції взаємин, відношення до вас. До цього додаються проблеми транспорту, школи для дітей, банківського й медичного обслуговування, товарів у магазинах (особливо продуктів харчування, які всі несмачні, занадто солодкі, солоні, перчені).

Росте відчуття, що ви для всіх "чужинець". І взагалі вас бісить "їхня дурна звичка" під час розмови увесь час розмахувати руками. Або увесь час посміхатися. Або майже не посміхатися. (Залежно від країни, куди ви потрапили).

Приведемо невеликий перелік типових робочих і побутових "каталізаторів" роздратування й фрустрації, які проявляють себе на другій фазі крос-культурного шоку: інша система цінностей країни перебування, інша управлінська філософія, інші установки стосовно роботи й продуктивності, інші етичні принципи, чужа мова, інші звички в їжі, інші традиції вживання спиртних напоїв, обмеження в асортименті товарів (немає улюблених продуктів харчування, неможливо купити улюблені речі тощо), інший протокол (співвідношення формального і неформального на роботі і у побуті), інші спортивні пристрасті ("американський футбол", кікбоксинг), інші правила і традиції водіння автомобіля, інша грошова система і банківські правила тощо.

Почуття пригніченості, незадоволеності й дратівливості підсилюється відсутністю необхідних і звичних соціальних контактів у періоди вільного часу. Нові знайомі хоча чемно посміхаються у відповідь на ваші скарги, але в душі явно не розділяють ваших почуттів. Увесь час доводиться запитувати очевидні для них речі, що розвиває у вас комплекс неповноцінності, що загрожує перейти в агресивність.

Єдине місце, де ви відчуваєте себе, що називається, "у своїй тарілці", - це зустрічі з такими ж, як ви, іноземцями. Повністю вас розуміють тільки "свої" люди, так сказати, одноплемінники. Тільки з ними ви можете дійсно поговорити начистоту про цю країну. Про цих "хазяїв". Про їхні звички й традиції.

Обмеження кола спілкування співвітчизниками під час перебування за межами країни називається добровільною геттоізацією. Занадто часте спілкування такого плану може виявитися серйозною перешкодою для адаптації до нової культури. З одного боку, воно, звичайно, допомагає розрядитися, відновити почуття самоповаги і власного достоїнства, але з іншого боку – консервує етноцентристські уявлення, невірні стереотипи соціального сприйняття і утрудняє розуміння культури країни перебування.

Друга фаза крос-культурного шоку - це свого роду критичний період. Швидке подолання другої фази означає, що ви маєте високу крос-культурну адаптивність. Це зустрічається не часто. Звичайно фаза розтягується на кілька болісних місяців. Причому адаптація при інших рівних тим складніша, чим більше відмінності вашої національної культури від культури країни перебування.

Відомі, втім, приклади, коли опинившись поза межами країни люди були не в силах перебороти фазу "Фрустрації і озлоблення" і залишали країну, навічно зберігши відносно її культури стереотипну упередженість і етноцентристське відторгнення.

*Фаза "Видужання".* Третя фаза звичайно триває один-два місяця. Вона починається, коли приїжджий раптом виявляє, що починає розуміти окремі елементи нового культурного середовища, які раніше від нього вислизали. Найбільш типова ознака настання фази "Видужання" – повернення почуття гумору і у першу чергу здатність жартувати над власними крос-культурними

помилками. Слідом за цим різко прискорюється процес вивчення і освоєння місцевих манер поведінки і неформальних традицій спілкування.

Іншою найважливішою ознакою фази "Видужання" є нові знайомства, які зав'язуються із представниками місцевого населення. Подолання штучної культурної відособленості, процес соціалізації в новому середовищі (формування кола знайомих і друзів) поліпшують настрій, надають упевненості у власних силах, різко розширюють можливості для одержання інформації про місцеве життя.

У тих, хто перебуває в даній фазі поступово зріє приємне відчуття якогось залучення до місцевих традицій і життя. Своїми новими знаннями вони із задоволенням діляться з тими, хто приїхав у країну пізніше і перебуває в перших фазах крос-культурного шоку. Почуття непевності, властиве фазі фрустрації, часто змінюється самовпевненістю. Остання підсилюється за рахунок не до кінця перебореного підсвідомого відчуття національної переваги, елементів етноцентризму в сприйнятті навколишньої дійсності.

*Фаза "Пристосування"*. Тривалість фази не обмежена. Звичайно вона закінчується з поверненням у свою країну. Відмінною рисою фази є зростаюча здатність не тільки вловлювати особливості країни перебування, але й приймати їх по наростаючі. Починається корегування поведінки відповідно до місцевих звичаїв і традицій. Хоча нерозуміння окремих аспектів місцевої культури або їх не зовсім правильне сприйняття звичайно тривають ще довго.

Найважливішою ознакою фази є корекція традиційної (національної) системи цінностей. Саме в цей період відкриті в новій культурі цінності і традиції починають уперше протиставлятися цінностям країни походження що називається "зі знаком плюс", а національна система цінностей і традицій, навпроти, піддається критичному переосмисленню.

Разом з тим, по-перше, подібна переоцінка звичайно носить тимчасовий і досить вибірковий характер. Багато переоцінених цінностей національної культури потім підлягають, так сказати, зворотній переоцінці.

По-друге, у якості нових еталонних цінностей, протиставлених традиційним, нерідко виступають ідеалізовані позитивні стереотипи, що існували задовго до приїзду в країну.

Так, наприклад, англійці, виявившись поза своєю країною, на цій фазі часто починають критично оцінювати згуртованість, негнучкість своєї батьківщини (маються на увазі і закони, і традиції). Японці в американських університетах захоплюються більш відкритими і вільними манерами поведінки. Американцям і європейцям, що опинилися в Латинській Америці або на Сході, у період фази "»Пристосування» починає подобатися більш спокійний ритм життя.

Вітчизняні студенти в Англії й США на цій фазі починають говорити про демократичність у спілкуванні і одязі в перевагах у порівнянні з їхньою країною.

Громадяни, що працюють у міжнародних організаціях або емігрували в Західну Європу й Америку, відзначають, як добре жити в країнах з низьким рівнем злочинності і забруднення навколишнього середовища, міркують про необхідність чесного життя і боротьби з корупцією й сваволею.

Саме в ході фази "Пристосування" іноземці в Росії (американці,

європейці) починають констатувати свою "зачарованість особливостями російської душі". Говорять, що їм подобається жити і працювати в країні, де ніщо не встоялося і де тому відкриваються більші можливості, чим на батьківщині.

Представники країн Сходу в цей період із задоволенням перераховують схожі традиції їхньої національної культури з російською. Міркують про основні цінності, що збереглися в їхніх країнах і Росії і розмитих західною цивілізацією.

Разом з тим очевидно, що процес переоцінки традиційних цінностей і їхньої заміни на нові тим глибше, чим більш тривалий строк перебування в новій країні. При еміграції логічним завершенням четвертої фази крос-культурного шоку стає повна (або частіше майже повна) асиміляція.

*Фаза "Реверсивний культурний шок".* Вже відзначалося, що п'ята фаза крос-культурного шоку стоїть особняком від перших чотирьох, названих класичними.

Останнє закономірно, оскільки, вертаючись додому і зіштовхуючись із реверсивним шоком, людина як би другий раз переживає всі основні класичні фази культурного шоку. Тільки рух здійснюється у зворотному напрямку.

Якщо раніше (при крос-культурному шоці) емоційні і психологічні зльоти й падіння супроводжували процес переоцінки національних цінностей і традицій, то тепер, навпаки, національні цінності і традиції вертаються, а переоцінці підлягають цінності і правила закордонної культури.

Крім цього адаптація приїжджого часто утрудняється різною оцінкою того, що відбувається з його боку і з боку зустрічаючих його співвітчизників. Причому часто кожна зі сторін (незважаючи на єдині національно-етнічні і культурні коріння) підходить до іншої із упередженістю.

З відомим ступенем спрощення можна сказати, що суть конфлікту звичайно зводиться до двох неурегульованих аспектів:

- чий досвід цінніше в умовах даного ділового і культурного середовища;
- хто кого повинен слухатися.

Урегулювання конфлікту, однак, утрудняється порушенням ефективних крос-культурних комунікацій. Недооцінка чужого досвіду і здібностей, постійні прояви "синдрому старшого брата", що породжують подібні конфлікти, перешкоджають формуванню команди однодумців, роблять спільну роботу малоефективною, прирікають співробітництво на провал.

*Подолання крос-культурного шоку.* Знання сутності крос-культурного шоку, розуміння його об'єктивних причин, обумовленості окремих фаз самі по собі звичайно істотно полегшують сприйняття цього явища і пом'якшують його плин. Тому ознайомлення з літературою по крос-культурному менеджменту, а також із книгами і довідниками по історії, релігії, звичаям країни перебування допомагає прискорити перехід до фази "Пристосування".

Найважливішим фактором, що сприяє швидкій адаптації в новому середовищі, а отже, пом'якшенню і скороченню 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) створює сприятливе враження як про людину, що не жалкує часу і сил на адаптацію до місцевих умов. Воно істотно прискорює і полегшує процес налагодження побутових знайомств і професійних контактів.

Порівняно безболісна адаптація часто відбувається при наявності в країні перебування гарних знайомих і друзів як серед колег-співвітчизників, так і серед місцевих жителів. Адаптація може бути полегшена попередником на закордонній посаді, якщо він зможе затриматися на короткий період, щоб поділитися придбаним досвідом. Ту ж роль може виконати й місцевий житель, що працює в тій же організації і здатний відповісти на питання, дати пораду щодо прийняттого в даній культурі поведіння.

Серйозне сприяння в нейтралізації негативних сторін крос-культурного шоку і подоланні його наслідків можуть зробити спеціальні програми і тренінги, спрямовані на розвиток крос-культурної сприйнятливості і адаптивності.

Причому характерно, що в міру розвитку досліджень в області крос-культурного менеджменту і нагромадження соціологічної інформації підхід до змістовної частини таких програм і тренінгів в усьому світі зазнав серйозних змін. В 60-70-ті рр. їхній зміст, як правило, обмежувалося викладанням іноземної мови країни перебування, короткою інформацією про міжнародне становище і передачу значенневої функціональної інформації, пов'язаної з роботою. До цього додавалися короткі лекції по історії, економіці, політичній системі і релігії країни перебування. У нашій країні такого роду підготовка також звичайно передбачалася для працівників закордонних установ, що виїжджають за рубіж.

Однак з кінця 70-х рр. ведучі, глобальні компанії світу, що виступали як основний замовник крос-культурного навчання, прийшли до висновку, що традиційних програм недостатньо. Тепер крім лінгвістичних навичок і фактологічних знань акцент робиться на формуванні навичок міжособистісних комунікацій і розвитку крос-культурної сприйнятливості як шляхів нейтралізації стресових проявів. Іншими найважливішими завданнями називають: позитивне порівняння різних культур, подолання етноцентризму як найважливішої перешкоди для ефективної роботи в умовах крос-культурного середовища.

Особлива увага приділяється вправам, тестам і тренінгам, що дозволяють познайомитися з існуючими в різних культурах системами цінностей, традицій, поглядів і правил поведінки.

**Література:** 3,6,8,13

#### **Тема 4. Рівні вивчення культури**

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

#### **Питання 1.**

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.

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 на 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.

## **Питання 2.**

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, т.с. якими вони повинні бути з точки зору наших ідеальних про них уявлень. 1 (єнності людини - це його уявлення про значне, важливого, про те, що визначає його життєдіяльність. Цінності дозволяють розрізняти бажане і небажане, то, 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, соціальну спільноту 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 " [4].

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

Сукупність проголошуваних цінностей є основою корпоративної культури. Е. Шейн відзначає: "Якщо менеджер переконає групу діяти відповідно до його пропозицією, а останнім виправдає себе, і група переконається в успіху його застосування, тоді сприйняте пропозицію ... піддається когнітивної трансформації. Спочатку воно перетвориться в групове поняття або переконання, а потім стане груповим поданням (якщо ґрунтується на ньому дію як і раніше буде успішним). Наявність процесу такої трансформації, яка відбувається лише тоді, коли пропонуване рішення зберігає свою дієвість, що свідок ствует про "правильності" пропозиції та про його відповідність дійсному стану речей, призводить до забуття членами групи того, що колись ця пропозиція вони вважали спірним і неочевидним " <sup>[2]</sup>.

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.

Можливі ситуації, в яких менеджер проголошує одні цінності, а його поведінка свідчить про те, що він керується зовсім іншими міркуваннями, його вчинки не узгоджуються з оголошеними цінностями організації. У подібних ситуаціях у співробітників є можливість критично розглянути проголошувані цінності, внести в них свої корективи, що є позитивним моментом для розвитку 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.

### **Питання 3.**

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

Е. Шейн відзначає, що "саме базові уявлення здаються носіям культури самоочевидними і незаперечними. Цінності (маються на увазі проголошені цінності. - С. М. ; Л. Б.) можуть обговорюватися і оскаржуватися, люди можуть приймати чи не приймати їх. Базові ж уявлення здаються їм чимось настільки очевидним, що людина, що не володіє ними, вважається божевільним, що призводить до його автоматичного видалення з групи.

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, умовної, 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 хто 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, самотність.

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

Одним з найбільш поширених і відомих досліджень базових уявлень можна вважати дослідження, що проводилися в кінці 1960-х - початку 1970-х рр. американським психологом М. Рокічем в США та інших країнах. М. Рокіч розробив метод прямого ранжирування ціннісних орієнтацій особистості.

Мілтон Рокіч (1916-1988) - американський психолог польського походження, професор соціальної психології Університету штату Мічиган, а потім Університету штату Вашингтон. Здобув широку популярність завдяки створенню системи ціннісних орієнтацій особистості. М. Рокіч почав свою діяльність як психіатр, проте більшу частину свого професійного життя займався вивченням громадських і особистих цінностей, розуміючи під

терміном "цінність" стійкі переконання у перевазі одних уявлень, цілей або способів існування перед іншими.

Людські цінності, які М. Рокіч визначає як переконання людей в тому, що кінцева мета існування або певний спосіб соціальної поведінки є кращими для особистості або соціуму, володіють наступними ознаками:

- 1) загальне число цінностей порівняно невелика;
- 2) все люди в суспільстві мають одними й тими ж цінностями, хоча і в різному ступені;
- 3) цінності зведені в системи;
- 4) людські цінності формуються культурою, суспільством, громадськими інститутами і особистістю;
- 5) вплив цінностей простежується у всіх соціальних явищах, які заслуговують на вивчення.

Що люди вважають важливим у своєму житті? Чому вони так вважають? Чого вони хочуть домогтися? До чого прагнуть? Якими якостями (як вони вважають) вони повинні володіти, щоб досягти своїх цілей?

М. Рокіч визначає два класи цінностей <sup>[1]</sup> :

- - термінальні, тобто переконання щодо кінцевої мети індивідуального існування і її значущості (цінності-мети);
- - інструментальні, тобто переконання щодо переваг того чи іншого способу дій або тих чи інших властивостей особистості, необхідних для досягнення мети (цінності-засоби).

У сукупності цінності-цілі і цінності-засоби утворюють систему ціннісних орієнтацій особистості.

До термінальних цінностей відносяться:

- - активна діяльність життя (повнота та емоційна насиченість життя);
- - здоров'я (фізичне і психічне);
- - життєва мудрість (зрілість суджень та здоровий глузд, що досягаються життєвим досвідом);
- - краса природи і мистецтва (переживання прекрасного в природі і в мистецтві);
- - любов (духовна і фізична близькість з коханою людиною);
- - цікава робота;
- - наявність хороших і вірних друзів;
- - суспільне визнання (повага оточуючих, колективу, товаришів по роботі);
- - матеріально забезпечене життя (відсутність матеріальних труднощів);
- - продуктивне життя (максимально повне використання своїх можливостей, сил і здібностей);
- - пізнання (можливість розширення своєї освіти, кругозору, загальної культури, інтелектуальний розвиток);
- - розваги (приємне, необтяжливе проведення часу, відсутність обов'язків);
- - розвиток (робота над собою, постійне фізичне і духовне вдосконалення);
- - щасливе сімейне життя;

- - свобода (самостійність, незалежність у судженнях і вчинках);
- - щастя інших (добробут, розвиток і вдосконалення інших людей, всього народу, людства в цілому);
- - творчість (можливість творчої діяльності);
- - впевненість в собі (внутрішня гармонія, свобода від внутрішніх протиріч, сумнівів).

До інструментальних цінностей належать:

- - акуратність (охайність), вміння тримати в порядку речі, порядок у справах;
- - високі запити (високі вимоги до життя і високі домагання);
- - вихованість (гарні манери);
- - старанність (дисциплінованість);
- - життєрадісність (почуття гумору);
- - непримиренність до недоліків у собі та інших;
- - незалежність (здатність діяти самостійно, рішуче);
- - відповідальність (почуття обов'язку, вміння тримати слово);
- - освіченість (широта знань, загальна культура);
- - самоконтроль (стриманість, самодисципліна);
- - раціоналізм (вміння тверезо і логічно мислити, приймати обдумані, раціональні рішення);
- - тверда воля (уміння наполягти на своєму, не відступати перед труднощами);
- - сміливість у відстоюванні своєї думки, своїх поглядів;
- - широта поглядів (вміння зрозуміти чужу точку зору, поважати інші смаки, звичаї, звички);
- - терпимість (до поглядів і думок інших, вміння прощати іншим їхні помилки та омани);
- - ефективність в справах (працьовитість, продуктивність в роботі);
- - Чесність (правдивість, щирість);
- - чуйність (дбайливість).

**Література:** 3, 4, 6, 10, 11

## **Змістовний модуль 2. Теоретичні та практичні виміри крос-культурних відносин**

### **Тема 5. Теоретичні основи крос-культурної комунікації**

1. Сутність міжкультурної комунікації.
2. Форми міжкультурної комунікації
3. Аспекти міжкультурної комунікації
4. Стереотипи сприйняття в крос-культурному діалозі

#### **Питання 1.**

Для крос-культурної комунікації необхідна приналежність відправника і одержувача повідомлення до різних культур. Необхідно також усвідомлення учасниками комунікації культурних відмінностей одне одного. По суті крос-культурна комунікація – це завжди міжперсональна комунікація в спеціальному контексті, коли один учасник виявляє культурну відмінність іншого. Крос-культурну комунікацію слід розглядати як сукупність різноманітних форм відносин між індивідами і групами, що належать до різних культур. Крос-

культурна комунікація, на відміну від публічної, міжособистісної, професійної комунікації не є однією зі сфер комунікації як такої.

Можна говорити про те, що вона є комунікацією по суті, так як у ній у загостреному вигляді проявляються всі істотні, вузлові проблеми комунікації. У результаті крос-культурної комунікації відбувається усвідомлення людиною своєї приналежності до певної групи, що дозволяє їй визначити своє місце в соціокультурному просторі і вільно орієнтуватися в навколишньому світі.

Проблеми крос-культурної комунікації стимулюють розвиток науково-дослідних пошуків, що, в свою чергу, збагачує теоретичні і практичні основи даного наукового напрямку. Отже, розглядаючи крос-культурну комунікацію як об'єктивну реальність сучасного світу, виділимо те істотне, що на наш погляд є визначальним: поняття крос-культурна комунікація використовується в декількох значеннях, що обумовлено етапом становлення крос-культурної проблематики та пошуку адекватного терміну-номінації.

Навколишній світ людини представлений в трьох формах:

- Реальна картина світу,
- Культурна (або понятійна) картина світу,
- Мовна картина світу.

*Реальна картина світу* - це об'єктивна позалюдська реальність, це світ, що оточує людину.

*Культурна (понятійна) картина світу* - це відображення реальної картини через призму понять, сформованих на основі уявлень людини, отриманих за допомогою органів чуття і пройшли через його свідомість, як колективну, так і індивідуальну. Культурна картина світу специфічна і відрізняється у різних народів. Це обумовлено цілою низкою чинників: географією, кліматом, природними умовами, історією, соціальним устроєм, віруваннями, традиціями, способом життя.

*Мовна картина світу* відображає реальність через культурну картину світу. «Ідея існування національно-специфічних мовних картин світу зародилася в німецькій філології кінця XVIII - початку XIX ст. (Міхаеліс, Гердер, Гумбольдт). Мовна картина світу не поглинається повністю культурною, якщо під останньою розуміємо образ світу, переломлений у свідомості людини, тобто світогляд людини, що створився в результаті його фізичного досвіду і духовної діяльності.

Залежно від безпосереднього предмета вивчення виокремлюють певні аспекти крос-культурної 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 костюлу, 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. 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. 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.

## **Питання 2.**

Міжкультурна комунікація характеризується великою видовою різноманітністю. В теорії міжкультурної комунікації прийнято виділяти її форми, види, типи і елементи. Так, виділяють чотири основні *форми* міжкультурної комунікації - пряму, непряму, опосередковану і безпосередню.

При *прямій* комунікації інформація адресована відправником безпосередньо одержувачу і може здійснюватися як в усній, так і в письмовій формі. При цьому найбільший ефект досягається за допомогою усного мовлення, що поєднує вербальні та невербальні засоби.

У **непрямої** комунікації, яка носить переважно односторонній характер, інформаційними джерелами є твори літератури і мистецтва, радіоповідомлення, телевізійні передачі, газетні і журнальні публікації і т.п.

**Опосередкована і безпосередня** форми комунікації розрізняються наявністю або відсутністю проміжної ланки, що виступає в ролі посередника між партнерами. В якості посередника може виступати людина, технічний засіб. Комунікація, опосередкована технічними засобами, може залишатися прямою (розмова по телефону, листування по електронній пошті), але при цьому виключається можливість використання невербальних засобів.

У процесі міжкультурної комунікації кожна людина одночасно вирішує кілька найважливіших завдань - зберегти свою культурну ідентичність і увійти в чужу культуру. Комбінація можливих варіантів вирішення цих проблем і визначаються основними формами міжкультурної комунікації.

Поряд з перерахованими формами виділяють кілька *видів* міжкультурної комунікації.

**Міжетнічна** комунікація - це спілкування між особами, що представляють різні народи (етнічні групи). Найчастіше суспільство складається з різних за величиною етнічних груп, які створюють і розділяють свої субкультури. Своє культурну спадщину етнічні групи передають від покоління до покоління і завдяки цьому зберігають свою ідентичність серед домінуючої культури. Спільне існування в рамках одного суспільства призводить до взаємного спілкування цих етнічних груп і обміну культурними досягненнями.

**Контркультурна** комунікація відбувається між представниками материнської культури і дочірньої субкультури і виражається в незгоді останньої з цінностями і ідеалами материнської. Характерною особливістю цього рівня комунікації є відмова субкультурних груп від цінностей домінуючої культури і висування власних норм і правил, що протиставляють їх цінностям більшості.

Комунікація **серед соціальних класів і груп** ґрунтується на відмінностях між соціальними групами і класами того чи іншого суспільства. У світі немає жодного соціально однорідного суспільства. Всі відмінності між людьми виникають в результаті їх походження, освіти, професії, соціального статусу тощо У всіх країнах світу відстань між елітою і більшістю населення, між багатими і бідними досить велике. Воно виражається в протилежних поглядах, звичаях, традиціях та ін. Незважаючи на те що всі ці люди належать до однієї культури, подібні відмінності ділять їх на субкультури і відображаються на комунікації між ними.

Комунікація **між представниками різних демографічних груп** - релігійних (наприклад, між католиками і протестантами в Північній Ірландії), статево-вікових (між чоловіками і жінками, представниками різних поколінь). Спілкування між людьми в даному випадку визначається їх належністю до тієї чи іншої групи і, отже, особливостями її культури.

Комунікація **між міськими і сільськими жителями** ґрунтується на відмінностях між містом і селом в стилі і темпі життя, загальному рівні освіти, іншому типі міжособистісних відносин, різної життєвої філософії, які прямим чином позначаються на процесі комунікації.

**Регіональна** комунікація виникає між жителями різних областей (місцевостей), поведінка яких в однаковій ситуації може істотно відрізнятися.

Комунікація **в діловій сфері** пов'язана з професійною діяльністю. Для неї характерна регламентація, тобто підпорядкування певним правилам і обмеженням. Комунікація в діловій сфері сприяє встановленню відносин співробітництва і партнерства між колегами, підлеглими і керівником, партнерами і конкурентами. Зазвичай ділова комунікація спрямована на досягнення певних цілей у професійній сфері бізнесу.

Залежно від способів, прийомів і стилів спілкування поряд з перерахованими видами виділяють три *типу* міжкультурної комунікації.

• 1. **За кількістю учасників і характеру дистантних відносин між ними:**

• 1) **міжособистісна** (дві особи, сім'я). Передбачає мінімальну кількість учасників, близькі відносини між ними. Характер розвитку міжособистісної комунікації - звуження або розширення дистанції. На думку японського вченого Д. Мацумото, "в сфері соціальної психології і комунікації термін" міжособистісна комунікація "зазвичай відноситься до комунікації, яка відбувається між людьми, що походять з однієї і тієї ж культурного середовища; в цьому сенсі він синонімічний терміну" вітрукікультурная комунікація "" □ ;

• 2) **межгруповая / внутригруповая**. Має на увазі велику дистанцію і більшу кількість учасників;

• 3) **професійна**, наприклад в бізнесі. Сприяє встановленню і розвитку відносин співробітництва і партнерства між колегами, керівниками і підлеглими, партнерами і конкурентами, багато в чому визначаючи їх (відносин) ефективність;

• 4) **масова**. Здійснюється через посередника - ЗМІ, телебачення, Інтернет;

**Масова комунікація** - процес поширення інформації (знань, духовних цінностей, моральних і правових норм і т.п.) за допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення та ін.) На чисельно великі, розосереджені аудиторії. Відмінними рисами є:

• • наявність технічних засобів, що забезпечують регулярність і тиражування інформації;

• • велика соціальна значимість інформації, що сприяє формуванню мотивації учасників комунікації;

• • масовість, анонімність і розосередження суб'єктів комунікації;

• • багатоканальність і варіативність засобів комунікації.

5) **міжкультурна**. Це комунікація між різними культурами, яка включає в себе весь попередній.

2. По **функціональному підходу** .

1) **інформативна** ;

2) **афективно-оцінна** (почуття, думки);

3) **рекреативна** (інформація для відпочинку, в ігровій формі);

4) **яка переконує** (між людьми різних статусів, ідеологічні установки);

5) **ритуальна** (традиції, звичаї).

3. За **використання мови** .

- 1) *вербальна;*
- 2) *невербальна,*
- 3) *паравербальна.*

### **Питання 3.**

У процесі крос-культурної комунікації можна виділити два види діалогу. Прямий діалог ведеться між носіями різних культур, культурно обумовлений і одночасно обмежений існуючими компетенціями цих носіїв. Він передбачає взаємодію культур у багатокультурному просторі. Непрямий діалог, який відбувається всередині культури, у складі її власних структур, обумовлений тим, що іншопольтурний зміст має подвійний характер (і як «чуже», і як «своє»), ініціюючи діалог культури самої з собою як з «іншим». Відтак, в умовах крос-культурної комунікації зрозуміти, засвоїти і розкрити своєрідність іншої культури можна лише через діалог. Крім того, успішна реалізація такого діалогу можлива лише, якщо у відносинах «ми» і «вони» відбудеться усвідомлення загальнолюдського «ми», а в результаті спілкування між представниками різних культур встановлюється взаєморозуміння.

Етнічний рівень взаємодії культур характерний для відносин між локальними етносами, історико-етнографічними, етно-конфесійними та іншими спільнотами. На національному рівні взаємодії регулятивні функції значною мірою виконують державно-політичні структури. Цивілізаційний рівень взаємодії набуває спонтанно-історичної форми. Однак на цьому рівні можливі найбільш істотні результати в обміні духовними, художніми, науковими досягненнями. В повсякденній практиці спілкування країн і народів світу частіше за все перетинаються процеси і відносини, характерні для всіх трьох рівнів взаємодії. Посилення міжкультурної взаємодії етносів є характерною ознакою сучасної доби, але залежно від соціальних умов вона може проявлятися по-різному. В одних випадках вона може стати джерелом загострення етнокультурних суперечностей, а в інших – навпаки – яскравим проявом однієї з об'єктивних закономірностей зближення етнічних культур. Етнічний рівень взаємодії здійснюється між локальними етносами, етномовними, культурно-господарськими (за спільністю матеріальної культури), історико-етнографічними (за схожістю духовної культури), етноконфесійними та іншими спільнотами. У взаємодії культур цього типу проявляються подвійні тенденції. Взаємне засвоєння елементів культури, з одного боку, сприяє інтеграційним процесам, взаємному збагаченню, обміну тощо. А з іншого боку – супроводжується посиленням етнічної самосвідомості, прагненням до закріплення етнічної специфіки. Для будь-якої етнічної культури завжди небезпечні як надмірне тяжіння до іншої культури, так і її самоізоляція. Абсолютизація першої тенденції може призвести до поглинення або обопільного занепаду обох культур. Водночас добровільна самоізоляція культури позбавляє її самопізнання, що, як відомо, конструюється лише шляхом контакту і порівняння з іншою культурою. Дані тенденції повинні принаймні урівноважувати одна одну, стимулюючи утворення елементів, яких бракує тій або іншій культурі, і поповнюючи тим самим число етнокультурних компонентів. Національний рівень взаємодії культур є значно складнішим, ніж етнічний, тому що охоплює не тільки ціннісний, а й політико-правовий, соціо-

економічний та ідеологічний аспекти. Підставою виокремлення цього рівня є твердження, що найвищою формою етнічної спільності є нація. Головне, що відрізняє націю від етнічної спільноти, – це не тільки рівень соціально-економічного розвитку, але й її внутрішня структура, заснована не на кровній спорідненості, а на соціальному принципі. Для нації характерні велика внутрішня консолідація і високий рівень національної самосвідомості. Національна єдність виникає як на моноетнічній, так і на поліетнічній основі через спільну господарську діяльність і державно-політичну регуляцію. Це доповнюється і створенням відповідної культури – мови, ідеології, норм, звичаїв тощо. В країнах Азії та Африки національна єдність здебільшого складається на основі спільного історичного досвіду, накопиченого в ході колоніального гніту і боротьби за національну незалежність і національне самовизначення. Відомо, що у постколоніальних країнах національне об'єднання перш за все здійснюється державою. В сфері культури вона також виступає важливим засобом утвердження єдності. Процеси культурної консолідації нації часто опиняються подвійними і призводять до зростання міжнаціональних протиріч в межах однієї держави або між ними. В Індії пряме засудження викликають тенденції етнічної і мовної консолідації, що викликає напружені зіткнення між представниками різних етномовних груп. Чисельні індійські вчені та політики вбачають в локальному націоналізмі причини конфліктів і непорозумінь, що призводять до дезорієнтації державної єдності. Нерідко міри щодо укріплення територіального і державного націоналізму призводять до обмеження прав або вигнання інонаціональних груп (навіть якщо представники цих груп проживали в країні протягом декількох поколінь). Ці процеси спостерігалися у таких країнах, як Гвінея, Уганда, Кенія, Замбія, у 70-х роках, а з кінця 80-х–початку 90-х рр. охопили країни колишнього Радянського Союзу. Здебільшого, за цими мірами стоять економічні причини, наприклад ослаблення конкуренції для “титульного етносу” у доступі до місцевих ресурсів, що, в свою чергу, призводить до господарських збитків. Однак це не виключає появи і соціокультурних причин, якщо виникає нагальна потреба у прискореному формуванні нації і подоланні локальних перешкод. Саме у спілкуванні між цивілізаціями у минулому досягалися найсуттєвіші результати в обміні духовними, художніми, науковими досягненнями. У середні віки європейська цивілізація багато запозичила з мусульманського регіону, і пізніше Індія і Китай зробили немалий внесок в культуру Заходу. Інтенсивний обмін відбувався між ісламським, індійським та буддійським регіонами. На зміну конфліктності цивілізаційних взаємовідносин приходило мирне співіснування і плідна взаємодія. Як показали новітні дослідження, різнобічні контакти давно існували між Африканським континентом та іншими регіонами, хоча і послабилися за часів колоніального підкорення. Досягнення незалежності багатьма країнами Азії та Африки сприяло зникненню колишніх обмежень і прояву тих потенцій, що містилися у різних етнокультурних і національно-політичних спільнотах. Природно, що державні принципи самовизначення націй переважно визначали і характер культурних зв'язків між різними суспільствами.

#### **Питання 4.**

Кожна людина по суті унікальна і кожна людина є носієм своєї власної

культури, але громадяни однієї країни мають багато спільного, тому їх умовно можна віднести до однієї культури. Соціальні та культурні переваги та стереотипи при цьому впливають на те:

- як співробітники ставляться до своєї роботи та своєї компанії в цілому;
- які проблеми хвилюють співробітників, як вони розставляють пріоритети при вирішенні проблем, які методи і засоби використовують для вирішення проблем;
- яким чином співробітники будують взаємодію між собою; яка мотивація дуже впливає на співробітників;
- які підходи у керівництві мають більшу результативність.

Необхідно відзначити, що соціально-культурні особливості людей не є чимось постійним, вони також змінюються в часі, тому і крос-культурні комунікації також схильні до змін. Тим не менш, є низка соціально-культурних особливостей у кожній нації, знання яких і дозволяє вибудувувати всередині компанії та за її межами ефективні комунікації.

Культура – це передусім передбачуваність. У бізнесі дуже важливо, щоб люди оперували одними й тими самими поняттями та були передбачуваними. Завдання побудови ефективних крос-культурних комунікацій – це побудова таких комунікацій, які зрозумілі її учасникам.

*Мовний бар'єр.* Однак, якщо на рівні субкультур мова зазвичай йде про відмінності у використанні окремих слів або словосполучень, то на рівні національних культур — про різні мови. Незнання іноземної мови — це найсерйозніший комунікаційний бар'єр, навіть у разі запрошення досвідченого перекладача.

Відомі численні випадки провалів маркетингових кампаній з причин, пов'язаних із поганим знанням мови тієї країни, де вони проводилися. Один із найвідоміших прикладів — ситуація, в яку потрапила компанія Chevrolet, яка постачала на ринки іспаномовних країн автомобілі марки Chevy Nova. Автомобілі не мали попиту. Причина цього полягала в тому, що іспанською слово "Nova" означає "не йде" (або "не рухається").

Іншим прикладом може стати досвід американської компанії American Motors, яка випустила на ринок Пуерто Ріко автомобіль під назвою "Матадор". На думку маркетологів, така назва мала асоціюватися у покупців з образом мужності та відваги. Однак у Пуерто Ріко слово "matador" має однозначне тлумачення - "вбивця". Запланованого обсягу продажу компанії досягти не вдалося.

Як відомо, будь-яка мова пов'язана з психологією народу. Існує спеціальна дисципліна – структуральна лінгвістика, яка досліджує зв'язок між поведінковими особливостями людей та мовною структурою.

Можна навести один характерний приклад, що має безпосереднє відношення до зв'язку мови з особливостями поведінки людей.

Англомовні держави, насамперед США, Канада, Великобританія, вважаються країнами з високим рівнем індивідуалізму. Кожна людина відповідає за себе і бореться за свою кар'єру сама. Життєві успіхи, як і невдачі, прийнято пов'язувати з особистими зусиллями та особливостями характеру. Психологія індивідуалізму відбивається й у мовному ладі. Англійське слово "я" позначається буквою "I" (читається як "ай") і пишеться завжди з великої літери,

як би демонструючи, що в центрі культури стоїть особистість, індивідуальність.

В українській мові слово "я", відбиваючи колективістську спрямованість національної культури, часто зовсім опускається в реченнях.

Справедливо вважається, що знання іноземних мов загалом допомагає краще адаптуватися в умовах іншого культурного середовища та вибудовувати стосунки з представниками інших народів.

Якщо ви знаєте кілька іноземних мов, це означає, що ви можете глянути на світ через призму різних національних культур. Знання мов помітно розширює ваш світогляд і допомагає розуміти партнерів, а якщо ви розумієте свого партнера, то між вами навряд чи виникне конфлікт.

Відомо, що при вербальних комунікаціях до слухача в середньому сягає близько 40—50% сенсу, закладеного у виступі. При перекладі мови іноземною мовою ця цифра знижується, інколи ж наближається до нуля. У зв'язку з цим при спілкуванні з іноземними колегами через перекладача слід уникати довгих речень, віршованих цитат, прислів'їв та приказок. Потрібно прагнути говорити якомога простіше, будувати короткі, чіткі та закінчені фрази.

Ставлення до часу в різних культур різне. Представникам західної культури властиво трепетне ставлення до робочого часу та ефективніше його використання. Вони завжди чітко поділяють час на робочий та особистий. І не змішують одне з одним. Саме тому американці та британці рідко затримуються на роботі, йдучи додому в строго зазначений час, але й на роботу вони спізнюються вкрай рідко, і не витрачають час на численні чаювання та перекури. Тоді як наші співробітники часто не роблять великої різниці між особистим часом та робітником, ставляться до роботи як у головній частині свого життя, тому часто затримуються на робочому місці допізна та виходять на роботу у вихідні та святкові дні. Для зручності співробітників у компанії існують різні варіанти графіків роботи, що враховують індивідуальні особливості, компенсації за працю в неробочий час, а також різні технічні засоби комунікацій, що дозволяють вирішувати питання віддалено.

*Фізичний контакт.* Як відомо, у західній культурі дистанція спілкування набагато більша, ніж в українців, тому американці та британці менш схильні до фізичних контактів із співрозмовником. Тому часто доводиться чути від американців подив, чому весь час тиснуть один одному руки.

*Емоційність.* Емоційність у співробітників різних культур проявляється по-різному. Якщо питання стосується особистих відносин, то американці виявляють підвищену емоційність та інтерес до співрозмовника, але часом це виглядає дещо награно та штучно, що викликає підозру та недовіру у росіян. Процес спілкування з боку американців носить більш відкритий характер, вони частіше називають співрозмовника за іменами, одразу запам'ятовують імена нових співробітників, і за кожної зустрічі не преминуть поцікавитися справами співрозмовника.

Навпаки, у бізнес-питаннях американці виявляють завидну холонокровність і спокій, навіть тоді, коли вирішується дуже важливе і гостре питання. На нарадах часто бувають ситуації, коли співробітники, підвищують голос, виявляють нестримність і зайву емоційність, ніби доводячи іншим свою відданість справі та зацікавленість, тоді як американців прояв спокою у роботі – це їх професіоналізму і принципу поділу особистих відносин і робочих.

**Література:** 2,8,9,10

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

1. Особливості вербальної комунікації. Лінійна модель Г. Лассуелла
2. Засоби вербальної комунікації та їх відмінності у різних культурах.
3. Поняття про невербальне спілкування.
4. Класифікація невербальних засобів спілкування та особливості їх використання.
5. Протиріччя сприйняття вербальних та невербальних засобів комунікації

**Питання 1.**

У спілкуванні беруть участь усі п'ять почуттів, але саме мова є найбільш прямим, простим способом комунікації у повсякденному житті. Мовленнєве повідомлення відправляється швидко, практично миттєво, і відгук (словесний чи ні) приходить майже відразу після відправлення цього повідомлення, а часто навіть під час його відправлення (те, що в гештальт-психології називають польовим ефектом).

У світі налічується близько семи тисяч мов. Володіння іноземними мовами цінувалося завжди і досі цінується. Англійська стала мовою спілкування у багатьох регіонах світу, як століттями раніше шумерська, грецька, латинська чи французька. Зрозуміло, неможливо визначити заздалегідь, яка мова стане мовою міжнародного спілкування у майбутньому, але будь-який мандрівник, бізнесмен чи просто турист усвідомлює корисність володіння якоюсь іноземною мовою. Крім того, у більшості країн насправді використовується більше однієї мови (одномовні країни є рідкістю), і, як наслідок, майже 50 відсотків населення земної кулі є двомовним.

Варто також зазначити, що в рамках однієї мови можна передати безліч різних значень. Якщо говорити виключно про вербальне спілкування, то багато інформації можна отримати лише оцінивши рівень володіння мовою відправника повідомлення (слабкий, середній, високий), семантику мови, багатство лексики і, звичайно, використання місцевого або професійного жаргону. Таксист, що народився в Севільї, вчитель літератури з Буенос-Айреса або поліцейський з Сан-Хосе в Коста-Ріці розмовляють іспанською мовою, але їх вербальні повідомлення сформовано за допомогою різних кодів. Це вірно також і для будь-якої іншої мови.

Крім того, в одній мові слова можуть мати зовсім різні значення в залежності від того, хто і де цією мовою говорить. Найчастіше у зв'язку з цим їжу для публікацій у засобах масової інформації дає міжнародний маркетинг, коли при перекладі реклами будь-якої продукції місцевою мовою виникає непорозуміння.

Вербальна комунікація відбиває багато рис нашої особистості, як і елементи культури, до якої ми належимо. Уважний слухач відразу ж дає промовцю попередню оцінку. Хоча ця оцінка не має особливого значення, ми всі не усвідомлено її робимо. Саме таким чином, цілком спонтанно, ми визначаємо приналежність співрозмовника до певної культури, визначаємо можливість та продуктивність нашого спілкування.

У 1948 році американський вчений Г. Лассуелл запропонував свою



модель комунікації, що стала класичною в соціології масової комунікації.

Формула Г. Лассуелла стала не тільки моделлю, що відбиває структуру комунікаційного процесу, а й моделлю дослідження цього процесу, його структури та окремих елементів.

#### Формула Г. Лассуелла

Хто повідомляє?	комунікатор	аналіз управління
Що ?	Повідомлення (інформація)	аналіз змісту
За яким каналу ?	Канал передачі	Аналіз засобів і каналів
Кому ?	Комунікант (аудиторія)	аналіз аудиторії
З яким ефектом ?	Зворотній зв'язок	аналіз результату

Відповідно до цієї структури Г.Лассуелл виділяє наступні розділи дослідження комунікації, кожен з яких представляє відповідь на відповідне питання.

- **Аналіз управління** процесами масової комунікації: при відповіді на питання "хто?" розглядаються фактори, які відкривають і направляють сам акт комунікації (в першу чергу це сам комунікатор).

- **Аналіз змісту** переданих повідомлень, сюди ж включається статистичний аналіз частоти згадувань тих чи інших фактів і подій в засобах масової інформації.

- **Аналіз засобів і каналів**, з використанням яких передаються повідомлення (для масової комунікації це аналіз роботи самих мас-медіа); виявлення засобів, адекватних характеру переданих повідомлень і найбільш прийнятних для одержувача (наприклад, не використовувати телефон для спілкування з глухим абонентом або комп'ютерний зв'язок для передачі повідомлення сліпому).

- **Аналіз аудиторії** (масової, спеціалізованої), що є життєво важливим для результативної комунікації; до вирішення цього завдання залучаються соціологічні служби, результати діяльності яких використовуються професійними організаціями мовлення корпораціями, рекламодавцями і т.п.

- **Аналіз результатів** ("ефекту") комунікаційного впливу, для зручності часто об'єднується з попереднім розділом; оскільки дослідження Г. Лассуелла стосувалися діяльності засобів масової інформації, то в першу чергу вивчалася їх вплив на аудиторію; в цілому результативність комунікації оцінювалася на підставі такого інтересу до змісту повідомлення або відсутності такого інтересу.

Модель Г. Лассуелла отримала широке визнання в якості однієї з

провідних парадигм теоретичного осмислення комунікації. Це пояснюється її вдалою формулюванням, рамки якої дозволяють включити не тільки теоретичні міркування, а й великий масив емпіричних даних.

У 1968 р Г.Лассуелл запропонував більш детальну версію своєї моделі комунікації. Вона також передбачає вивчення процесу комунікації за допомогою відповідей на наступні питання:

- Хто?
- З яким наміром?
- В якій ситуації?
- З якими ресурсами?
- Яка стратегія використовується?
- На яку аудиторію виявляється вплив?
- З яким результатом?

Дана модель висловлює бихевиористський підхід до комунікації як до простого впливу комунікатора на реципієнта, який виступає об'єктом, так чи інакше реагує на отриману інформацію.

<p>ХТО?</p>	<p>Це питання пов'язане з визначенням джерела інформації, думку якого може і не збігатися з думкою комунікатора, безпосередньо її передавальним (це може бути як одна особа, так і різні особи). Це важливо визначити для знаходження правильної відповіді на друге питання.</p>
<p>З яким наміром?</p>	<p>Це ключове питання. Тільки зрозумівши справжню мету комунікації, можна говорити про підбір адекватних цієї мети коштів (комунікатора, повідомлення, каналу), про вибір цільової аудиторії і т.д. Ясне розуміння мети (інформування, інструктування або ж мотивування аудиторії) визначає підбір інших компонентів комунікації для того, щоб вона була ефективною.</p>
<p>В ЯКІЙ СИТУАЦІЇ?</p>	<p>Відповідь на це питання пов'язаний з визначенням того, в якій ситуації - сприятливою, несприятливою або нейтральною - здійснюється комунікативний акт. При цьому необхідно встановити наявність природних і штучних бар'єрів між комунікатором і аудиторією, які перешкоджають доведенню інформації до адресата, і спробувати мінімізувати їх вплив.</p>

<p>З ЯКИМИ ресурсами?</p>	<p>Відповідаючи на це питання, необхідно розуміти, що до ресурсів комунікації відносять як самих фахівців-комунікаторів, так і фінансові та інформаційні засоби, якими вона володіє, а також ефективні комунікативні технології, прийоми, методи і т.п.</p>
<p>ВИКОРИСТОВУЮЧИ ЯКУ СТРАТЕГІЮ?</p>	<p>Відповідь на це питання допоможе правильно вибрати стратегію, а отже, забезпечити найбільш ефективний спосіб досягнення мети (в нашому випадку - ефективної комунікації). Стратегія - це не тільки визначення перспективних цілей, а й підбір адекватних їм засобів і шляхів їх досягнення. Стратегія комунікації визначається в першу чергу характером мети, особливостями аудиторії, наявністю ресурсів. При виборі стратегії керуються рішенням наступних завдань: забезпечення якомога повнішої інформації; забезпечення надійної, швидкої і ефективного зворотного зв'язку. Можливі випадки, коли через відсутність необхідних коштів доводиться відмовлятися від чудово розробленої стратегії.</p>
<p>НА ЯКУ АУДИТОРІЮ?</p>	<p>Дане питання пов'язаний з вибором аудиторії комунікації, тобто тих, кому адресовані повідомлення. Ефективна комунікація пов'язана з правильним вибором аудиторії (масової, спеціалізованої, окремих людей).</p>
<p></p>	<p>Пошук "своєї" аудиторії і вміння підібрати до неї відповідні засоби і способи комунікативного впливу вимагають високого професіоналізму і володіння методами і методиками конкретних соціальних досліджень.</p>
<p>З ЯКИМ РЕЗУЛЬТАТОМ?</p>	<p>Відповідаючи на це питання, ми маємо на увазі оцінку підсумку сукупних зусиль учасників комунікаційного процесу. Комунікація ефективна, якщо поставлені цілі реалізовані у встановлені терміни і з</p>

найменшими витратами. Комунікативна ефективність обумовлена зміною в знаннях і установках, переконаннях або поведінці отримувача інформації.

Таким чином, формула комунікативного процесу Г. Лассуелла є одночасно і модель дослідження комунікативного процесу, і розгорнутий план власне комунікативної дії. Разом з тим вона має істотний недолік - монологічності, в її конфігурацію не входить зворотний зв'язок, завдяки якій ми розглядаємо комунікацію односпрямованої і не "саму по собі", а як двосторонній процес і в її відношенні до соціального, культурного, економічного, політичного і іншому контексту. В першу чергу це важливо для масової комунікації, особливо в кризових ситуаціях суспільного життя, концентруючи діяльність ЗМІ та її інтерпретацію в масовій свідомості.

## **Питання 2.**

*Вербальна комунікація* - це мовне спілкування, що виражається в обміні думками, інформацією, емоціями між співрозмовниками. Утворює основу всієї культури будь-якого народу, будучи найбільш насиченою та інформативною. Створює умови для взаємовпливу людей один на одного, обміну ідеями, інтересами, настроями, почуттями. Саме мова в міжкультурній комунікації служить засобом, призначеним для взаєморозуміння її учасників. Як вважають фахівці, вербальна комунікація може проходити переважно в формі діалогу або монологу.

На Заході відкритість вербального повідомлення має особливе значення, а мова сприймається незалежно від контексту розмови. При цьому сенс бесіди повинен бути зрозумілим з усних висловлювань учасників незалежно від їх соціокультурних особливостей. Навпаки, в східно-азіатських культурах соціокультурний контекст має вирішальне значення незалежно від ходу мови, пов'язаної з етикою, психологією, політикою, традицією і соціальними відносинами. Тому тут процес міжкультурної комунікації ускладнюється різними співвідношеннями і розуміннями вербальних висловлювань, так як в східних і азіатських культурах більша увага приділяється манері і церемонії вимови, ніж побудови і змістом висловлювання. Тут немає однозначних висловлювань, тому іноді члене "згода" насправді містить негативне вирішення питання.

Японець може сказати "так", хоча це не завжди означає згоду. В Японії прийнято вважати, що кожен сам повинен зрозуміти, про що дійсно думає його співрозмовник. Японець не бачить нічого страшного в тому, що думки висловлені не до кінця. Для нього куди важливіше особливості етикету, ввічливість мови, які цінуються вище, ніж сенс і дохідливість сказаного. Однак для японця бути щирим насамперед означає намагатися зробити так, щоб ніхто з його партнерів не "втратив обличчя", тобто проявити тактовність по відношенню до кожного.

Як вважають фахівці, лише 35% інформації в процесі комунікації передається за допомогою мови, а 65% ми отримуємо за допомогою невербальних засобів. Серед них виділяють власне *невербальні засоби*

комунікації - жести, міміку, рухи тіла, погляди, дистанцію спілкування і використання простору, манеру тримати себе, одяг і запахи.

### **Питання 3.**

У міжнаціональних та міжкультурних контактах, де «мова тіла» почасти може бути набагато зрозумілішою, ніж іноземна мова співрозмовника, важливу роль відіграють засоби невербальної комунікації – «безмовна мова», за визначенням Е.Холла.

Характерна особливість невербаліки полягає у тому, що у в більшості випадків вона виражає несвідоме (підсвідоме) людини. На відміну від звичайної мови, яка дана людині, щоб приховувати свої думки, невербаліка здатна викрити глибоко приховане. Здебільшого люди спроможні контролювати своє мовлення, а от стежити за власними жестами, мімікою, зміною кольору обличчя, спітнінням рук при сильному хвилюванні та іншими природними психофізіологічними процесами людини набагато важче. Кожен народ має власну культуру невербального спілкування, тому одні рухи містять позитивне для нього смислове навантаження, а інші – негативне, або категорично заборонені. Характеризуючи невербаліку, слід брати до уваги особливості національного темпераменту загалом. Значна кількість жестів, звуків та актів поведінки в цілому інтерпретується носіями різних культур неоднаково.

Паравербаліка - інтонації та емоції, виражені у зітханнях, схлипах, смішках (типу "ах", "ох", "гм" та ін).

Невербаліка - жести, погляди, пози, вираз обличчя і т.п.

Невербальні комунікації часто створюють у межах крос-культурного спілкування більше проблем, ніж вербальні. Це відбувається тому, що учасники крос-культурних переговорів і зустрічей не здогадуються про соціальне коріння невербаліки, щиро вважаючи, що жести, вираз обличчя, поза, вигуки повинні сприйматися скрізь однаково. Крім того, якщо при вербальних комунікаціях іноземною мовою виникають незнайомі слова або вирази, можна з'ясувати у співрозмовника їхнє значення. Подібне уточнення є зрозумілим і завжди зустрічається іншою стороною з розумінням.

Інша справа невербаліка або паравербаліка. Запитати партнера, чому він зробив той чи інший жест, що означає його поза, що стоїть за зітханнями різної глибини та тривалості, не завжди зручно. Крім того, часто партнер приймає ту чи іншу позу, робить той чи інший жест підсвідомо і не прагне донести до співрозмовника будь-яку інформацію. Швидше навпаки: жести, відведені очі, наганий ентузіазм часто використовуються, щоби щось приховати. У зв'язку з цим попросити уточнення такої інформації дуже важко.

Дослідження свідчать, що з 40 до 70% всіх комунікацій припадають на невербальні. Ця величина може зрости у разі невербального вираження почуттів співрозмовником. Слова зазвичай повідомляють не більше 7% так званої чуттєвої інформації, тоді як інтонація – 38%, а вираз обличчя – 55%.

Крос-культурні відмінності виявляються майже у всіх знаках невербальних комунікацій:

- у вашій зовнішності, позі, рухах і жестах, виразі обличчя;
- Готовності (неготовності) дивитися в очі співрозмовнику;
- Паралінгвістика (вигуки, вигуки тощо);
- Дотику до співрозмовника;

- Збереження дистанції особистого простору.

Інформацію у тому, що означає той чи інший жест, зрозуміти дуже складно, оскільки у всіх знаках невербальних комунікацій виявляються культурні відмінності. Вони проявляються у зовнішності, у позі і жестах, у виразі обличчя, у тому, чи стосуються співрозмовники один одного в ході зустрічі, і якщо торкаються, то яким чином ("культура дотиків"), нарешті, у тому, яка відстань між співрозмовниками є комфортним ("культура дистанції").

Часто ми дізнаємося про те, що діловий партнер думає про нас і перспективи нашого бізнесу, ще до того, як сказано перше слово, причому на рівні підсвідомості, навіть не замислюючись, як це відбувається. Носієм інформації для нас у цьому випадку стають паравербальні та невербальні комунікації, які нерідко грають у крос-культурному спілкуванні навіть більшу роль, ніж смислові вербальні комунікації. Чому це так? Знайомлячись з новим партнером, ми завжди намагаємося зрозуміти, наскільки хороша ця людина, надійна вона чи ні, йде на контакт або тільки вдає, що зацікавлена у співпраці. Дати відповіді ці запитання нам допомагає й не так те, що партнер каже, скільки те, як він це робить, тобто. не його слова, а інтонації та жести. Часто буває, що ваш потенційний партнер говорить вам компліменти, а ви по його обличчю та інтонаціям відчуваєте затаєну заздрість, зневагу чи хитрість. Саме паравербаліка і невербаліка є свого роду лакмусовим папірцем справжніх намірів людини.

Правильне і найповніше уловлювання невербальної інформації вимагає хорошого знання конкретної ситуації, оскільки жоден невербальний сигнал, взятий в ізоляції від того, що відбувається, не співає у собі повної ясності та визначеності. Так, посмішка може бути радісною, щасливою, сумною, іронічною. Сльози можуть виникати від радості та горя, безпорадності та злості.

У комунікаціях змістовний аспект зазвичай виражається словесно, а емоційна сторона, тобто. те, що стосується відносин як таких (стосунків між партнерами, ставлення до того, що відбувається), — невербальними сигналами. Саме через останні проглядаються реальні наміри людей. У більшості випадків невербальні сигнали мають соціальне коріння: людина освоює мистецтво передачі своїх почуттів через жести та інтонацію протягом усього життя.

Паравербаліка - інтонації та емоції, виражені у зітханнях, схлипах, смішках (типу "ах", "ох", "гм" та ін).

Невербаліка - жести, погляди, пози, вираз обличчя і т.п.

Невербальні комунікації часто створюють у межах крос-культурного спілкування більше проблем, ніж вербальні. Це відбувається тому, що учасники крос-культурних переговорів і зустрічей не здогадуються про соціальне коріння невербаліки, щиро вважаючи, що жести, вираз обличчя, поза, вигуки повинні сприйматися скрізь однаково. Крім того, якщо при вербальних комунікаціях іноземною мовою виникають незнайомі слова або вирази, можна з'ясувати у співрозмовника їхнє значення. Подібне уточнення є зрозумілим і завжди зустрічається іншою стороною з розумінням.

Інша справа невербаліка або паравербаліка. Запитати партнера, чому він зробив той чи інший жест, що означає його поза, що стоїть за зітханнями різної глибини та тривалості, не завжди зручно. Крім того, часто партнер приймає ту

чи іншу позу, робить той чи інший жест підсвідомо і не прагне донести до співрозмовника будь-яку інформацію. Швидше навпаки: жести, відведені очі, наганий ентузіазм часто використовуються, щоби щось приховати. У зв'язку з цим попросити уточнення такої інформації дуже важко.

Дослідження свідчать, що з 40 до 70% всіх комунікацій припадають на невербальні. Ця величина може зрости у разі невербального вираження почуттів співрозмовником. Слова зазвичай повідомляють не більше 7% так званої чуттєвої інформації, тоді як інтонація – 38%, а вираз обличчя – 55%.

Крос-культурні відмінності виявляються майже у всіх знаках невербальних комунікацій:

- у вашій зовнішності, позі, рухах і жестах, виразі обличчя;
- Готовності (неготовності) дивитися в очі співрозмовнику;
- Паралінгвістика (вигуки, вигуки тощо);
- Дотику до співрозмовника;
- Збереження дистанції особистого простору.

Інформацію у тому, що означає той чи інший жест, зрозуміти дуже складно, оскільки у всіх знаках невербальних комунікацій виявляються культурні відмінності. Вони проявляються у зовнішності, у позі і жестах, у виразі обличчя, у тому, чи стосуються співрозмовники один одного в ході зустрічі, і якщо торкаються, то яким чином ("культура дотиків"), нарешті, у тому, яка відстань між співрозмовниками є комфортним ("культура дистанції").

Часто ми дізнаємося про те, що діловий партнер думає про нас і перспективи нашого бізнесу, ще до того, як сказано перше слово, причому на рівні підсвідомості, навіть не замислюючись, як це відбувається. Носієм інформації для нас у цьому випадку стають паравербальні та невербальні комунікації, які нерідко грають у крос-культурному спілкуванні навіть більшу роль, ніж смислові вербальні комунікації. Чому це так? Знайомлячись з новим партнером, ми завжди намагаємося зрозуміти, наскільки хороша ця людина, надійна вона чи ні, йде на контакт або тільки вдає, що зацікавлена у співпраці. Дати відповіді ці запитання нам допомагає й не так те, що партнер каже, скільки те, як він це робить, тобто. не його слова, а інтонації та жести. Часто буває, що ваш потенційний партнер говорить вам компліменти, а ви по його обличчю та інтонаціям відчуваєте затаєну заздрість, зневагу чи хитрість. Саме паравербаліка і невербаліка є свого роду лакмусовим папірцем справжніх намірів людини.

Правильне і найповніше уловлювання невербальної інформації вимагає хорошого знання конкретної ситуації, оскільки жоден невербальний сигнал, взятий в ізоляції від того, що відбувається, не співає у собі повної ясності та визначеності. Так, посмішка може бути радісною, щасливою, сумною, іронічною. Сльози можуть виникати від радості та горя, безпорадності та злості.

Парамова та просодія. Парамова охоплює широкий спектр проявів і всі вони культурно обумовлені. Його складають різні типи акустичних елементів, що супроводжують мову, а також звуки, що замінюють або доповнюють мову. І ті й інші передаються голосовим каналом, але є невербальними засобами комунікації. Паралінгвістичні прояви не тільки інформують нас про емоційний стан того, хто говорить, але також є культурними сигналами.

Просодія, тісно пов'язана з парамовою, охоплює такі особливості мови, як гучність, темп, інтонація, ритм, розстановка і тривалість пауз і постановка акцентів і наголоси.

Спілкування із співвітчизниками рідною мовою залишає мінімальні шанси для виникнення культурних непорозумінь, чого не можна сказати про ситуацію, в якій комунікація відбувається між представниками різних культур.

Всі ми схильні екстраполювати паралінгвістичні характеристики власної мови на іноземну мову, що використовується нами, причому ситуація посилюється (культурний розрив поглиблюється), коли обидва учасники комунікації говорять третьою, не рідною для них обох, мовою.

Більшість паралінгвістичних аспектів мови несе явно виражений культурний зміст, і вони можуть значно різнитися у різних культурах і мовами.

Серед них виділяють такі прояви: швидкість мови; її гучність; інтонація або мелодика мови; тон голосу; тривалість висловлювання; використання пауз та мовчання; звуки, що не є словами.

#### **Питання 4.**

У комунікаціях змістовний аспект зазвичай виражається словесно, а емоційна сторона, тобто те, що стосується відносин як таких (стосунків між партнерами, ставлення до того, що відбувається), — невербальними сигналами. Саме через останні проглядаються реальні наміри людей. У більшості випадків невербальні сигнали мають соціальне коріння: людина освоює мистецтво передачі своїх почуттів через жести та інтонацію протягом усього життя.

*Невербальна комунікація* - це сукупність немовних засобів, символів і знаків, використовуваних для передачі інформації і повідомлень в процесі спілкування. В її основі лежать два джерела - біологічний і соціальний, тобто вроджений і набутий в ході соціального досвіду людини. Невербальна комунікація вважається найдавнішою формою комунікації, так як жести і міміка з'явилися раніше, ніж мова. Вона використовує виразні рухи людського тіла, звукове оформлення мовлення, матеріальні предмети, що мають символічне значення. На відміну від вербальних повідомлень, невербальні мають значно більшу багатозначність, ситуативність, спонтанність.

Деякі соціальні форми невербальної комунікації мають етнічний характер: в Європі вітаються, потискуючи руку, в Індії складають обидві руки перед грудьми, в деяких країнах кланяються, на Кавказі, коли людина входить в будинок, встають.

Інший приклад - сміх і посмішка у всіх західних культурах асоціюються з радістю, жартом, виразом позитивних емоцій, а в Японії сміх є ознакою збентеження і невпевненості. Тому часто виникають ситуації непорозуміння, коли європейський партнер сердиться, а японський, ніяковіючи, посміхається. Якщо не знати про ці особливості культури, то взаєморозуміння не вийде.

До важливих і дуже давнім формам невербального спілкування відноситься *танець*. Танець наділений можливістю без слів передавати інформацію про особливості національної культури, традиції, побут людей різних національностей. У танці кожен народ прагне передати свої думки, почуття, історію. Іноді пластичну мову танцю може розповісти про народі не менше, ніж епос або історичні хроніки. Наприклад, індійський танець за допомогою жестів і положень рук, яких налічується понад 5 тисяч, здатний



виражати практично всі людські емоції, релігійні символи, епізоди з міфології і реальному житті.

За своїми ознаками в неврбачьной комунікації виділяють три *типу* невербальних засобів:

- 1) власне **комунікативні знаки-сигнали** - жести і міміка обличчя, що передають інформацію про об'єкт, подію або стан;
- 2) **поведінкові знаки** - збліднення і почервоніння, тремтіння від холоду і страху;
- 3) **ненавмисні знаки** - чухання носа, хитання головою без причини, покусування губ і т.д.

Невербальні знаки, незважаючи на двоїстий характер інтерпретації, дають великий обсяг різнобічної інформації про особистісні якості партнерів по комунікації.

До основних *форм* невербальної комунікації відносяться:

- • **кинесика** - сукупність жестів, поз, рухів тіла;
- • **такесика** - рукостискання, поцілунки, погладжування, поплескування і інші дотики до тіла співрозмовника;
- • **сенсорика** - сукупність чуттєвого сприйняття, що ґрунтуються на інформації від органів чуття;
- • **проксемика** - способи використання простору в процесі комунікації;
- • **хронеміка** - способи використання часу в процесі комунікації.

Вербальна і невербальна форми комунікації тісно взаємопов'язані і часто доповнюють один одного. Наприклад, ми говоримо: "Привіт!" - і при цьому посміхаємося. Бувають і протилежні випадки, коли невербальні знаки можуть не відповідати усним повідомленням. Наприклад, ми говоримо: "Ради вас бачити!", Але при цьому хмуримося і дивимося в сторону.

Невербальне повідомлення може також доповнювати вербальне. Наприклад, говорячи дітям "Тихіше!", Ми докладаємо вказівний палець до губ. Невербальна поведінка служить для регулювання спілкування. За допомогою кивка, погляду, жести ми легко вступаємо в розмову або припиняємо її. У деяких випадках невербальні способи можуть заміщати вербальні, наприклад, дитина може не попросити подати йому іграшку, а просто вказати на неї.

*Паравербального комунікація* - це використання паравербальних засобів, тобто сукупності звукових сигналів, що супроводжують усне мовлення, з привнесенням в неї додаткових значень. Сенс висловлювання може змінюватися в залежності від того, які інтонація, ритм, тембр, фразові і логічні наголоси були використані для його передачі. Всі ці звукові елементи передачі інформації отримали назву *паралингвистические кошти*. Дослідники виділяють такі акустичні засоби, які супроводжують, що доповнюють і заміщають звуки мови: темп, висота, гучність, швидкість, ритмічність, паузи, інтонація, покашлювання, зітхання, стогони, тембр і ін.

Стан печалі зазвичай виражається падінням сили і дзвінкості голосу; швидка мова викликає уявлення про людину активному, енергійному, а низький глухий голос пов'язують з людиною цілеспрямованим, вольовим, рішучим.

Всі три типи міжкультурної комунікації - вербальна, невербальна і паравербального - тісно пов'язані один з одним. Невербальне спілкування доповнює і замінює вербальне, служить його регулятором. Паравербального спілкування доповнює два перших типи.

Учасники міжкультурної комунікації повинні вміти користуватися різними її видами і формами, отримуючи потрібну інформацію з різних джерел, і диференціювати її з точки зору значущості для ефективної взаємодії. Без правильного сприйняття, оцінки і взаєморозуміння різних форм комунікації цей процес може втратити сенс і навіть привести до стану конфлікту.

**Література:** 3,6,11

## **Тема 7. Параметри культури, що визначають крос-культурну комунікацію**

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, соціальна дистанція
5. Емоційні і нейтральні культури

### **Питання 1.**

Розрізняється 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 перемикаючись з одного на інше, цінність часу – ці і багато інших характеристик і аспектів, пов'язані з часом, кардинально різняться в країнах і регіонах світу.

Час є важливим показником темпу життя і ритму діяльності, прийнятих у тій або іншій культурі. Культура використання часу – головний організуючий чинник життя і комунікації, так як з допомогою часу люди висловлюють свої почуття, підкреслюють важливість своїх вчинків і дій. Кожній культурі притаманна своя система використання часу, що надзвичайно важливо для кроскультурної комунікації.

Сприйняття часу як односпрямованого вектору, можливість виміряти час грошима створюють відчуття, що часом можна управляти, причому цілком раціонально. Зокрема, 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 тощо. Час і бізнес у даному випадку плануються цілком раціонально, без акценту на міжособистісні відносини та емоційного забарвлення.

З точки зору ведення бізнесу той факт, що час вважається лінійним вектором, спрямованим з минулого в майбутнє, означає наступне:

– майбутнє бізнесу, як і майбутнє окремої людини, можна передбачити, а це зумовлює можливість планування стратегічного розвитку компанії на осяжний період;

– можливо сформулювати призначення бізнесу та його основну мету, а це уможливорює не тільки визначення чітких фінансових показників,

показників частки ринку, задоволеності споживача тощо, але і планування часу, необхідного для їхнього досягнення;

- можливо виміряти кількість ресурсів (людських, фінансових, матеріальних), необхідних для того, щоб досягти поставлені цілі;

- можливо скласти графік руху до мети з розбивкою його на певні відрізки часу, етапи або стадії;

- ставлення до часу як до ресурсу, яким можна і потрібно управляти, зумовило розвиток одного з найбільш популярних наразі напрямків самоменеджменту – «Управління часом» (Time management).

## **Питання 2.**

Р. Льюїс, досліджуючи типологію культур, бере за основу бажаний тип організації активності: культури моно-активні, реактивні і поліактивні.

Перша змінна відображає, орієнтовані чи члени даної культури на власну діяльність - її цілі та наслідки, - або на діалог з партнером. В активних культурах актор (так прийнято називати діючого суб'єкта) діє, враховуючи позицію іншої сторони (в переговорах або в спільних проектах) насамперед як відповідну реакцію на свої дії. Виходить він при цьому з своїх власних інтересів і цілей. Такі культури Р. Льюїс називає промовистими.

На противагу цьому, в реактивних культурах актор намагається, перш за все, зрозуміти прагнення іншої сторони, а потім сформулювати власні цілі і власну програму дій, які спочатку враховують думку партнера. Реактивні культури, в термінології Льюїса, культури тих, хто слухає. До першого типу відносяться більшість європейських і північноамериканських культур. До другого - культури країн Південно-Східної Азії, культури країн Скандинавії (Швеції, Фінляндії), а також Туреччини.

Друга змінна у Льюїса відноситься тільки до активних культур. До моноактивних культур належать такі, в яких прийнято здійснювати діяльність з реалізації якого-небудь проекту або з ведення переговорів послідовно, етап за етапом досягаючи заздалегідь поставленої мети. У одиницю часу прийнято здійснювати тільки один вид діяльності і не переходити до іншого проекту або іншого етапу проекту (іншого сюжету в переговорах), не завершивши розпочатого. До цього типу належать північноамериканська культура та культури країн Північної Європи (Німеччина).

Навпаки, в поліактивних культурах прийнято здійснювати декілька видів діяльності одночасно, чергуючи в певному часовому інтервалі (протягом дня, тижня або року) роботу не тільки над різними фазами одного проекту (якщо це можливо технологічно), а й над різними проектами, не чекаючи завершення більш ранньої фази або раніше розпочатого проекту. У це коло входять культури країн Південної Європи (Іспанія, Португалія, Греція).

На жаль, Р. Льюїс не тільки не обґрунтовує вибір саме даних змінних для типології, але навіть не формулює їх у явному вигляді. Не знаходить пояснення і той факт, що розподіл на полі-активні і моноактивні культури відноситься тільки до культур мовця і не відноситься до тих, хто чує. Автор показує, що три виділені їм типи культур - моноактивні, поліактивні і реактивні - розрізняються не тільки за основними ознаками, які покладені в основу типології, а й за іншими параметрами, що характеризує культури. Р. Льюїс виділяє три

найважливіших, на його погляд, параметра:

ставлення до інформації;

ставлення до часу;

ставлення до влади.

Для кожного типу характерні специфічні форми прояву цих установок.

Культури різняться в залежності від того, які джерела інформації воліють використовувати належні до них люди. У поліактивних культурах перевага віддається неформальним джерелам (плітки, приватні думки, і т.д.). У моноактивних культурах надійним джерелом вважаються формалізовані бази даних. Реактивні культури використовують обидва типи джерел в однаковій мірі.

Ставлення до використання часу, мабуть, найважливіший показник, за яким розрізняються типи культур. Моноактивні культури мають в своїй основі модель лінійної квантифікації часу. Теза «Час - гроші» характерна саме для моноактивних культур, оскільки зіставляє дві кількісні змінні. Звідси пунктуальність членів моноактивних культур - для них втрата часу аналогічна втраті грошей, які можна заробити за цей час. При цьому час (як і гроші) сприймається як величина об'єктивна, яка не залежить від сприйняття і цінностей кожної конкретної людини.

У поліактивних, так само, як в моноактивних культурах, час сприймається як односпрямований процес, поточний з минулого в майбутнє. Однак, на відміну від моноактивного, цей процес значною мірою суб'єктивний. Важливість, значимість, а до певної міри і протяжність того чи іншого інтервалу часу визначаються не за об'єктивної шкалою, а по тому, в якій мірі діяльність індивіда в цьому інтервалі задовольняє його насущним потребам. Тому саме по собі вимога пунктуальності не настільки істотна в поліактивних культурах; набагато цінніше, щоб відбулася важлива подія, призначена на цей проміжок. Неважливо, що воно почалося із запізненням, а закінчилося взагалі пізно вночі.

У реактивних культурах переважає циклічна модель часу. Ставлення до часу вельми економне, але воно принципово відрізняється від лінійної моделі моноактивних культур. У реактивних культурах велике значення має повне і послідовне дотримання ритуалу, в той час як в моноактивних - досягнення конкретної поставленої мети.

### **Питання 3.**

Наступним параметром порівняння різних культур є *ставлення до природи*. Представники різних країн по-різному ставляться до навколишнього середовища. Одні агресивно добувають всі можливі ресурси з надр, вважаючи себе «господарями природи», тим самим травмуючи її. Інші борються за порятунок навіть найменших ділянок родючих країв, вірячи в те, що природа існує не для бездумного споживання, а всього лише підтримки нашого життя.

Варіант 1. Природа (навколишнє середовище) розглядається як підпорядкований 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 розвинутих країн. Так, наприклад, вода у 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.

Сьогодні втручання в природу, прагнення змінити її відповідно до потреб людини проявляються переважно у більш м'якій і цивілізованій формі. Однак багато проблем, пов'язаних з погіршенням навколишнього середовища в результаті діяльності людини, продовжують загострюватися. Гігантський острів зі сміття, що виник у 1950-ті рр. і розростається наразі гігантськими темпами, має безліч назв: «Велика тихоокеанська смітцева пляма» (Great Pacific Garbage Patch), «Тихоокеанський сміттеворот» (Pacific Trash Vortex), «Північна тихоокеанська спіраль» (North Pacific Gyre), «Тихоокеанський смітцевий острів». Його швидке зростання пов'язане з особливостями Північно-Тихоокеанської системи течій. Маса смітцевого острова становить понад 3,5 млн т, а його площу можна порівняти з площею штату Техас. Острів складається із скупчення пластикових пляшок і пакетів, запальничок, зубних щіток, різних інших предметів. Виною створення острова став викид сміття з кораблів і нафтових платформ, а також з суші. Якщо взяти до уваги, що пластикова пляшка розкладається протягом тисячі років, йдеться про серйозну проблему.

Варіант 2. На протилежному полюсі можна спостерігати фаталістичне, підлегле ставлення людини до природи. Для прихильників цього підходу характерне відчуття незахищеності перед стихією, що супроводжується почуттям страху перед силами природи. Зазвичай цей підхід до навколишнього середовища є домінуючим в країнах з низьким рівнем освіти та 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 довкіллям. Ніхто не має права змінювати природу, керуючись особистими інтересами. Необхідно підлаштовуватися під закони природи. Такий підхід найбільшою мірою характерний для культури Японії та деяких країн Південно-Східної Азії. Ставлення людини до природи знаходить відображення у стереотипах поведінки та оцінки подій, що відбуваються, причому залежно від того, як людина ставиться до навколишнього середовища, оцінки одних і тих же явищ або навіть матеріальних предметів можуть бути діаметрально протилежними.

Ці три підходи добре ілюструються різним ставленням людей до постановки цілей. При першому підході (панування людини над довкіллям) 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 вважається, що людина не має можливості зробити багато для їхнього досягнення. При третьому підході (життя у гармонії з природою) цілі узгоджуються з оточенням, широко поширена практика коригування спочатку поставлених цілей, а в разі, якщо цілі не досягнуто, покарань не передбачається.

#### **Питання 4.**

Зміна відстані між мовцями є невіддільною частиною комунікативного

зв'язку. Просторові зміни призводять до зміни тональності спілкування, надають йому інших акцентів. Основні категорії проксемики – це міжособистісна дистанція (відстань між комунікантами під час спілкування) та просторова орієнтація (орієнтація співрозмовників відносно один одного). Міжособистісний простір – відстань, яку неусвідомлено встановлюють під час безпосередньої комунікації між людьми. Часто успіх спілкування певною мірою залежить від комфортності дистанції, котру займають учасники комунікативного акту. Міжособистісний простір – це і місце перебування співрозмовників. Воно враховує претензії кожної людини на наявність власного «життєвого простору», який окреслюють із допомогою жестів, особистих речей. Порушення цього простору може дратувати, призводити до неетичної поведінки співрозмовника. Дистанція спілкування має смислове навантаження як складова частина комунікативної ситуації. Відстань між співрозмовниками у процесі комунікації залежить від багатьох чинників: від спрямування спілкування, від різних характеристик суб'єктів спілкування (їхнього віку, соціального статусу, близькості, психолінгвістичних особливостей, національних звичаїв тощо). За даними засновника просторової психології Е. Холла дистанція між співрозмовниками залежить від виду взаємодії та може бути таких видів: інтимна дистанція (відповідає інтимним стосункам) – до 0,5 м; міжособистісна дистанція (при бесідах, спілкуванні з друзями) – 0,5–1,2 м; соціальна дистанція (притаманна неформальним соціальним і діловим стосункам) – 1,2–3,7 м; публічна дистанція – 3–7 м і більше. За будь-якого спілкування правильно обрана дистанція істотно впливає на його здійснення. Порушення просторового чинника (наприклад, вторгнення в інтимну зону іншої людини) значною мірою може позначитися на емоційному стані співрозмовників, вплинути на результативність та ефективність комунікації.

Різноманітні наукові дослідження показують, що культури відрізняються за своїми правилами щодо використання персонального та інтерперсонального простору. Е. Холл здійснює поділ культур на контактні та неконтактні. Контактні культури – це спільноти, у яких комуніканти знаходяться близько один до одного, тримають прямий візуальний контакт, частіше застосовують дотикові елементи та достатньо голосно розмовляють. Неконтактним культурам властиве зберігання особистого простору, тримання певної дистанції та невтручання в особистий простір співрозмовника. Цей поділ вказує саме на національно марковані ідіоетнічні ознаки проксемики як елемента міжкультурної комунікації. Дослідження також показали, що в більшості культурних спільнот необхідність у персональному просторі з віком зростає. Слід також зазначити, що гендерні просторові взаємозв'язки значно різняться залежно від етнокультурного походження. Знання культурних норм територіального управління та інтерперсональної просторової поведінки є важливим аспектом міжкультурної компетенції, що допомагає уникати стереотипних очікувань щодо просторових норм в окремому лінгвокультурному середовищі. Для успішної комунікації з іноземцями необхідно враховувати етнічні особливості їхньої особистої дистанції, оскільки незручну для співбесідника дистанцію під час розмови можуть несвідомо сприймати чи й свідомо трактувати як вторгнення в особистий «життєвий простір» або ж як відчуженість, небажання йти на зближення тощо.

**Тема 8. 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
4. Методологія соціологічних досліджень крос-культурних комунікацій

**Питання 2.**

Основним методом критичного підходу є аналіз текстів. Головна відмінність полягає в тому, що цей процес ґрунтується на аналізі та інтерпретації реальних культурних контактів. Звідси найбільш ефективним методом як вивчення, так і навчання крос-культурної комунікації виявився тренінг, який порівняно з класичними академічними формами організації навчального процесу більшою мірою відповідав специфічним вимогам і труднощам крос-культурного навчання завдяки своїй близькості до практики та інтенсивності. Іншими формами вважаються: біографічна рефлексія, польове спостереження, інтерактивне моделювання, рольові ігри, самооцінка, симуляції.

Метод біографічної рефлексії передбачає осмислення власної біографії з метою з'ясування основ своєї власної ідентичності та форм її прояву в повсякденному житті. За допомогою аналізу біографії та відтворення минулих життєвих ситуацій актуалізуються почуття і усвідомлюються події, що визначили формування особистості людини. Подібна робота над власною біографією допомагає рефлексувати різні сторони людської життєдіяльності, визначати природу ціннісних орієнтацій й інтересів і тому може застосовуватися при різних методологічних підходах.

Метод інтерактивного моделювання орієнтований на свідоме відтворення регулярно виникаючих різних індивідуальних і групових ситуацій крос-культурного спілкування. Глибше пізнаються інтереси взаємодіючих сторін, їхньої форми поведінки, розвивається здатність до сприйняття норм і цінностей чужої культури.

Метод самооцінки має на меті виділення певних типів поведінки під час крос-культурної комунікації і розгляд їх під відповідним кутом зору. Ця мета досягається за допомогою соціальних опитувань, структурованих спостережень і тестів. Отримані результати стають темами для аналітичних дискусій і обговорень про типи міжкультурної поведінки та їхні результати в крос-культурній комунікації.

Метод моделювання полягає в штучному створенні конкретних ситуацій крос-культурної комунікації і прогнозуванні можливих варіантів і результатів, виходячи з різних точок зору і аспектів.

Практика використання розглянутих методів дозволяє зробити висновок, що з їхньою допомогою можна порівнюватися дві або більше культури, акцентувати увагу як на загальних труднощах процесу комунікації, так і на конкретних випадках крос-культурної комунікації.

Використання даних методів у процесі навчання крос-культурної комунікації дозволяє підготувати представників різних культур до ефективних контактів з чужими культурами, навчити їх розуміти своїх партнерів по

комунікації і добиватися поставлених цілей та результатів.

## **Питання 2.**

Що слід розуміти під методологією крос-культурного аналізу? Питання є доволі актуальним з огляду на те, що предметний зміст та методологічні принципи крос-культурних досліджень мають доволі широке тлумачення включно з ототожненням понять "крос-культурне", "міжкультурне", "інтеркультурне" тощо без врахування їх змістовної особливості. Джерелами методології крос-культурного аналізу є компаративістський метод культурних досліджень, символічний інтеракціонізм Чиказької школи, біхевіористичний метод у психології (американський психолог Г. Тріандіс), а також теорія соціальних та культурних змін. Предметом крос-культурної психології та її головним завданням є виявлення залежностей поведінки людей від культурних чинників. Крос-культурна соціологія – синтез культурології та біхевіористської соціології (соціобіхевіоризм Дж. Міда). Синтез цих двох напрямів визначив головні теоретичні концепти крос-культурної психо

Робочим інструментом крос-культурного аналізу виступає поняття "культурна одиниця", введене Р. Нароллом для позначення "людей, які, розмовляючи однією мовою, належать або до однієї держави, або до однієї контактної групи". Об'єктом таких досліджень є "культурна одиниця", проте думки щодо її масштабу та кордонів різняться. Сам Р. Наролл запропонував розглядати локальну групу в певний історичний проміжок часу та досліджувати її в кордонах, в яких існують одна або більше взаємно зрозумілих членам цієї групи мов. Після встановлення існування мовних кордонів в обох напрямках (мова А і мова В) дослідник вправі заявити, що дві одиниці дійсно відмінні. Тріандіс включає в характеристику культурної одиниці три параметри: час, місце та мову культурних умов, що впливають на поведінку .

## **Питання 3.**

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. 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). 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

параметри кроскультурного порівняння.

Першим з них є *релігія*. Вона впливає на характер ділових зв'язків, організаційну структуру, на особливості споживання в різних країнах. Наприклад, згідно з ісламською релігією банківська система безвідсоткова і тому підтримується державою. Лихварство суворо заборонено, вважається найстрашнішим гріхом, так само як і гральний бізнес, лотереї, алкоголь, тютюн, свинина. Конфуціанство в свою чергу суттєво впливає на китайське суспільство. Це етико-філософське вчення відображає, з одного боку, принцип жорсткої нерівності між людьми, а з іншого – привносить колективізм та сімейні цінності. Особливістю бізнес-стосунків є необхідність «зберігати обличчя», не допускати ганьби або некоректної поведінки. Адже людські стосунки дуже цінуються не тільки в житті, але й у бізнесі.

Протестантська релігія закликає вбачати виконання обов'язку в мирській професії як найвище завдання морального життя людини. Тим самим обов'язки для людини стають її покликанням. Людина керує «...благами, довіреними їй милістю Божою, вона, подібно рабу в біблійній притчі, зобов'язана звітувати щодо кожного довіреного їй пфеніга...».

Православ'я в свою чергу пропагує схожу думку. Ділова діяльність розглядається не тільки і не стільки як джерело наживи, а як виконання завдання, свого роду місія, покладена Богом або долею. Щодо багатства, то Бог його дав у користування і жадає за нього звіту. При цьому не виключається підозріле ставлення до нього, аж до вважання нечесно заробленим.

Наступним параметром кроскультурного порівняння є *мова*, на якій прийнято розмовляти в країні, а також інші способи вербальної, паравербальної і невербальної комунікації, що використовуються під час встановлення відносин. Як було згадано раніше, певною мірою вона визначає свідомість і напрям мислення суспільства.

Вербальна комунікація здійснюється за допомогою слів і їхніх значень. Представити презентацію іноземному партнеру або провести бізнес-зустріч можливо лише за умов, володіння певними знаннями іншої культури і ретельного опрацювання свого виступу. Виступаючи, на свій погляд, переконливо і інформативно на діловій зустрічі, можна зіткнутися з несподіваною реакцією з боку іноземців.

Справа в тому, що відповідно з цінностями та особливостями іншої ділової культури деякі слова мають не один сенс. Тому необхідно чітко формулювати свої думки, які необхідно донести до співрозмовників, використовуючи загальнозрозумілі вираження. Паравербальна комунікація в свою чергу передбачає гучність висловлювання, значення мовчання і значимість перебивання один одного. Невербальна комунікація (її також називають мовою тіла) – це спілкування без слів.

У своїй книзі «Кроскультурний аналіз поведінки в бізнесі» Річард Р. Гестеланд наводить кілька прикладів паравербальної і невербальної

комунікації, незнання значень яких призвело до негативних результатів. Оповідач вісім років пропрацював у такій експресивній країні, як Італія на посаді менеджера з Південної Європи та Середземноморського регіону. Внаслідок чого він звик до місцевої ділової культури, яка є дуже емоційною.

У тих регіонах люди використовують велику кількість жестів і часто підвищують голос. Через деякий час був організований офіс і в Бангкоку і йому доручили допомогти місцевим менеджерам набрати персонал з тайців, включаючи жінок зі знанням англійської мови. Проблема полягала в тому, що після співбесід, жодна з тайських жінок не захотіла залишитися працювати в компанії. Після консультації з тайським помічником з'ясувалось, що місцеві жінки розмовляють зазвичай дуже тихим голосом, а його експресивна поведінка в тайській культурі свідчить про дуже сильну злість, у той час, як виразна жестикуляція і нестриманість - про можливі психічні розлади. виправивши вищезазначені помилки в комунікації з місцевим населенням, співбесіди стали проходити більш успішно і їм вдалося найняти кваліфікованих працівників обох статей.

У японців, наприклад, є своя ціла «тактика вислуховування». Коли вони сідають за переговори, обов'язково випрямляються, опускають голову, очі в низ, легка посмішка і трохи розхитуються. Посмішка, наприклад у тайській та японській культурі, що супроводжується плавною зміною теми, може свідчити про не прийняте остаточне рішення або відмову. А мовчання під час переговорів з делегацією зі Східної Азії може свідчити про однозначну відмову, без можливого перегляду справи. Так само існує поділ країн на діалогові та монологічні культури. До першої категорії відносяться в основному Західні країни. Наприклад, Україна. Її культура не виносить пауз. Люди починають відчувати себе не комфортно і намагаються заповнити їх. До другої категорії можна віднести Скандинавські країни, Азію, Естонію. Після кожного невеликого монологу в цих культурах потрібна пауза для осмислення, після чого буде продовження розповіді.

Третім параметром кроскультурного порівняння є використання **особистого і соціального простору**. У різних країнах свої поняття про ділові і інтимні зони. У багатьох країнах прийнятну відстань становить 1-1,2 метра. Скандинави, англосакси і німці, наприклад, переважно сприймають відстань 1,2 метра від себе, для близьких друзів і родичів робиться виняток у вигляді радіусу 0,5 метра. Для Кавказу, Латинської Америки, Арабських країн допустима відстань менше метра. В Азіатських країнах воліють мінімальну тактильність.

Наступним параметром порівняння різних культур є **ставлення до природи**. Представники різних країн по-різному ставляться до навколишнього середовища. Одні агресивно добувають всі можливі ресурси з надр, вважаючи себе «господарями природи», тим самим травмуючи її. Інші борються за порятунок навіть найменших ділянок родючих країв, вірячи в те, що природа існує не для бездумного споживання, а всього лише підтримки нашого життя. .

І останнім параметром кроскультурного порівняння є **ставлення до формальностей**. Існує дві групи культур. Перша з них – формальні культури. До неї входить більшість країн Європи та Азії, регіон Середземного моря, Арабський світ і Латинська Америка. Для таких країн характерні суворі

ієрархії, які відображають основні відмінності у статусі і владі.

Неформальні культури, є повною протилежністю першої групи. У них більше цінується егалітарна організація, тобто в якій всі рівні, з незначною різницею в статусі і владі. Представники таких країн: Австралія, Данія, США, Канада, Норвегія, Ісландія, Нова Зеландія. Так як формальність бізнес-відносин ґрунтується на побудові ієрархічних відносин, це може стати досить частою проблемою для країн, що належать до різних груп формальності.

Через прямо протилежне уявлення про культурні цінності цим двом групам дуже складно зрозуміти один одного під час переговорів. Ділові партнери, наприклад Азії, Латинської Америки, не зрозуміють, з їхньої точки зору, не шанобливого, панібратського ставлення з боку США, Канади та інших, що належать до неформальної культури країн, і можуть бути цим сильно ображені, тим більше, якщо члени делегації мають високий статус. Члени неформальної культури в свою чергу можуть вважати їх нудними і не цікавими.

#### **Питання 4.**

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 та дослідницькі процедури. 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 слабо 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 підвалин порівняння У крос-культурних дослідженнях одиницями аналізу можуть виступати країни або культури. Джерелом емпіричних даних можуть бути респондентипредставники 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. При цьому

дослідник бере до уваги всю сукупність чинників, розглядаючи можливі залежності між ними за принципом казуальності, в якому визначальним виявляється типова для біхевіоризму модель "стимул – реакція". 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 соціальної поведінки [2, р. 9]. 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 підвалинами порівняння, які повинні бути інваріантними категоріями<sup>3</sup>. Вони повинні бути однаково застосовані та зрозумілими в культурах, що вивчаються. Це і створює проблему. 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 Клакхон 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, за смыслом схоже на партикуляризм – універсалізм Т. Парсонса. Вимоги до побудови вибірки

Складним питанням є врахування у вибірці рівня гомогенності культурної групи, коли учасники опитування мають бути адекватними представ- 3 Серед найбільш відомих методів дослідження соціальних цінностей варто назвати методику М. Рокіча, яка ґрунтується на методі ранжування; методику парних зрівнянь А. Едвардса "список особистих вподобань"; метод оцінки висловлювань покладений в основу запитальника С. Морріса "Способи життя"; метод вибору з кількох альтернатив – респондент має зробити вибір на користь тієї чи іншої цінності (запитальник "Вивчення цінностей" Г. Олпорта; запитальник Ф. Клакхон і Ф. Стродтбека; запитальник "Цінності особистості" Л. Гордона). 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 позакультурними змінними. У реальній практиці проведення крос-культурних досліджень доволі складно визначити, де саме закінчуються фактори культури і починаються позакультурні фактори. У багатьох випадках демографічні позакультурні відмінності є складовими культури і тому не можуть бути виключені з дослідження. Відтак дослідники мають бути поінформованими про позакультурні 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. Деякі дослідники називають цей тип вимірювань "функціонально еквівалентними", щоб відрізнити від так званих "ідентичних вимірювань". 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. Істотним 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.

**Література:** 2, 4, 9, 12.

## **Тема 9. Крос-культурні комунікації в сфері економіки та бізнесу**

### **Питання лекції:**

1. Специфіка крос-культурних комунікацій в економічній сфері.
2. Крос-культурний менеджмент та івент-менеджмент
3. Особливості крос-культурного спілкування під час ведення бізнесу

### **Питання 1.**

Кожен народ має свої культурні традиції, свій національний характер. Успішність ведення бізнесу залежить не лише від правильно обраної бізнес-моделі, організаційної структури компанії, джерел фінансування, але й від особливостей та ефективності функціонування неформальних інституцій зовнішнього середовища. Сутність та особливості бізнес-культури багатьох країн досліджували різні вчені. Зокрема, бізнес-культуру визначають як систему норм і цінностей, ставлення людей до праці та культуру сучасного підприємця. Сучасний світ є мультикультурним і мультинаціональним і, незважаючи на процеси глобалізації, специфічні особливості, надає українському бізнесу величезні можливості реалізувати свій потенціал. Завдяки бізнесу – малому, середньому, великому – відбувається розвиток країни за усіма напрямками народного господарства: розвивається національна економіка, наука, виробництво, зростають соціальні стандарти, добробут населення, розвивається культура і мистецтво. Феномен культури безпосередньо впливає на результати бізнесу, досягнення його проміжної та кінцевої мети. Крос-культурні аспекти можуть як суттєво допомогти, так і серйозно завадити цьому процесу. Сьогодні можна виокремити цілу низку передумов для обґрунтування необхідності врахування крос-культурних аспектів у процесі формування бізнес-культури. Одним з ключових чинників, що актуалізують потребу у застосуванні концепції крос-культурного менеджменту в Україні, є наявність значної кількості транснаціональних корпорацій, які працюють у нашій країні. При чому частина з них не тільки має представництва, але й розміщує в Україні виробництво, створюючи робочі місця. Втім, до початку воєнного стану в Україні офіційно проживає близько чверті мільйона іноземців, багато з яких працюють у нашій країні, а, водночас, всі вони є клієнтами багатьох українських підприємств і організацій. До основних глибинних причин виникнення бар'єрів ділових крос-культурних комунікацій зараховують такі: – 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 загальноприйнятні). Країни слов'янської етнічної групи мають свої особливості, порівняно із іншими етнічними групами, але водночас кожна з них має свої культурні та ментальні моделі, що впливають на культуру ведення бізнесу. Відтак потрібно знати, як їхні представники сприймають інших людей, який підхід та їхнє ставлення до виконання досягнутих домовленостей. Культурні особливості певною мірою впливають на ведення бізнесу в цих країнах, що виявляється в бізнес-культурі,

яка є частиною нематеріальної економіки, визначає взаємостосунки в бізнес-середовищі на основі трудових загально-корпоративних, національних цінностей і спроможна впливати на успішність та розвиток суб'єкта господарювання, що цілком відбиває особливості культурного та бізнес-середовища країн. Країни Чехія, Угорщина, Польща та Україна хоч і схожі внаслідок спільного історичного минулого, все ж зберігають свою національну та культурну ідентичність. Обов'язковою вимогою сучасного здійснення бізнес-процесів є знання декількох мов. Англійська мова є домінуючою, оскільки великий відсоток ділового листування, переговорів здійснюється цією мовою. Дослідження переконують, що молоде покоління загалом знає англійську мову, але іноземні бізнес-партнери повинні бути готові до того, що не все може бути зрозуміле українським колегам і рекомендовано потурбуватися про залучення перекладача. Удосконалення знань з ділової англійської мови буде суттєвою перевагою для українських представників бізнесу під час переговорів. Звичайно, більш ефективно проводити переговори без перекладача, оскільки це сприяє встановленню особистісного контакту. Люди відчувають, що їх розуміють, і це сприяє формуванню довіри на особистісному рівні. Відсутність потреби у перекладачі вказує на високий професійний рівень, що неодмінно справить позитивне враження на іноземних колег. Навіть народи-сусіди, що сповідують одну релігію, часто мають істотні розбіжності в мові і звичаях. Неважко уявити, які труднощі можуть виникнути під час спілкування мешканця Західної Європи з представником Японії – країни, порівняно недавно відкритої для європейців, яка й досі залишається для них таємничою і незбагненою. Бізнес-культури багатьох північних європейських країн орієнтовані на угоду. Загалом у цьому простежується закономірність: чим експресивніша культура, тим більшою мірою ділова сфера залежить від міжособистісних взаємин і неформальних контактів. Крім того, жителі країн Південної Європи більш схильні до поліхронності, тобто досить відповідальне ставляться до часу. Найстриманішими бізнес-культурами Європи, де особливо цінується фактор часу, є британська і німецька. Феномен культури безпосередньо впливає на результати бізнесу, досягнення його проміжної та кінцевої мети. Важливий внесок у формування сприятливого бізнес-середовища і визначення етичних норм мають держава, соціально-політичні інститути, засоби масової інформації, освітні заклади. Підприємці зі світовим ім'ям вважають, що вивчення різних ділових культур – це не просто хороша ділова практика, а один з ключових аспектів конкурентоспроможності в майбутньому.

## **Питання 2.**

Івент-менеджмент (event management) – це організація та управління подіями, заходами чи акціями, спрямованими на досягнення певних цілей. Це може включати широкий спектр подій, таких як ділові конференції, виставки, концерти, спортивні заходи, корпоративні вечірки, презентації, фестивалі, весілля та інші заходи. Основні завдання івент-менеджменту включають:

Планування: визначення цілей заходу, складання бюджету, вибір формату та майданчика, розробка програми та таймінгу.

Організація: пошук та координація підрядників, оформлення майданчика,

забезпечення технічного супроводу (світло, звук, відео), харчування, транспорт, безпека та інше.

Маркетинг та просування: розробка стратегії просування події, залучення учасників чи гостей, використання реклами, соціальних мереж, PR та інших інструментів.

Управління заходами на місці: контроль за виконанням програми, координація всіх учасників та підрядників, вирішення проблем, що виникають.

Оцінка та аналіз: збір відгуків, оцінка ефективності заходу, досягнення поставленої мети, фінансовий аналіз.

Івент-менеджери займаються координацією всіх етапів підготовки та проведення заходів, щоб створити максимально комфортні умови для учасників та забезпечити успішне досягнення цілей організаторів.

Крос-культурний менеджмент – це здатність управляти різними поглядами, культурами, релігіями та звичками людей для досягнення найкращих результатів у бізнесі. За словами Ацуші Фунакави, крос-культурний менеджмент досліджує, як люди та організації у глобальному середовищі враховують культурні розбіжності, що виходять за межі однієї країни. Ричард Мід розглядає це явище глибше і визначає крос-культурний менеджмент як співпрацю з представниками інших культур, максимальну толерантність до розбіжностей і визнання пріоритетів партнерів-іноземців при розробці спільних пріоритетів. На думку Ненсі Адлер, крос-культурний менеджмент досліджує поведінку людей в організаціях по всьому світу, описує організаційну поведінку в різних країнах і культурах, порівнює різні моделі цієї поведінки та намагається зрозуміти і покращити взаємодію між працівниками, клієнтами, постачальниками та партнерами з різних країн і культур.

Визначення поняття «крос-культурні комунікації» може варіюватися залежно від підходу різних авторів та дослідників, ось деякі з них: Едвард Т. Холл – Контекстуальний підхід: Холл наголошує на важливості контексту в комунікаціях, виділяючи високо-контекстуальні та низько-контекстуальні культури. Він стверджує, що крос-культурні комунікації включають розуміння того, як контекст впливає на спілкування між представниками різних культур.

Герт Хофстеде – Міжкультурні відмінності: Хофстеде досліджує, як національні культури впливають на комунікацію. Він визначає крос-культурні комунікації як процес обміну інформацією між людьми з різних культур, який враховує культурні відмінності у значеннях, поведінці та цінностях.

Фонс Тромпенаарс і Чарльз Хемпден-Тернер – Культурні дименсії: Тромпенаарс і Хемпден-Тернер розглядають крос-культурні комунікації як взаємодію, що враховує сім вимірів культури (наприклад, універсалізм проти партикуляризму, індивідуалізм проти колективізму).

Стенлі Крозер та Річард Гест – Інтерактивний процес: Крозер і Гест визначають крос-культурні комунікації як інтерактивний процес, в якому учасники з різних культур намагаються обмінятися значеннями і сенсами, враховуючи свої культурні відмінності і спільні риси.

Мілтон Беннетт – Модель розвитку міжкультурної чутливості: Беннетт пропонує модель, де крос-культурні комунікації є процесом, що розвивається від етноцентризму до етнорелятивізму. Це означає, що людина поступово розширює свою здатність розуміти і поважати інші культури, що є ключовим



для ефективних крос-культурних комунікацій.

Сара Бредфорд Імхоф – Практичний підхід: Імхоф розглядає крос-культурні комунікації як сукупність навичок і знань, які дозволяють людям ефективно спілкуватися і працювати в мультикультурному середовищі. Вона підкреслює важливість практичного досвіду і навчання у цьому процесі. Ці визначення демонструють різноманітність підходів до розуміння крос-культурних комунікацій, акцентуючи увагу на різних аспектах: контекст, культурні виміри, інтерактивні процеси, розвиток чутливості та практичні навички. Можемо сказати що на нашу думку крос-культурні комунікації представляють собою навички комунікації між співробітниками з різних країн та національностей, а також взаємодію різних культур незважаючи на їх відмінності.

### **Питання 3.**

Центральною навичкою в будь-якому міжкультурному спілкуванні є здатність сприймати дійсність по-іншому, ніж це визначено власною культурою. Однією з найефективніших вправ для розвитку такої емпатії та зменшення парокіалізму і проєкції подібності є зміна ролей. Уявіть себе іноземним бізнесменом. Уявіть, з якої ви родини, скільки у вас братів і сестер, в яких соціально-економічних умовах ви виростили, яку освіту отримали, як обрали свою професію і досягли успіху в кар'єрі, як познайомилися зі своїм партнером, які ваші цілі в організації та житті. Відповіді на ці питання допоможуть вам побачити інших людей такими, якими вони є насправді, а не як відображення вас самих. Це дозволить вам побачити як подібності, так і відмінності, а не уявляти подібність, коли насправді існують розбіжності. Крім того, вправа зі зміни ролей допомагає бізнесменам, орієнтованим на вирішення завдань, сприймати іноземця як цілісну особистість, а не просто як людину на посаді з набором навичок, необхідних для виконання конкретного завдання.

Зазвичай, крос-культурні комунікації розглядаються в бізнес-контексті. Цей напрямок є особливо затребуваним у бізнесі, оскільки крос-культурні комунікації допомагають уникнути непорозумінь та конфліктів, що можуть виникати через незнання культурних особливостей. Особливої уваги цей процес потребує в подієвому менеджменті, оскільки організація заходів у різних країнах суттєво відрізняється. Співвіднесення понять «міжкультурна комунікація», «крос-культурна комунікація» та «бізнес-комунікація» ґрунтується на процесі передачі інформації про спільну діяльність. Однак міжкультурна комунікація часто має «патологічний характер», оскільки учасники можуть мати різні культурні та соціальні досвіди, що призводить до різного розуміння бажаного, табуованого та очікуваного в поведінці співрозмовника. Це може викликати неправильну інтерпретацію як вербальної, так і невербальної поведінки під час спілкування між представниками різних культур. У процесі організації заходів важливими є такі аспекти, як колір одягу, поведінка та інші культурні ознаки. На наш погляд, бізнес-комунікація подібна до міжкультурної комунікації, оскільки навіть при використанні однієї мови носії різних корпоративних культур можуть відчувати труднощі через відсутність спільних образів у свідомості, особливо в подієвому менеджменті. Основна відмінність між міжкультурною комунікацією та бізнес-комунікацією

полягає у ступені виявлення міжособистісних характеристик співрозмовників. У багатьох культурах прийнято переводити переговори з офіційної сфери в більш особисту, наприклад, через неофіційні зустрічі, подарунки, або різноманітні заходи. Це особливо актуально при організації заходів у подієвому менеджменті. Тому межа між міжкультурною комунікацією і бізнес-комунікацією є умовною, особливо коли йдеться про міжкультурну бізнес-комунікацію.

Бізнес-комунікація в подієвому менеджменті є складним і багатограним процесом з об'єктивними та суб'єктивними аспектами, що характеризується різними вербальними та невербальними параметрами. Від звичайної комунікації вона відрізняється чіткою регламентацією та орієнтованістю на вирішення конкретних завдань при організації заходів. Крос-культурна бізнескомунікація являє собою особливий соціальний феномен, що охоплює різні форми взаємодії представників різних культур і національностей. Хоча поняття «крос-культурний» і «міжкультурний» синонімічні та належать до одного семантичного поля, вони принципово різні. Термін «міжкультурний» використовується для позначення взаємодії між двома культурами і стосується подій, що відбуваються між двома комунікантами. Конфлікти та контакти є міжкультурними. Натомість, термін «крос-культурний», походить від англійського слова «to cross» (перетинати, переходити), і стосується технологій, тактик та характеристик, що можуть застосовуватися до кількох культур одночасно. Взаємодія є міжкультурною, коли залучені дві культури, але може бути крос-культурною, якщо включено декілька культур.

## **Тема 10 Етика ведення ділових переговорів у крос-культурній комунікації**

### **Питання лекції:**

1. Особливості сучасного ділового етикету. Основні етичні принципи ділового протоколу.
2. Переговори як комунікативний процес. Проведення переговорів з партнерами.
3. Ділове спілкування: поняття, особливості. Функції та рівні ділової комунікації.
4. Публічний виступ. Виступ перед аудиторією як комунікативний процес.

### **Питання 1.**

Розвиток компетенцій ведення переговорів у сучасному світі є невід'ємною запорукою успіху, що зумовлює необхідність вивчення комунікаційного процесу з погляду різних наук – психології, філософії, соціології, менеджменту тощо. У світовій практиці значна кількість міжнародних проектів залишається не реалізованою через неврахування культурних особливостей сприйняття інформації, поведінки з іноземним партнером. Наслідок неефективно проведених переговорів з представниками іноземних компаній – не підписання контракту, конфлікти або зменшення переваг від зовнішньоекономічної діяльності.

При проведенні переговорів можуть використовуватися різні способи та прийоми, що впливають на прийняття рішення опонентом. У спілкуванні

представників однієї культури використання таких прийомів є зрозумілішим з огляду на більшу схожість світосприйняття співрозмовників. Як відомо, у процесі комунікації інформація, що передається відправником (одним із співрозмовників) не є тотожною інформації, яку усвідомив її отримувач (іншим співрозмовником). На це впливає ряд чинників, зокрема особливості світосприйняття, що значно відрізняється між представниками різних культур. Одні й ті самі зображення, жести, символи можуть трактуватися по-різному. Саме тому перед тим як починати ділові переговори, необхідно вивчити особливості культури співрозмовника. Існує багато підходів щодо групування культур за певними ознаками. Найбільш використовуваними є підходи Е. Хола, Г. Хофстеде та Р. Льюїса. Е. Хол поділив культури за двома ознаками:

1. Низько- та високо-контекстуальні культури. Високо-контекстуальною є культура, в якій більшість інформації визначається немовним контекстом – поведінкою, особистим враженням, статусом тощо. При веденні переговорів з представниками даних культур важливо досить ретельно підготуватися до зустрічі, встановити довірливіші зв'язки ще до початку переговорів. При цьому спілкування буде не завжди стосуватися безпосередньо бізнесу, адже співрозмовнику важливо не тільки вивчити ретельно бізнес-пропозицію, але й встановити надійні партнерські зв'язки. Без останніх і реалізація спільної справи іноді стає неможливою. У низько-контекстуальній культурі більше значення надається словам, а не контексту розмови. Представники такої культури висловлюються чітко, по справі, відкрито виражаючи своє незадоволення, у переговорах лояльніше ставляться до партнерів, які чітко та без прихованих змістів відповідають на поставлені запитання.

2. З монохронним або поліхронним сприйняттям часу. Представники культур з монохронним сприйняттям часу схильні виконувати все послідовно, внаслідок чого запізнення на зустріч та зірвання термінів не є характерним для них. Поліхронне сприйняття часу означає виконання одночасно кількох справ, як результат можливі відхилення від часу.

3. Контактні та дистантні культури. Представники першого типу культур комфортно почувають себе на маленькій відстані, що певною мірою є ознакою довірливих стосунків, у той час як представники другого типу культур цінують особистий простір і значно більшу відстань.

Г. Хофстеде виділив більше критеріїв при поділі культур, що є важливим для глибшого розуміння партнерів: 1. Дистанція влади, що коливається від низької до високої. При низькій дистанції власті між людьми різними за ієрархією встановлюються більше партнерські відносини, що ґрунтуються на взаємовідповідальності та довірі. При високій – відчувається статусність, можуть бути прояви тоталітаризму. При плануванні ділових переговорів з представниками культури з високою дистанцією влади потрібно, при можливості, на зустріч делегувати представника з подібним до опонента або вищим статусом. 2. Індивідуалізм/колективізм – здатність орієнтуватися, в першу чергу, на власні або колективні інтереси. При веденні переговорів варто розуміти, що деякі культури при прийнятті рішення будуть обов'язково радитися з колегами. 3. Маскулінність/фемінність – здатність при прийнятті рішень проявляти «чоловічі» або «жіночі» риси характеру. Залежно від прояву цієї ознаки можливо використовувати різні психологічні прийоми, здатні

викликати у партнера необхідні почуття, що вплинуть на прийняття рішення.

4. Довго- або короткотермінова орієнтація – здатність ставити далекосяжні цілі.

5. Уникання невизначеності, що характеризується ступенем схильності до ризику та уникання незрозумілих ситуацій. Для представників з високим індексом уникання невизначеності при веденні ділових переговорів потрібно максимально продемонструвати надійність пропонуваної ідеї.

6. Індульгенція – міра, в якій представники різних культур здатні контролювати свої імпульси та бажання. Р. Льюїс поділив культури на моно-, полі- та реактивні. Представники моноактивної культури орієнтовані на чітке планування діяльності та її сумлінну реалізацію відповідно до встановлених термінів. Для представників поліактивної культури притаманні такі риси, як нестриманість, схильність до спілкування, що прямо не стосується порушеної на переговорах проблеми, здатність виконувати кілька справ одночасно, імпульсивність. Представники реактивної культури демонструють шанобливість, уважність, повільність у прийнятті рішень, відповідально ставляться до своєї репутації.

## **Питання 2.**

Переговори є важливою складовою нашого життя, хоча ми над цим не задумуємось. Ми постійно про щось домовляємось, спілкуючись, намагаємось вирішити ті чи інші питання в сім'ї, в діловій сфері тощо. За допомогою переговорів визначають позицію сторін, досягають згоди та залагоджують суперечності.

Переговори – це метод досягнення угоди шляхом ділового спілкування, коли обидві сторони мають як спільні, так і протилежні інтереси.

Структурні елементи переговорів є такими:

1. Докомунікативний етап:
  - збір інформації;
  - аналіз проблеми;
  - визначення мети і задач;
2. Комунікативний етап:
  - представлення сторін;
  - виклад проблем і мети;
  - діалог учасників (уточнення, обговорення, узгодження інтересів);
3. Посткомунікативний етап:
  - аналіз переговорів.

### ***Підготовка до ведення переговорів***

Автор книги “Як вціліти серед акул” мільонер Харві Маккей вважає, що переговори виграє той, у кого більше інформації, кращий план і вища майстерність. Отже, на перший план цей знавець переговорного процесу висуває ретельну підготовку.

Підготовка до переговорів проводиться у двох напрямках: змістовому і організаційному.

Організаційними питаннями підготовки переговорів є:

- визначення часу ( фахівці з переговорного процесу вважають, що найкращий час зустрічі – задовго до чи за півгодини після обіду; у середу

чи четвер, тобто у середині робочого тижня, а не на його початку чи в кінці);

- регламент переговорів ( як правило, 1,5-2 години);
- місце зустрічі ( це може бути приміщення кожної зі сторін по черзі або нейтральна територія; офіс має бути підготовлений до зустрічі: стіл (краще круглої форми), нотатники, олівці, стакани, вода, попільниці);
- склад делегації (керівник та співробітники, що компетентні у питаннях, які будуть обговорюватися).

На важливості підготовчого етапу переговорів акцентується в книзі Р. Фішера та Д. Ертель “Підготовка до переговорів”. На думку авторів, найбільш ефективним є системний підхід при підготовці до ведення переговорів, який полягає в необхідності “охопити” весь процес переговорів. Гарний результат переговорів може розглядатися як сума семи елементів.

- *Інтереси.* В переговорному процесі, ми хочемо досягти результату, який би відповідав нашим інтересам – те, що ми потребуємо або що цінімо. Чим більше ми будемо думати про свої інтереси заздалегідь, тим більша ймовірність того, що ми зможемо їх задовольнити.
- *Опції.* Під опціями розуміються можливі варіанти договору або частини можливого договору. Чим більше опцій ми здатні покласти на стіл переговорів, тим більша ймовірність того, що там виявиться та, яка зможе примирити наші різні інтереси.
- *Альтернативи.* Гарний результат повинен бути кращим, ніж люба альтернатива, наявна за межами столу ведення переговорів. Перед тим, як поставити підпис під угодою (або відхилити її), потрібно мати повне уявлення про те, що ми в змозі ще зробити.
- *Легітимність.* Ми не хочемо, щоб з нами поводитися несправедливо, не хочуть цього і інші люди. Тому корисно буде знайти зовнішні стандарти, які могли би використовуватися як меч для переконання інших, що з ними поведуться справедливо, і як щит для захисту себе від неправильної поведінки протилежної сторони.
- *Комунікація.* За рівних умов результат переговорів буде кращим, якщо він буде досягнутий уміло, що вимагає гарного двостороннього зв’язку, оскільки кожна із сторін переговорів бажає впливати на іншу. Нам необхідно заздалегідь продумати те, що ми можемо почути і що нам потрібно сказати.
- *Взаємовідносини.* Гарний результат переговорів приведе до того, що наші робочі взаємини скоріше покращаться, ніж погіршаться. Підготовка дає можливість врахувати фактор людської взаємодії – подумати про людей за переговорним столом. Ми повинні мати принаймні деяке бачення того, як налагодити такі стосунки, які полегшують, а не перешкоджають досягненню угоди.
- *Зобов’язання.* Якість результату переговорів оцінюється, окрім того, за змістом і реальністю обіцянок, які будуть на них дані. Цих зобов’язань, вочевидь, буде легше дотриматись, якщо ми продумаємо заздалегідь конкретні обіцянки, які реально, з точки зору їх виконання, ми можемо дати і чекати від протилежної сторони під час ведення або при завершенні переговорів.

## **Стратегія та тактика переговорів**

З метою досягнення бажаних результатів сторони переговорного процесу вибирають відповідні стратегічні та тактичні підходи до ведення переговорів.

Існують **стратегічні підходи** до ведення переговорів.

- **Жорсткий** – коли обидві сторони, зайнявши протилежні позиції, вперто відстоюють їх, застосовуючи тактичні прийоми, щоб ввести противника в оману щодо істинної мети, і роблять невеликі поступки, необхідні для продовження переговорів. У ході переговорів суперечка може перетворитися в змагання волі і згоди може бути не досягнуто.
- **М'який** – коли кожна сторона вважає іншу сторону дружньою. Замість того, щоб робити ставку на досягнення перемоги, вони підкреслюють необхідність досягти хоча б згоди. Стратегія м'якого підходу полягає в тому, щоб робити пропозиції і йти на поступки, довіряти іншій стороні, бути дружлюбним і поступатися для уникнення конфронтації там, де це необхідно. За такого підходу сторони *можуть прийти до неясних і нерозумних рішень*.
- **Принциповий (Гарвардський)** – альтернативний вищенаведеним, сконцентрований на основних інтересах сторін, взаємовигідних варіантах і справедливих стандартах, приводить до досягнення розумного результату.

Американські знавці переговорного процесу Роджер Фішер та Уільям Юрі описали метод принципівих переговорів. Вони протиставляють винайдений ними метод принципівих переговорів стандартній переговорній стратегії – позиційному торгу – який часто залишає у “переговірників” почуття незадоволеності, виснаження, відчуження. Адже люди опиняються перед дилемою: бути “м'якими” і йти на поступки, чи бути “жорсткими”, оголосити війну і перемогти, зіпсувавши стосунки з протилежною стороною.

Особливість методу принципівих переговорів у вимозі вирішувати проблеми, виходячи із суті справи, а не позицій партнерів по переговорах. Партнери намагаються знайти вигоду взаємну там, де це можливо. А там, де інтереси не збігаються, досягати результату, обґрунтованого справедливими нормами.

У результаті застосування принципівого підходу:

- переговори повинні привести до такої угоди, яка б максимально задовольняла інтереси кожної сторони, справедливо регулювала суперечності, була довгостроковою і брала до уваги інтереси суспільства;
- переговори мають бути ефективні, без втрат, якими, як правило, супроводжуються угоди, пов'язані із прагненням не поступатися своїми позиціями;
- стосунки між сторонами повинні покращитися чи, щонайменше, не зіпсуватися.

Принципові переговори характеризуються чотирма основними правилами – рекомендаціями, що складають базові елементи переговорів.

Правило перше: Відмежуйте учасників переговорів від проблеми.

Потрібно концентрувати увагу на суті проблеми, а не на стосунках сторін. Не можна переносити ваше ставлення до співрозмовника на предмет обговорення, критикувати особистісні якості опонента. Краще поставити себе

на їхнє місце. Пам'ятайте, “ваша проблема – не провина інших”. Р. Фішер та У. Юрі пропонують шляхи реалізації цього правила:

- конструйте робочі стосунки;
- підтримуйте робочі стосунки;
- відокремлюйте відносини від дискусії за суттю справи;
- не ведіть позиційні торги;
- розбирайтеся не з проблемами, а з людьми.

Правило друге: *Концентруйтеся на інтересах, а не на позиціях.*

Замість того, щоб сперечатися про позиції, треба дослідити інтереси один одного. Уявіть собі ситуацію: на одній кухні – два кухаря, і обом одночасно знадобився апельсин. А він лише один! Якщо зосередитись на позиціях – то, в кращому разі, обом дістанеться по половині апельсина. Але, якщо виявити інтереси, то з'ясується, що одному кухареві потрібна цедра, а іншому – сік. Отож, як рекомендують Р. Фішер та У. Юрі, перш ніж ділити апельсин, спробуйте його збільшити.

Щоб зрозуміти інтереси сторін стосовно їх позицій, потрібно виконати такі дії:

- поясніть свої інтереси;
- визначте інтереси іншої сторони;
- обговоріть спільну тему;
- будьте конкретними, але гнучкими;
- будьте стійкими, захищаючи свої інтереси;

Правило третє: *Розробляйте взаємовигідні варіанти.*

Причиною непорозумінь буває відмова від творчого розгляду взаємовигідних варіантів. З метою вирішення спільних проблем потрібно дотримуватися таких правил:

- відокремлюйте судження від рішення;
- розширте коло підходів;
- шукайте взаємовигоду;
- допоможіть партнеру прийняти рішення.

Правило четверте: *Наполягайте на використанні об'єктивних критеріїв та процедур.*

Для досягнення розумної згоди, незалежної від прагнень сторін, можна застосувати:

- справедливі критерії за суттю питання;
- справедливі процедури регулювання протилежних інтересів.

Для того, щоб переговори були справедливими, запрошуються незалежні експерти, спостерігачі, посередники.

Під час переговорів можуть застосовуватися відповідні **тактичні прийоми**.

- *Ухилення від боротьби* – застосовується тоді, коли торкаються питань, небажаних для обговорення, або коли не хочуть давати партнеру точну інформацію, однозначну відповідь.
- *Затягування або вичікування* – захід близький за змістом до ухилення, його використовують, коли хочуть затягнути процес переговорів, щоб прояснити ситуацію, отримати більше інформації від партнера, додатково вивчити проблему.

- *Пакування* – полягає в тому, що для обговорення пропонується не одне питання чи пропозиція, а декілька. При цьому вирішуються подвійні задачі. В одному випадку в “пакет” об’єднуються привабливі і мало прийнятні для партнера пропозиції. Передбачається, що зацікавлений в одній чи кількох пропозиціях партнер прийме й не вигідні. В іншому випадку передбачається так званий розмір поступок, тобто шляхом поступок в малозначних пропозиціях домагаються прийняття основних пропозицій.
- *Максимальне завищення вимог* – полягає в тому, щоб включити до обговорюваних проблем пункти, які можна потім безболісно зняти. Зробивши вигляд, що це є поступка, можна вимагати натомість аналогічних кроків з боку партнера. Причому деякі пункти можуть містити явно не прийнятні для партнера пропозиції.
- *Розміщення хибних акцентів у власній позиції* – продемонструвати партнеру надзвичайну зацікавленість у вирішенні якогось питання, яке насправді є другорядним. Іноді це робиться для того, щоб знявши це питання з порядку денного, отримати необхідні рішення з іншого, більш важливого питання.
- *Салямі* – означає надання інформації про свої інтереси, оцінки тощо дуже маленькими порціями, схожі на тонкі скибочки салямі. Використовується прийом для затягування переговорів, необхідності вивідати у партнера більше інформації, змусити його “відкрити карти”, щоб одержати таким чином перевагу, поле для маневру.
- *Ультимативність вимог* – використовується, коли одна сторона заявляє про свої наміри піти з переговорів, якщо не буде погоджена їх позиція.
- *Висування вимог в останню хвилину* – суть цього заходу полягає в тому, що наприкінці переговорів, коли тільки залишається підписати контракт, один з партнерів висуває нові вимоги. Якщо інша сторона зацікавлена в контракті, вона прийме ці вимоги, хоча підписання контракту з цієї причини може “зірватися”. Тоді як одна сторона погоджується з висунутими вимогами, інша висуває все нові і нові.

### ***Основні прийоми сприйняття партнера при веденні переговорів***

Причиною відсутності взаєморозуміння між учасниками переговорів у багатьох випадках є не об’єктивна реальність, а невміння правильно трактувати думки та дії людей. Для досягнення взаєморозуміння пропонуються відповідні прийоми. Потрібно:

- поставити себе на місце партнера;
- порівняти ваші точки зору;
- не робити висновків про наміри інших на основі особистих побоювань;
- не перекладати відповідальність за свої проблеми на партнера;
- обговорювати сприйняття один одного;
- створити у партнера відчуття причетності до прийняття рішення;
- узгоджувати рішення з принципами та іміджем учасників спілкування;
- керувати емоціями.

### **Питання 3.**

Історично склалися дві форми спілкування: безпосереднє і



опосередковане. Безпосереднє спілкування — це мовне спілкування у найбільш розвиненому виді. Воно підкріплюється мімікою, жестами, інтонацією тощо. По суті, в цьому виді спілкування вся людська сутність стає своєрідним його «знаряддям». Спілкування суттєво впливає на розвиток усіх потреб людини; в ньому завжди наявний комунікативний момент. На основі безпосереднього спілкування виникло опосередковане: письмо (зауважимо: тут має місце втрата міміки, жестів, інтонації тощо), масові засоби інформування: газета, радіо, телебачення, книга, відео, комп'ютер, музичні записи тощо. Уся система безпосереднього і опосередкованого типу спілкування впливає на розвиток як особистості, так і взаємин між людьми. Останнє особливо важливе, бо в процесі спілкування людина «присвоює» ті багатства, які створені і притаманні іншим, і водночас привносить у цей процес те, що вона засвоює з власного досвіду. Не випадково говорять: «З ким поведешся, від того і наберешся». У процесі спілкування знаходять свій вияв своєрідна суперечність: з одного боку, людина пристосовується до життя суспільства, засвоює його досвід, добути людством наукові і культурні досягнення, а з другого, — вона відособлюється, формується її індивідуальна неповторність, самобутність. У спілкуванні проявляються такі основні його функції: Інформативно-комунікативна. З нею пов'язані усі процеси, які охоплюють сутність таких складників спілкування, як передача-прийом інформації, відповідна реакція. Регулятивно-комунікативна. Відбувається процес коригування поведінки, коли людина може вплинути на мотиви, мету, програму, прийняття рішень. Афективно-комунікативна. Відбувається взаєморегуляція та взаємокорекція поведінки, здійснюється своєрідний контроль над усією сферою діяльності партнера. Тут можуть реалізуватися можливості навіювання, наслідування, вживаються усі можливості переконання.

Перепопи у спілкуванні, його рівні. Проблеми управління — невід'ємні від спілкування людей, оскільки саме вони складають його глибинну сутність. Кожна людина, так чи інакше, належить до певних великих чи малих соціальних груп, людських об'єднань або, як ще кажуть, — етносу. У кожній з груп формуються свої цінності, існує певний рівень культури, який не завжди однозначно сприймається представниками інших груп. Успішне управління не може плідно здійснюватися, якщо не враховується певний соціально-рольовий рівень тих, з ким доводиться мати справу. Управління — це складна форма спілкування з людьми, партнерами по справі чи іншими представниками, зацікавленими у бізнесі. Саме тому, що управління є складною проблемою людинознавства, тут необхідне оволодіння всебічними знаннями про людину. Перепопи у спілкуванні. На шляху до людей, до їх розуміння, ми стикаємося з трьома своєрідними перепопами і можемо розраховувати на успіх, лише подолавши їх. Перша — це зовнішність людини (її естетичні якості). Переваги красивої зовнішності проявляються ще в ранньому дитинстві, коли симпатичним дівчаткам чи хлопчикам дорослі приділяють більше уваги. В школі вчителі оцінюють таких дітей як більш здібних, а однокласники намагаються завести дружбу з ними. Гарні жінки частіше вдало виходять заміж і займають вище соціальне становище у суспільстві, на них більше задивляються чоловіки, приписуючи їм кращі якості і обожаючи їх. І навпаки, люди менш вродливі відчувають «дискримінацію» з раннього дитинства:

виховательки приділяють їм менше уваги в дитсадках суворіше ставляться до них вчителі у школі, упереджено ставляться деякі викладачі у вузі. їх оцінюють більш вимогливо при зайнятті вакантних посад, встановленні заробітної плати, наданні пільг. Третя перепона — інтелект. Він не є вродженою якістю, а дається наполегливою працею (навчанням, життєвим досвідом) протягом усього життя. Саме тому інтелект не є якоюсь сталою величиною і, напевне, люди, які чимало бідкаються, що їм не вистачає того чи іншого у житті, ніколи не бідкаються про нестачу розуму. Поряд з названими, існують мотиваційний, моральний та емоційний бар'єри. Кожен з них може стати на перешкоді в процесі соціального управління. Мотиваційний бар'єр знаменний тим, що висловлювана мотивація має бути прийнятною для інших і переконливою для них. При негативному її розумінні вона втрачає своє мобілізуюче значення і сприймається як кон'юнктура реальність. Моральний бар'єр обумовлюється тим, що при спілкуванні в дію вступають чимало життєво-побутових факторів. Тут може проявлятися відмінність статі, віку, соціального становища, належності до службової та державно-посадової ієрархії тощо. Спрацьовують також чисто психологічні якості і властивості людини: соромливість, психічний склад, надмірна скромність і т. п.

#### **Питання 4.**

Виступ перед аудиторією відіграє значну роль в діловому спілкуванні. Доповідь на конференції, мова на мітингу, виступ на нараді - все це жанри, якими повинен опанувати той, хто хоче вести людей за собою, доводити свою точку зору, просувати ідеї. Вони дозволяють встановити інтелектуальний та емоційний контакт зі значною кількістю людей. Виступаючи публічно, ви не тільки передаєте інформацію, але і вирішуєте важливу задачу об'єднання мас навколо значущої ідеї. Крім того, вдале публічний виступ позитивно впливає на формування іміджу лідера: не випадково тих, хто переконливо і яскраво говорить, в стародавньому світі прирівнювали до богів. Публічний виступ - це особливий вид комунікативного процесу. Цілі публічного виступу: - повідомити іншим про стан речей; - спробувати змусити інших зробити щось; - взяти на себе зобов'язання здійснити щось; - висловити свої почуття і відносини; - висловившись, змінити існуючий світ. Найчастіше людина, що виступає публічно, в якості мети має передачу вельми важливою, соціально значущої інформації. Але разом з передачею інформації мовець прагне наснаги слухачів, викликати в їхніх серцях відгук, порушити почуття вдячності, гордості, благоговіння або, навпаки, протесту, неприйняття, обурення. Необхідною умовою ефективного публічного виступу є довіру слухачів до мовця. І треба докласти спеціальні зусилля, щоб це довіра виникла. Треба стати своїм для багатьох незнайомих людей, а це надто складне завдання. Ефективність публічного виступу визначається ступенем володіння інформацією, умінням регулювати процес взаємодії з аудиторією, підготовленістю виступаючого і багатьма іншими факторами.

Типи публічних промов. Найчастіше у виступі ми добиваємося досягнення кількох цілей. Але все ж одна з них буде переважати. Залежно від цієї головної мети, мови розділяються на типи. 1. Інформаційна промова націлена на передачу інформації. Це, наприклад, оголошення, повідомлення,

доповідь. Слухачі, які прийшли на такий виступ, зацікавлені в новій інформації або новому думці про вже відомих фактах. 2. Емоційно-оцінна промова вимовляється заради вираження емоцій, почуттів і оцінок. Це похвальне слово, вітання, поздоровлення, критичний виступ, протест. 3. Аргументована промова надає дію на позицію адресата. Це, наприклад, виступ в дебатах, обговорення, вираження позиції в дебатах, дискусії. 4. Організаційна промова використовується, коли треба організувати діяльність: виступ на нараді, зборах, інструктаж. У такої промови планується структура заходи, розподіляються доручення, призначаються відповідальні або терміни, даються рекомендації щодо способів дій. 5. Надихаюча промова впливає на почуття: мова на урочистому зібранні, відкритті пам'ятника, святковому заході. 6. Агітаційна промова спонукає до початку, продовження, призупинення або припинення дії: промову на підтримку кандидата, рекламна мова. Спілкування - це процес, тому воно розгортається в часі. Воно починається з того моменту, коли ви виходите до тим, хто чує, і закінчується тоді, коли залишаєте трибуну, а слухачі отримують можливість самостійно міркувати про сказане. Отже, важливо структурувати процес виступу, розбити його за часом і визначити завдання кожного етапу комунікації.

## **Тема 11.**

### **Крос-культурна компетентність, шляхи її формування**

#### **Питання лекції:**

5. Сутність крос-культурної компетентності
6. Складові та рівні крос-культурної компетентності.
7. Шляхи та засоби формування крос-культурної компетентності

#### **Питання 1.**

Говорячи про компетентний персонал, ми маємо на увазі його володіння ключовими навичками для роботи у міжнародній компанії. Такими якостями, як правило, вважають хороше знання іноземних мов, вміння вести ділові переговори, будувати ефективні комунікації та ін. Однак сучасні HR-тенденції, вказують нам на ще одне важливе вміння, якому почали приділяти активну увагу відносно недавно. Мова йде про крос-культурну компетентність.

Дослідження у сфері міжнародної інтеграції зазвичай зацікавлені у вивченні економічного аспекту співпраці та торгівлі. Водночас, не менш важливими є питання міжнародної міграції, зокрема трудової. В Україну приїжджають іноземці у пошуках якісної освіти та залишаються для роботи як на вітчизняних, так і у міжнародних компаніях. Саме тому, активно використовуються програми культурного різноманіття та інтеграції мігрантів. Всі ці процеси ще раз підтверджують той факт, що крос-культурність трапляється зараз у кожній сфері життя людини та поступово стає поширеним явищем.

Відокремлення крос-культурної компетентності від поняття крос-культурних комунікацій відбулося ще у середині 20 століття. Саме у цей період сферу крос-культурного менеджменту досліджував Пітер Мердок. Разом з Дугласом Уайтом ним було досліджено більше 180 різних культур та складено

глибинні описи їх культурних особливостей. Згодом, почало підніматися питання крос-культурного менеджменту та впливу національних культур та мовних відмінностей на управління персоналом.

Однак, варто зазначити, що світові HR тенденції зазвичай приходять в Україну тоді, коли є вже достатньо вивченими зарубіжними вченими і отримали наступну хвилю розвитку. Наразі, ми можемо знайти безліч досліджень, присвячених крос-культурним комунікаціям, а також крос-культурному менеджменту. Набагато менше тих, що стосуються крос-культурної компетентності, її суті, складових та сфер застосування. Тобто є потенціал розробки нових підходів до її трактування та застосування на практиці. Саме це й формує актуальність даного дослідження.

Метою статті є дослідження вже наявних підходів до трактування крос-культурної компетентності та визначення напрямів їх використання у HR-практиці. Також дослідимо вплив теорії на практику набуття крос-культурної компетентності, базуючись на вивченні досвіду міжнародних та вітчизняних компаній. Адже навіть міжнародні стандарти мають специфіку на різних кінцевих ринках, а процес їх локалізації мусить враховувати особливості національного законодавства та вимоги бізнесу.

Проведене дослідження іноземних та вітчизняних джерел інформації дає можливість помітити значне переваження перших у вивченні цієї тематики. У своїх дослідження Р. Лівітт та Г. Ферарро сходяться на тому, що крос-культурна компетентність являє собою сукупність форм поведінки, відносин і політик, які дозволяють ефективно функціонувати у системі міжнародних відносин. Вони також наголошують, що ця компетентність на практиці проявляється через визнання індивідуальних особливостей носія культури та побудову комунікацій таким чином, щоб врахувати це і полегшити сприйняття інформації для носія.

Якщо ж поглянути на трактування поняття українськими вченими, то можна натрапити на думку, що крос-культурна компетентність – це індивідуальна особливість, що дає здатність, готовність до сприйняття спільного в культурах країн, а також той відрізок, на якому відбувається непорозуміння, «зіткнення» або конфлікт культур, виникають суперечності між їхніми представниками.

Аналізуючи ці два підходи, можемо побачити одну суттєву відмінність. Іноземні вчені підходять до вивчення крос-культурної компетентності більше як до важливо інструменту функціонування організації, що може бути закріплена у нормативних документах компанії. Вітчизняні вчені бачать в цьому особистісну характеристику, яка з'являється під впливом виховання та навчання людини. На нашу думку, доречно виокремити два підходи до трактування крос-культурної компетентності, а саме:

- Організаційний, такий, що пояснює її як важливий бізнес-інструмент, що може бути запропонований організацією, для виконання її персоналом;
- Поведінковий, такий, що пояснює її як особистісну характеристику, що формується на основі особливостей сприйняття, розвитку самого індивіда, окремо від організації.

Підтвердженням тому, що ці підходи мають практичний базис може слугувати наступний приклад. Існують компанії, що надають перевагу підбору

вже готових фахівців, а існують ті, які «вирощують» свої таланти самостійно. Під «готовими фахівцями» ми розуміємо, що людина вже володіє необхідним набором знань та інструментів для вирішення певних задач. На вибір стратегії при відборі персоналу можуть впливати різні фактори. Висока конкуренція на ринку праці, наприклад, може стимулювати компанії з менш привабливим брендом роботодавця самостійно готувати свій персонал. З іншого боку, «привабливі» роботодавці можуть дозволити собі підбирати досвідчених професіоналів. Окрім того, наявність крос-культурної компетентності може слугувати критерієм для добору працівників на вакантні посади.

Те ж саме стосується й крос-культурної компетентності. Річ у тім, що у міжнародних компаніях вирішення практично будь-якої задачі потребує застосування цієї компетентності. Відповідно ми можемо підбирати фахівців, що вже вміють це робити, або ж тих, що ще не мають такого досвіду і навчати їх. За організаційним підходом, ми виховуємо крос-культурну компетентність у працівників, прописуючи її у стандартах, політиках і процедурах. А керуючись, поведінковим підходом, ми шукаємо кандидатів на заміщення посади, що вже мають вдалий досвід у веденні крос-культурних комунікацій, і тоді можемо не закріплювати це як стандарт ділової поведінки.

Практика показує, що застосування суто організаційного підходу може стати не ефективним за умови супротиву персоналу компанії. Річ у тім, що у компанії, де іноземні співробітники складають менше 5% чисельності штату, локальні працівники можуть не застосовувати крос-культурну компетентність. Вони можуть вважати, що знаходження спільної мови буде обов'язком меншості, тобто цих 5% іноземців. Впровадження стандартів комунікацій вимагатиме від локальних працівників «підлаштування» своєї культури під культуру іноземних співробітників. А це може бути сприйнято як спроба витіснити місцеві традиції спілкування. Також це може викликати лише опір і спричинити погіршення соціально-психологічного клімату в організації та навіть крос-культурних конфліктів.

З іншого боку, якщо застосувати виключно поведінковий підхід, то очевидно, що витрати часу, фінансових та людських ресурсів на якісний підбір персоналу, з вже сформованою необхідною компетентністю будуть надто великими. Це є суттєвим недоліком підходу, бо створює затримки у стабільній роботі організації та незручності для інших членів команди.

Таким чином, ми прийшли до логічного висновку, що доречно на практиці поєднати ці два підходи. Однак важливе правильне розуміння цього процесу. Необхідно сформулювати позитивне двостороннє ставлення до крос-культурної компетентності. Саме тому, варто підбирати на керівні посади співробітників, що вже мають позитивний досвід її застосування. Так буде простіше створити стандарти та політику адаптації нових співробітників на всіх рівнях корпоративної діяльності. Окрім цього, фахівці відділу персоналу також повинні бути задіяні та зацікавлені у процесі виховання крос-культурної компетентності.

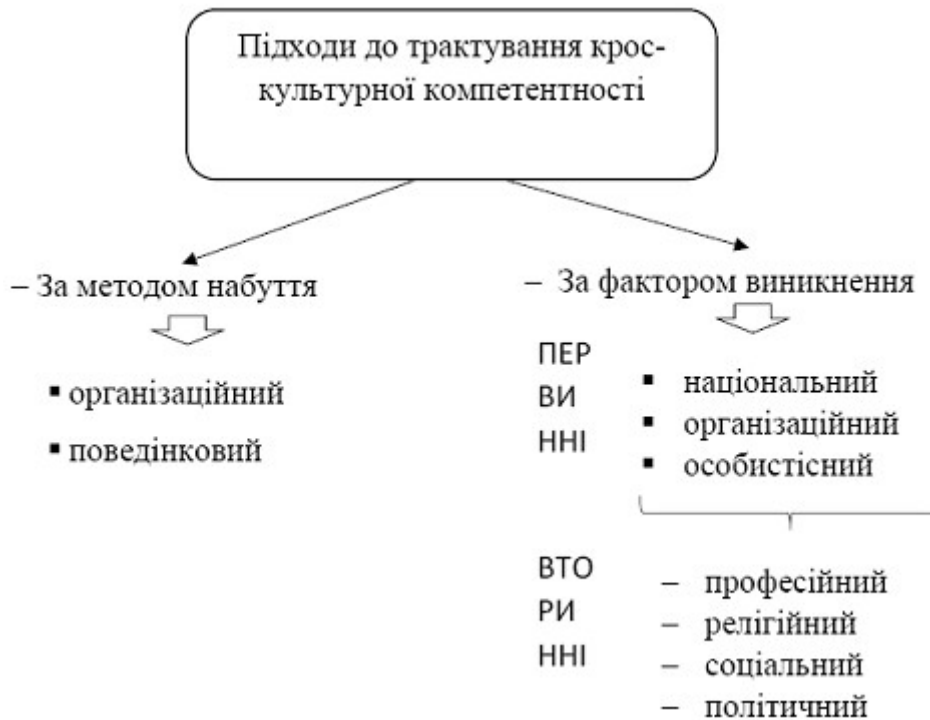
Отже, визначення поняття «крос-культурна компетентності» має поєднувати особливості двох наведених підходів. На нашу думку, крос-культурна компетентність – це особиста здатність фахівця, що допомагає у побудові ефективних комунікацій з носіями інших культур, яка може бути

формальною вимогою до поведінки співробітника організації або враховуватися у індивідуальних планах розвитку персоналу. Таке визначення враховує найважливіші прояви цього явища та особливості обох підходів.

Ще одним важливим моментом, який варто згадати у процесі вивчення крос-культурної компетентності є врахування особливостей культур, які притаманні різним суб'єктам взаємодії. У науковій літературі, що описує процеси крос-культурних комунікацій акцент зазвичай робиться на взаємодії між представниками двох різних національних культур. Однак, на нашу думку, такий погляд є доволі вузьким. Мається на увазі, що міжкультурні комунікації відбуваються у нашому житті набагато частіше. Ми можемо віднести до них усі процеси, що відбуваються на перетині двох культур різних типів: національної, організаційної та особистісної, професійної, релігійної тощо. Не можна заперечувати той факт, що ретельний відбір персоналу не тільки за професійними, але й за особистісними якостями неминуче веде до оволодіння працівниками різних організацій своїм специфічним набором характеристик. Багато міжнародних компаній, в тому числі і British American Tobacco Україна використовують тест для визначення відповідності корпоративній культурі під час підбору фахівців усіх рівнів. Такі методи спрощують внутрішньо корпоративні комунікації, однак ускладнюють роботу з зовнішніми учасниками ринку. Це спричинено тим, що компанії мають різні організаційні культури. Одні стабільно працюють над нею - розвивають, інші – ні. Водночас, незалежно від цього організаційна культура існує, а отже, існують і її носії. Тому для комунікації представників різних організаційних культур також потрібна крос-культурна компетентність.

Ще одним цікавим прикладом можуть стати комунікації між представниками різних професійних груп, наприклад дизайнера і бухгалтера. Звісно відмінність їхніх культур може бути або менш або більш помітною. Але вона все-одно існує. Це обумовлено впливом особливостей діяльності, а також знаннями та навичками, необхідними для її виконання.

Такими чином, можна поділяти підходи до трактування крос-культурної компетентності за методом набуття та за фактором виникнення.



На рис. за фактором виникнення виокремлено два типи підходів: первинні та вторинні. На нашу думку, головними є національна, організаційна та особистісна культура, а їх симбіоз призводить до утворення вторинних культур - «культурного коду». Таке твердження є спорідненим з дослідженнями Ю. Ж. Шайгородського, на думку якого «культурний код» забезпечує процес культурної ідентифікації особистості. Національна, організаційна та особистісна системи цінностей у своєму поєднанні значною мірою обумовлюють ціннісний ряд вторинних культур. Сформований «культурний код» свідомо або несвідомо впливає на ставлення індивіда до соціального та політичного ладу в суспільстві, до релігійних напрямків і навіть до професійних. Наприклад, особистісна культура зумовлює, в більшій мірі, виникнення професійної, а національна культура має значний вплив на формування релігійної. Поєднуючись, організаційна та особистісна культура впливають на соціальну, а національна та особистісна – політичну. Список вторинних підходів можна доповнювати й іншими прикладами, утворюючи нові комбінації між первинними підходами та підлаштовуючись під інші види культур.

Зрозуміло, що будь-яка класифікація такого складного поняття, яким є культура не може бути однозначною. Поділ культур за фактором виникнення на первинні та вторинні також є умовним. Однак така класифікація допомагає легше і ефективніше визначити, у чому полягає проблема крос-культурних комунікацій і сфокусуватися на головних проблемних зонах розвитку компетентності. До того ж, більш широке трактування крос-культурної компетентності дає необхідне усвідомлення того, що практично кожна комунікація людини є, в своєму розумінні, крос-культурною, адже перетинає межі особистісної культури.

Це дає нові простори для вивчення і доповнює сферу управління конфліктами. Внаслідок вузького підходу до розуміння крос-культурних комунікацій глибоко вивчалися лише конфлікти національних культур. На

практиці, дуже складно знайти комунікації, у яких присутній лише один перетин культур. Розуміння цього дозволяє швидше знайти причину непорозуміння та допомогти спланувати майбутню стратегію комунікацій.

Науковці виділяють три сектори використання компетентності, це: макро-, мезо-, та мікрорівні. На макрорівні вона застосовується у глобальній діяльності, направленої на удосконалення комунікацій в різних політичних, організаційних, адміністративних, громадських, освітніх процесах. На мезорівні, використання компетентності обмежується невеликими групами людей, у яких є необхідність міжкультурної фасилітації чи медиації. А на мікрорівні, компетентність є необхідною для побудови особистісних контактів.

## **Питання 2.**

Для того, щоб формувати у співробітників організації крос-культурну компетентність потрібно, перш за все розуміти її складові. Досить якісне їх обґрунтування наводить Е. Гріффін. Він виділяє наступні складові крос-культурної компетентності:

1. Знання - інформація про особливості певної культури. Такі знання мають відображатися не просто у володінні інформацією, а у глибинному осмисленні того, що можуть значити для співрозмовника вербальні та невербальні жести, який стиль поведінки йому притаманний та якими інструментами комунікацій він може володіти. Також варто аналізувати, що є спільним і на чому варто робити акцент для знаходження спільної точки зору. Прикладом може стати типова ситуація – підбір HR-менеджером фахівця на заміщення посади у сфері ІТ. Якщо рекрутер не буде володіти необхідною термінологією хоча б на базовому рівні, то не зможе виконати свою роботу, натомість – зіпсує репутацію компанії в очах кандидата. У цьому випадку нестача знань може завадити успішній комунікації представників двох різних культурних груп за професійною ознакою.

2. Мотивація - наявність бажання та необхідності взаємодіяти з представником іншої культури. Без наявності мотивації крос-культурна компетентність не зможе закріпитися у свідомості людини через відсутність бачення сфери її застосування. Базисом для виникнення мотивації виступає потреба, наприклад, дізнатися важливу інформацію. Уявимо, що необхідною інформацією володіє працівник підрозділу компанії, що знаходиться у іншій країні. У такому випадку, єдиним виходом буде зв'язатися з представником і з'ясувати питання. Для вирішення кейсу доведеться застосувати знання іноземної мови, а також національної культури. З іншого боку, конкретизація потреби буде направляти розмову у правильне русло та робитиме спілкування чітким та однозначним. За таких умов ймовірність отримати позитивний досвід міжкультурних комунікацій збільшується і зростає мотивація до аналогічної поведінки у майбутньому.

3. Вміння – володіння досвідом та навичками у побудові крос-культурних комунікацій. Потрібно розуміти, що навіть якщо попередньо людина не усвідомлювала, що бере участь у крос-культурних комунікаціях, то це усе одно відбувалося. Важливо, показати у яких моментах це відбувалося. Дуже корисно брати до уваги близькі і найбільш поширені приклади, а також стимулювати аналіз того, як відбувалися крос-культурні мотивації до отримання знань



індивідом і як вони відбулися б вже після. Це допоможе не лише отримати бажаний результат від навчання, але й додати нову цінність у персонал організації. Доволі простим та зрозумілим прикладом може стати відрядження закордон. У США прийнято вітатися з людиною при кожній зустрічі не залежно від того, скільки разів на день та як часто це відбувається. Можна почути про те, що така традиція здається недоречною представникам інших національних культур, наприклад українцям. Попри це, необхідність бути ввічливим все одно існує, тому за кілька робочих днів випрацьовується вміння абстрагуватися і дотримуватися цієї традиції. Тобто можна сказати, що поняття вміння у цьому контексті є спорідненим з поняттям адаптації.

4. Прихильність – позитивне, або ж неупереджене ставлення до носія іншої культури. Першим кроком до побудови прихильності є нівелювання будь-яких стереотипів про інші культури та культурні відмінності. Варто максимально фокусуватися на предметі розмови і будувати нейтральні запитання, що не підштовхують до відповіді. Якщо представник компанії-замовника раніше чув від своїх колег про некомпетентність фахівців компанії-виконавця, то комунікації між ними будуть зіпсовані на всіх етапах переговорів. Замовник буде ставити завищені вимоги і постійно сумніватися у дотриманні необхідних стандартів, внаслідок чого виконавець буде втрачати мотивацію до виконання роботи через постійну недовіру замовника. Бачимо, що для побудови міжкультурних комунікацій потрібно уникати стереотипів та інших помилок сприйняття. Така ситуація є прикладом невдалої міжкультурної комунікації представників організаційних культур.

На нашу думку ці чотири складові здатні забезпечити необхідну якість базисних складових компетентності, на які вже можна буде накладати практичний досвід. Таким чином, формуючи тренінг-підготовку для фахівців організації, варто слідкувати за тим, щоб жоден з цих елементів не був упущений та наповнювати її максимально близькими до реальності кейс-ситуаціями. Доречно також додати, що крос-культурна компетентність не може бути повноцінно використана без наявності вміння вести ділові переговори, чітко висловлювати свою думку, а також без знання загальних положень бізнес-етики.

Отже, масштаб крос-культурної компетентності є дуже великим і ми маємо погодитися з тим, що вона має прямий вплив на щоденні комунікації та діяльність кожного індивіда. Мова йде вже навіть не тільки про бізнес-процеси у міжнародних компаніях, вивчення питання крос-культурності є актуальним абсолютно для всіх організації, які хочуть розвиватися в умовах постійного нарощування рівня глобалізаційних процесів.

Проведений аналіз визначень поняття «крос-культурна компетентність» дозволив виявити його сутність, сфери застосування, а також підходи до його трактування. Окрім того, нам вдалося довести, що крос-культурні комунікації вже давно стали елементом життя для кожної людини. Результати дослідження показали, що на практиці краще застосовувати переваги двох підходів до виховання компетентності.

Ще одним не менш важливим підсумком є виокремлення чотирьох складових крос-культурної компетентності, що допомагає у визначенні цілей навчання та дає рекомендації щодо розробки тренінгових програм.

Виявлені нові особливості крос-культурної компетентності дають поле для проведення більш детальних наукових досліджень. Це стосується взаємозв'язків між первинними та вторинними факторами виникнення крос-культурності, розробки нових підходів до трактування, а також навчальних матеріалів для впровадження етичних норм та стандартів спілкування з представниками інших культур.

### **Питання 3.**

На сьогоднішній день дослідження крос-культурної компетенції зосереджується на чутливості до міжкультурних відмінностей та здатності адаптуватися до інших культурних середовищ (Хансен, Пептоне-Арреола-Роквелл, і Грін) або рефлексивне усвідомлення культурних впливів на думки та поведінку. Решта у цьому питанні розширюють сучасні дослідження, вивчаючи критичну роль методознавства культури в міжкультурній компетенції. Компетентні крос-культурні люди - це ті, хто активно використовують свої мета розуміння культур, щоб керувати різними вимогами, дотримуватися їх особистих цілей та створювати особисту нішу в багатокультурних ситуаціях. Однією з головних складових крос-культурної компетентності є лінгвістичне розуміння, тобто коректне використання мовних засобів у комунікативних ситуаціях. На даний момент в Україні активно займаються проблемою формування та розвитку лінгвістичного розуміння портал «Громадський простір», а саме проект “Lingva.Skills” та British Council (Україна). Наприклад, соціальний проект вивчення іноземних мов «Lingva.Skills» зібрав понад 2 млн. заявок від українців протягом чотирьох місяців і став найпопулярнішим освітнім проектом в Україні. Потенціал охоплення проекту – до 10 млн. осіб, люди від 25-ти до 45-ти років. EF English Proficiency Index було досліджено рівень знань англійської мови в 88-ти країнах світу, за статистичними даними Україна знаходиться на 43 місці (2018). Вище зазначена статистика є важливим показником того, що в українському суспільстві є нагальна потреба у вивченні іноземної мови та формування крос-культурної компетентності в умовах інтеграції в європейське суспільство, та набуття європейських цінностей. Для виховання європейської свідомості та успішної інтеграції необхідне створення спільного простору, а умовою для цього є успішний діалог та порозуміння, що включає в себе лінгвістичні та міжкультурні складові. Проаналізовані вище освітні програми пропонують освітні послуги з вивчення навчального матеріалу, не враховуючи бачення загальної концепції крос-культурної компетентності. Також, упускається важлива складова – особистісна, де наявна велика перепона, а саме мовний бар'єр та психологічна неготовність до опанування іноземною мовою. Адже, вивчення іноземної мови – це індивідуальний процес із різною динамікою, який вимагає специфічного підходу, що враховує положення самоменеджменту, психологічної самопідтримки в рамках культурного контексту. Для вирішення проблем, пов'язаних із складністю вивчення студентською молоддю іноземної мови, ми пропонуємо інтерактивний інструмент, персоналізований щоденник вивчення іноземної мови «Language coach», який стане стартовою платформою та підтримуючим механізмом для формування та розвитку крос-культурної компетентності у людей від 18 до 45 років. Завдання, які входять до змісту

«Language coach» мають наступні рівні розвитку, а саме: –коучинговий – цілепокладання в розрізі формування даної компетентності, технологія самоменеджменту для індивідуального моніторингу вивчення іноземної мови, що практично регулює та контролює процес; –мотиваційний – підтримуючий механізм, що постійно нагадує про важливість поставленої цілі на попередньому рівні; –інтерактивний – завдання навчального характеру, що базуються на інтересах користувачів, виконання вправ мають викликати бажання до вивчення. Також ця складова містить елементи ігрової форми, що зніматиме напругу перед виконанням зазначених завдань; –креативний – спонукання до власного пошуку нових шляхів розвитку складових крос-культурної компетенції завдяки творчій діяльності; –діяльнісний – формулювання демонстрації обізнаності про себе як про культурно обумовлену людину з мовами, інтерпретаціями і повсякденними звичками, сформованими своїм загальним життєвим досвідом та спонукання налагодити комунікацію з людиною, яка є носієм іноземної мови; –рефлексивний – рекомендації до рефлексії, щодо своїх реакцій на мовні, культурні, ідеологічні відмінності; елементи технік саморегуляції.

## **Тема 12. Потенційні проблеми крос-культурних комунікацій, шляхи та можливості їх оптимізації**

### **Питання лекції:**

1. Конфлікти у крос-культурних комунікаціях і засоби їх вирішення.
2. Класифікація крос-культурних конфліктів: етнічні, релігійні, міжгрупові, ділові, міжособистісні, глобальні.
3. Вплив розвитку інформаційних технологій на протікання крос-культурних комунікацій та конфліктів.

### **Питання 1.**

Будь-які порушення чи проблеми в налагодженні крос-культурної комунікації в організації можуть стати причинами потенційних конфліктів. Тому задля їх попередження або швидшого врегулювання важливо розуміти можливі причини їх виникнення. Було встановлено низку перешкод налагодження ефективної крос-культурної комунікації в компаніях, серед яких: відмінності у досвіді (відмінна від іншої сторони інтерпретація інформації викликає різницю між процесом кодування та декодування); вибіркове слухання (специфічна форма вибіркового сприйняття, оскільки людина прагне пропустити нову інформацію, особливо якщо інформація суперечить її переконання); довіра до комунікатора (віра співрозмовника в слова та дії комунікатора, відповідно їх визнання); мовні проблеми (часто офіційні, професійні чи соціальні групи виробляють власні слова чи вирази, які мають значення лише для їхніх членів, така мова може дати своїм членам відчуття приналежності, єдності та власної гідності, вона може сприяти ефективній комунікації в групі, але також її використання може призвести до бар'єрів у спілкуванні з людьми з інших груп); фільтрування (зазвичай відбувається під час висхідного зв'язку в організації, процес пов'язаний з маніпулюванням інформацією таким чином, щоб інформація позитивно сприймалася

одержувачем, наприклад, коли підлеглі приховують неприємну інформацію від начальства чи керівників); відмінності в статусі (часто організації позначають ієрархічні рівні різними символами, відмінністю умов роботи, наявністю допоміжного персоналу тощо, такі статусні відмінності можуть становити загрозу для когось нижчого в ієрархії, хто може уникати або спотворювати спілкування).

Окрім вище перелічених загальних проблем крос-культурної комунікації, доречно зазначити й специфічні. На перший погляд може здатися, що перешкодою у спілкуванні з закордонними партнерами є лише мова. Проте ефективна комунікація будь-яких працівників залежить не виключно від професійної компетентності та рівня знання іноземних мов. Також важливим є врахування особливостей культури країни партнерів. Зокрема, складність крос-культурної взаємодії полягає в різноманітті підходів до прийняття рішень, становлення лідерства, сприйнятті критики, ставленні до використання часу і дедлайнів, цінностей та стереотипів, формальностей, особистого простору. Іншими проблемами щодо налагодження крос-культурної комунікації можуть бути: використання культурних фільтрів при формуванні думки про іноземних контрагентів; недостатній рівень толерантності до партнерів чи клієнтів; неправильне застосування вербальних та невербальних засобів комунікації; налагодження нових зв'язків може залежати від ступеню імплементації принципів соціальної відповідальності, оскільки це свідчить про надійність суб'єкта господарювання. Умовно всі проблеми крос-культурної взаємодії можна поділити на дві групи: ведення переговорів із міжнародними бізнес-партнерами та комунікація всередині організації. Проте зазвичай крос-культурний конфлікт під час бізнес-переговорів виникає з двох основних причин. По-перше, під час зіткнення з культурними відмінностями партнери досить часто покладаються на стереотипи. Стереотипи часто є принизливими, також вони можуть призвести до викривлених очікувань щодо поведінки опонента, а також до потенційно неправильних інтерпретацій. У ефективних переговорах немає місця необізнаності в культурних особливостях іншої сторони та необ'єктивності. Замість того, щоб покладатися на стереотипи, слід спробувати зосередитися на прототипах — культурних середніх показниках поведінки чи цінностей. Дослідивши культурні прототипи клієнтів, керівник може скоригувати свою стратегію переговорів і дати собі кращий шанс отримати цінний досвід взаємодії як для себе, так і для свого партнера. Другою найбільш поширеною причиною міжкультурних непорозумінь є схильність до інтерпретації поведінки, цінностей та вірувань інших через призму власної культури. Щоб подолати цю тенденцію, важливо дізнатися якомога більше про культуру сторони іноземного партнера. Це означає не лише дослідження звичаїв і поведінки різних культур, але й розуміння того, чому люди дотримуються цих звичаїв і демонструють таку поведінку в першу чергу. З огляду на вище зазначене, питання проектування моделі крос-культурної комунікації для підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічні операції, набувають актуальності. Така модель може допомогти краще зорієнтуватися у характеристиці різних культур, порівнюючи одну з одною та визначаючи спільні й відмінні ознаки. Цей метод корисний для планування співпраці з новими контрагентами, щоб мінімізувати ризик виникнення потенційних

конфліктів через незнання особливостей іноземного партнера.

Існує 4 базові стратегії для врегулювання крос-культурних конфліктів: адаптації, структурної інтервенції, управлінської інтервенції та відсікання. Проте їх можна адаптувати та запозичувати окремі елементи відповідно до конкретних ситуацій. Процес вирішення міжкультурних конфліктів передбачає послідовну реалізацію етапів: 1. Аналіз та ідентифікація конкретних причин конфлікту, що виник. 2. Моніторинг проблем, що викликають непорозуміння між колективами або порушення взаєморозуміння між бізнес-партнерами. Виявлені проблеми можна класифікувати як поведінкові та комунікаційні. Їх варто виставити за пріоритетністю, а після цього можна розробляти механізми поведінки у крос-культурних конфліктах: перш за все визначити конкретні кроки врегулювання наявної ситуації. 3. Розробка стратегічних заходів для подальшого уникнення конфліктних ситуацій: створення корпоративної культури та спільної системи цінностей слугуватиме вказівником та певною інструкцією для врегулювання подібних ситуацій у майбутньому. Що стосується стратегічних заходів задля подальшого уникнення конфліктних ситуацій, то тут потрібно встановити цілі: під час планування будь-якого заходу з іноземними партнерами (нарада, переговори, тренінги тощо) керівник завжди має виходити із мети цих дій – досягнення компромісу й затвердження домовленостей із іноземною командою з однієї сторони, створення корпоративної культури та єдиної команди, яка здатна виходити із крос-культурних конфліктів без втручання ззовні – з іншої.

На першому етапі відбувається ідентифікація конфлікту, який виникає між різними культурами або бізнес-партнерами у зв'язку з різницею в цінностях, переконаннях, комунікації або інших культурно обумовлених чинниках. Важливо зрозуміти, що суперечка може мати як явні, так і приховані прояви. На другому етапі необхідно визначити причини крос-культурного конфлікту шляхом аналізу взаємодії, комунікації та інших факторів, що призвели до конфлікту. Це можуть бути непорозуміння, розбіжності в цінностях, недостатнє врахування культурних особливостей тощо. На третьому етапі проводиться детальний аналіз культурних особливостей бізнес-партнера, його цінностей, комунікаційного стилю, підходів до вирішення проблем, що допомагає краще розуміти партнера і знаходити способи побудови конструктивної взаємодії. На четвертому етапі відбувається перегляд позиції та підходу до бізнес-взаємодії, враховуючи виявлені крос-культурні відмінності. Можуть бути змінені тактики поведінки, способи комунікації та інші аспекти, що допоможуть підвищити ефективність взаємодії. Наприклад, удосконалення діючої на підприємстві технології моніторингу комунікацій та поведінкових відмінностей. На п'ятому цьому етапі визначаються принципи та підходи, розробляється план дій та заходи, зокрема планування комунікації, використання посередників, навчання персоналу, розробка міжкультурних навичок та інші інструменти, що сприяють покращенню спілкування та попереджують конфліктні ситуації. На шостому етапі стратегія врегулювання крос-культурного конфлікту втілюється в життя за допомогою реалізації різноманітних заходів, наприклад, проведення тренінгів, засідань для обговорення проблем, впровадження нових комунікаційних практик та інших заходів, спрямованих на покращення взаємодії.

## Питання 2.

Класифікація конфліктів та їх причини

1. За сферою прояву конфлікту (економічні, політичні, сімейно-побутові);
- 2) За довго тривалістю та напруженістю (бурхливі швидкоплинні, гострі тривалі, уповільнені);
- 3) По суб'єктам конфліктної взаємодії (внутрішньо-особистісні, міжособистісні, між особистістю і групою, між групами);
- 4) За соціальними наслідками (конструктивні, деструктивні);
- 5) По предмету конфлікту (реалістичні (предметні) конфлікти і нереалістичні (безпредметні) конфлікти).

Серед внутрішньо-особистісних конфліктів виділяють конфлікти в мотиваційній, когнітивній та діяльній сферах.

У мотиваційній сфері в залежності від того, стикаються чи позитивні або негативні (для нас) цінності чи інтереси, конфлікти бувають трьох видів: конфлікт "плюс-плюс" (вибір з двох одно привабливих але взаємовиключних альтернатив - чоловік, дружина, мати чоловіка) ; конфлікт "мінус-мінус" (обидва варіанти небажані але необхідно вибирати - невдала сімейне життя - або підтримувати обридлі відносини, або розлучитися з дитиною); конфлікт "плюс-мінус", (те, що доводиться вибирати, має і хороші і погані сторони - вирішуватися чи на потрібну, але дуже дорогу покупку, погоджуватися на більш грошову, але нецікаву роботу)

У когнітивній сфері: в основі лежить суперечність несумісних уявлень (він мій друг, але за моєю спиною говорить про мене погані речі; так друзі не надходять; так хто ж він мені - когнітивний дисонанс);

У діяльній сфері:

- Міжрольові конфлікти - протиріччя сімейно ролі і професійної ролей (дружини, матері) для жінки.

- Внутрішньо-рольові конфлікти - протиріччя між вимогами ролі та можливостями особистості (роль керівника, а людина нерішуча - і знову проблема вибору)

Причини конфлікту - це те, що викликає конфлікт (явища, події, факти, ситуації).

Загальні причини конфліктів (проявляються практично у всіх конфліктах):

- Соціально-політичні та економічні причини;
- Соціально-демографічні причини (відмінності в установках і мотивах людей, зумовлені їх підлогою, віком, приналежності до етнічних груп тощо);
- Соціально-психологічні причини (соціально-психологічні явища в соціальних групах: взаємини, лідерство, групові мотиви, колективні думки, настрої і т. д.);
- Індивідуально-психологічні причини (відображають індивідуальні психологічні особливості особистості (здібності, темперамент, характер, мотиви і т. п.)).

Приватні причини конфліктів (безпосередньо пов'язані з конкретним видом конфлікту). Ось деякі з них:

- Незадоволеність умовами діяльності;
- Порушення службової етики;
- Порушення трудового законодавства;
- Обмеженість ресурсів;
- Відмінності в цілях, цінностях, засобах досягнення цілей;
- Незадовільні комунікації.

Причини конфліктів виявляють себе у конкретних конфліктних ситуаціях, усунення яких веде до вирішення конфлікту.

Конфліктна ситуація - це накопичені протиріччя між людьми і створюють ґрунт для реального протиборства між ними.

Важливе місце у виникненні конфлікту займає інцидент - привід для конфлікту.

Найбільш часто зустрічаються типи конфліктних ситуацій:

1. Недобросовісне виконання обов'язків (брак у роботі, порушення трудової дисципліни);
2. Незадовільне управління (помилка при призначенні людей на посаду; помилки в організації контролю; порушення планування та етики спілкування);
3. Неадекватне уявлення ситуації (неправильні оцінки, судження про дії інших людей, помилки висновків про ситуацію);
4. Індивідуально-психологічні особливості особистості (порушення прийнятих правил спілкування);
5. Низька професійна підготовка (брак у роботі, нездатність прийняти адекватне рішення).

## **Література та навчальні матеріали**

Базова література

1. Шавкун І. Г., Дибчинська Я. С. Крос-культурна комунікація в міжнародному бізнесі: конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Запоріжжя: ЗНУ, 2019. – 107 с.
2. Верховод Л. І. Соціологія культури та міжкультурна комунікація : навч.-метод. посіб. для студ. ден. та заочн. форми навч. спец. «Соціологія» / Л. І. Верховод ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Старобільськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. – 263 с.
3. Горлач В. В. Організаційно-педагогічні умови формування вмінь крос-культурної комунікації у майбутніх фахівців сфери обслуговування / В. В. Горлач // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe. – 2020. – № 2, Ч. 1. – С. 9–14.
4. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація / В.М Манакін. – Київ: ЦУЛ, 2012. –288 с.
5. Глінковська Б. Крос-культурні підприємницькі комунікації : навчально-методичний посібник для магістрантів / Б. Глінковська, Є. Чеботарьов, В. Чеботарьов ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Старобільськ, 2018. – 120 с.

Допоміжна література

6. Азарова Ю. Мультикультуралізм і сучасні моделі міжкультурної комунікації / Ю. Азарова // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Культурологія. - 2016. - Вип. 17. - С. 13-19. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl\\_2016\\_17\\_](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl_2016_17_)
7. Бурак О.С. Крос-культурна комунікація як наслідок глобалізаційних крос-культурних контактів, 2012. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Grani/2012\\_5/27.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Grani/2012_5/27.pdf)
8. Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н. Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2006.- 142 с.
9. Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків : Навч.посібн./ І.А.Сайтарли. – К : Академвидав, 2010. – 240 с.
10. Коч Н. В. Міжкультурна комунікація: навчальний посібник. Миколаїв: Вид-во «ЧП Румянцева А.В.», 2017. – 200 с.
- 11 Комунікативні тренди міжнародних відносин. Монографія / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Піпченко Н. О., Москаленко Т. В., Погорська І. І., Белоусова Н.Б., Кучмій О. П., Сербіна Н. Ф., Сербіна К. Ю., Фролова О. М., Шевченко О.В.– К.: Центр вільної преси, 2016. – 614 с.
12. Стегній О. Г. Методологічні складності крос-культурних досліджень/ О. Г. Стегній// Український соціум. 2013. № 2(45) С.99 – 111.
13. Щетініна Л. В. Сутність крос-культурної компетентності: від теорії до практики /Л. В. Щетініна, С. Г. Рудакова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2017. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5537>



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра соціології і публічного управління  
(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

**ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З НАВЧАЛЬНОЇ**  
**ДИСЦИПЛІНИ**

**Крос-культурні комунікації**

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський)  
перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки  
(шифр і назва)

спеціальність 054 Соціологія  
(шифр і назва)

освітня програма Соціологічне забезпечення економічної діяльності  
(назви освітніх програм спеціальностей)

вид дисципліни професійна підготовка; вибіркова  
(загальна підготовка / професійна підготовка; обов'язкова/вибіркова)

форма навчання денна  
(денна / заочна/дистанційна)

Харків – 2024 рік

**Завдання для самостійної роботи побудовано за тематичними ознаками. На кожен окрему тему курсу пропонується певна кількість питань на які студенти мають знайти відповідь самостійно та пропонується окрема тема (теми) для підготовки повідомлень, фіксованих виступів та есе.**

**Також за окремими темами пропонується тематика командних проектів за наслідками виконання яких студенти проводять презентації.**

**Окремі теми передбачають самостійне знайомство з роботами конкретних авторів з числа соціологів – постмодерністів.**

**Мета самостійної роботи:** набути навички самостійної роботи та виконання завдань, що потребують вміння шукати самостійно відповіді на поставлені питання, знайомитися з першоджерелами, готувати командні проекти та презентувати їх.

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

### **Питання для самостійного опрацювання:**

1. Соціалізація та інкультурація.
2. Передумови виникнення міжкультурної комунікації
3. Модерністські теорії міжкультурної комунікації
4. Міжкультурна комунікація за умов постмодерна
5. Становлення міжкультурної комунікації в Європі.
6. Утвердження міжкультурної комунікації в Україні та слов'янських країнах.
7. Національні відмінності крос-культурних комунікацій

**Література:** 1,5,7,8,9

## **ТЕМА 2. Визначення поняття культури в сучасному світі**

### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Основні підходи до розуміння феномену культури
2. Форми культури: матеріальна, духовна, соціальна, фізична.
3. Типи культури в сучасному суспільстві
4. Види культури: культура суспільства, культура колективу, культура особистості
5. Проблема співвідношення культури і релігії
6. Міжкультурна взаємодія в глобалізованому суспільстві
7. Сутність і зміст культурної динаміки
8. Упередження та стереотипи.
9. Основні рушійні сили культурної глобалізації.
10. Принципи культурної політики в епоху глобалізації.
11. Поняття ефективної міжкультурної комунікації.
12. Приклади етнокультурних стереотипів у сучасному світі.

**Література:** 1,2,3,5,7

### **ТЕМА 3. Сприйняття культури членами суспільства.**

Підготовка есе за темою зі списку:

1. Визначення критеріїв різниці культур у різних суспільствах.
2. Культурні універсалиї.
3. Фактори, які впливають на пристосованість до чужої культури
4. Модель засвоєння "чужої" культури М. Беннета
5. Механізми формування упереджень, стереотипів, узагальнень як способів сприйняття соціальної дійсності..

**Література:** 3,6,8,13

### **ТЕМА 4. Рівні вивчення культури**

#### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Артефакти як результати людської діяльності
2. Архітектура і дизайн внутрішніх приміщень
3. Привітальні ритуали і форми звернення
4. Здійснення контакту
5. Дрес-код
6. Письмові контракти і усні угоди
7. Сукупність проголошуваних цінностей.
8. Класифікація базових уявлень (цінностей)

**Література:** 3 ,4, 6, 10, 11

### **ТЕМА 5. Теоретичні основи крос-культурної комунікації**

#### **Підготовка командних проектів за темами:**

1. Парадокси міжкультурного спілкування
2. Абстрагування й фільтрація інформації.
3. Цінності, вірування та переконання у міжкультурному аналізі
4. Змінні міжкультурної комунікації як її системні складові.
5. Механізми рівнів утворення й інтерпретації повідомлення
6. Інтегративна роль Інтернет-комунікацій в освіті.
7. Глобальний вимір науково-технічного прогресу в контексті міжкультурного діалогу.
8. Інтелектуальна міграція

**Література:** 2,8,9,10

### **ТЕМА 6. Вербальні та невербальні комунікації в контексті культур**

**Підготовка ділової гри з опрацювання різних видів вербально та невербальної комунікації**

1. Стили вербальної комунікації:  
- прямий – непрямий

- складний – стислий
  - особистісний- контекстуальний
  - інструментальний – афективний
2. Структуру та закономірності вербальної комунікації
  3. Лінійна модель масової комунікації «пентада» Г. Лассуелла
  4. Основні канали невербальної комунікації:
    - Міміка
    - Жести.
    - Візуальний контакт.
    - Голосові характеристики.
    - Просторова поведінка.

Висновки: Особливості невербальної комунікації як однієї із основних складових міжкультурної компетентності

Література: 3,6,11

## **Тема 7. Параметри культури, що визначають крос-культурну комунікацію**

### **Питання для самостійного опрацювання.**

1. Простір і час як універсалії культури.
2. Особливості векторного сприйняття часу Особливості спірального сприйняття часу.
3. Сприйняття часу в моноактивних культурах.
4. Ставлення до часу представників поліактивних культур.
5. Відношення до часу в реактивних культурах.
6. Різні підходи до взаємодії людини з навколишнім середовищем:
  - Природа - підлеглий людині об'єкт.
  - Фаталістичне, підлегле відношення до природи.
  - Людина - частина природи і повинна жити в гармонії з нею
7. Основні параметри культури, що характеризують відносини між людьми
8. Культури, орієнтовані на статус або досягнення
 

Емоційна культура як складова частина професійної культури.

Література: 6 ,11

## **ТЕМА 8. Методологічні складності крос-культурних досліджень**

### **Питання для самостійного опрацювання.**

1. Основні групи методів крос -культурного аналізу:
  - кабінетні дослідження
  - «польові» дослідження
2. Зрізи соціокультурного простору
3. Методологічні проблеми крос-культурного дослідження:
  - визначення виду дослідження,
  - проблема вибору підвалин порівняння,
  - формування вибіркової сукупності,
  - визначення перемінних,
  - мовні перешкоди,
  - дослідницькі процедури.

4. Джерела емпіричних даних в крос-культурних дослідженнях.
5. Використання методу факторного аналізу.
6. Функціональна еквівалентність інструменту вимірювання.
7. Метод оцінки поведінкового сценарію.
8. Проблеми мовної еквівалентності.

**Література:** 2, 4, 9, 12

## **Тема 9, 10. Крос-культурні комунікації в сфері економіки та бізнесу. Етика ведення ділових переговорів**

### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Крос-культурні відмінності бізнес комунікацій східної та західної культури.
2. Проведення переговорів з партнерами за умов різноманіття культур.
3. Види ділових зустрічей: неофіційна, офіційна ділова зустріч: основні відмінності.
4. Ділове спілкування : поняття, особливості. Функції та рівні ділової комунікації.

### **Підготовка командних проектів за темами**

1. Основні принципи підготовки публічного виступу для політичних, економічних, культурних, релігійних лідерів.
2. Крос-культурний менеджмент як здатність управляти різними поглядами, культурами, релігіями та звичками людей для досягнення найкращих результатів у бізнесі.

**Література:** 1, 3, 5

## **Тема 11 Крос-культурна компетентність, шляхи її формування**

### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Сутність крос-культурної компетентності.
2. Складові та рівні крос-культурної компетентності.
3. Засоби формування крос-культурної компетентності студентів-соціологів

### **Питання для обговорення**

Особливості формування крос-культурної компетентності у різних соціальних спільнот: вікових, гендерних, професійних, етнічних, релігійних тощо.

**Література:** 1, 4, 7, 13.

## **Тема 12. Потенційні проблеми крос-культурних комунікацій, шляхи та можливості їх оптимізації.**

### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Конфлікти у крос-культурних комунікаціях і засоби їх вирішення.

2. Класифікація конфліктів: етнічні, релігійні, міжгрупові, ділові, міжособистісні, глобальні.
3. Вплив розвитку інформаційних технологій на протікання крос-культурних комунікацій та конфліктів.

### ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

№ п/п	Теми рефератів	Тиждень виконання
1.	Основні рушійні сили культурної глобалізації.	2
2.	Принципи культурної політики в епоху глобалізації.	2
3.	Вплив глобалізаційних трансформацій на міжнародні крос-культурні дослідження	3
4.	Комунікативна модель культури Е. Холл: поведінковий аспект.	3
5.	Модерністські теорії міжкультурної комунікації.	4
6.	Інтегративна роль Інтернет-комунікацій в освіті.	5
7.	«Сценарій дозрівання» У. Ганнерса як шлях зближення Сходу і Заходу.	
8.	Моделі корпоративних культур по Т.Дилу й А.Кеннеді.	6
9.	Моделі корпоративних культур по Дж.Зонненфельду	7
10.	Моделі корпоративних культур Ф.Тромпенаарса й Ч. Хампдена-Тернера	7
11.	Теорія комунікативного пристосування Х. Джайлз	8
12.	Теорія ціннісних орієнтацій Ф. Клакхона, Ф. Стродбека..	8
13.	Принципи крос-культурного підходу Дж. Мердока	9
14.	Теорія «фейса» С. Тинг-Туми.	9
15.	Параметрична модель культури Г. Хофстеде	10
16.	Перетин культур, використання інституту посередництва	11
17.	Крос-культурні особливості проведення переговорів	12

18.	Система цінностей у європейсько-американській культурі.	12
19.	Особливості китайського менталітету	13
20.	Особливості японського менталітету	13
21.	Особливості переговорів у Японії	14
22.	Особливості переговорів у країнах Європи	14
23.	Етнічні, расові та культурні стереотипи.	15
24.	Вербальна міжкультурна бізнес комунікація	16
25.	Невербальне спілкування й міжкультурне ділове співробітництво.	16
26.	Методологічні складності крос-культурних досліджень.	16

### **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

#### **Базова література**

1. Шавкун І. Г., Дибчинська Я. С. Крос-культурна комунікація в міжнародному бізнесі: конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Запоріжжя: ЗНУ, 2019. – 107 с.
2. Верховод Л. І. Соціологія культури та міжкультурна комунікація : навч.-метод. посіб. для студ. ден. та заочн. форми навч. спец. «Соціологія» / Л. І. Верховод ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Старобільськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. – 263 с.
3. Горlach В. В. Організаційно-педагогічні умови формування вмінь крос-культурної комунікації у майбутніх фахівців сфери обслуговування / В. В. Горlach // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe. – 2020. – № 2, Ч. 1. – С. 9–14.
4. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація / В.М Манакін. – Київ: ЦУЛ, 2012. –288 с.
5. Глінковська Б. Крос-культурні підприємницькі комунікації : навчальнометодичний посібник для магістрантів / Б. Глінковська, Є. Чеботарьов, В. Чеботарьов ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Старобільськ, 2018. – 120 с.

#### **Допоміжна література**

6. Азарова Ю. Мультикультуралізм і сучасні моделі міжкультурної комунікації / Ю. Азарова // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Культурологія. - 2016. - Вип. 17. - С. 13-19. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl\\_2016\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl_2016_17)

7. Бурак О.С. Крос-культурна комунікація як наслідок глобалізаційних крос-культурних контактів, 2012. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Grani/2012\\_5/27.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Grani/2012_5/27.pdf)
8. Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н. Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2006.- 142 с.
9. Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків : Навч.посібн./ І.А.Сайтарли. – К : Академвидав, 2010. – 240 с.
10. Коч Н. В. Міжкультурна комунікація: навчальний посібник. Миколаїв: Вид-во «ЧП Румянцева А.В.», 2017. – 200 с.
11. Комунікативні тренди міжнародних відносин. Монографія / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Піпченко Н. О., Москаленко Т. В., Погорська І. І., Белоусова Н.Б., Кучмій О. П., Сербіна Н. Ф., Сербіна К. Ю., Фролова О. М., Шевченко О.В.– К.: Центр вільної преси, 2016. – 614 с.
12. Стегній О. Г. Методологічні складності крос-культурних досліджень/ О. Г. Стегній// Український соціум. 2013. № 2(45) С.99 – 111.
13. Щетініна Л. В. Сутність крос-культурної компетентности: від теорії до практики /Л. В. Щетініна, С. Г. Рудакова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2017. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5537>



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра соціології і публічного управління  
(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

**ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Крос-культурні комунікації**

\_( назва навчальної дисципліни )

рівень вищої освіти другий (магістерський)  
перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки  
(шифр і назва)

спеціальність 054 Соціологія  
(шифр і назва )

освітня програма Соціологічне забезпечення економічної діяльності  
(назви освітніх програм спеціальностей )

вид дисципліни професійна підготовка; вибіркова  
(загальна підготовка / професійна підготовка; обов'язкова/вибіркова)

форма навчання денна  
(денна / заочна/дистанційна)

Харків – 2024 рік

## **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.
4. Поняття крос-культурної комунікації у працях соціологів сучасної доби постмодерну
5. Зворотній зв'язок в різних типах культур як фактор крос-культурної комунікації.

### **Питання для обговорення**

1. Соціалізація та інкультурація: особливості та відмінності цих процесів в сучасному суспільстві.
2. В чому полягають передумови виникнення міжкультурної комунікації?
3. Як визначалася міжкультурна комунікація в умовах парадигми модерну?
4. В чому відмінність постмодерних трактувань міжкультурної комунікації?
5. Які національні відмінності крос-культурних комунікацій можна визначити як базові, головні?

**Література:** 1,5,7,8,9

## **ТЕМА 2, 3. Визначення поняття культури. Сприйняття культури членами суспільства**

1. Культура як комплекс систем цінностей, норм, знань і символів.
2. Механізм передачі і освоєння культури і складових її елементів.
3. Структура культури та її основні складові.
4. Мова як головний чинник культури.
5. Мовна поведінка та мовна особистість
6. . Форми етноцентризму: недостатній, помірний, абсолютний.
7. Культурний релятивізм та його принципи.
8. Суть крос-культурного шоку та особливості його перебігу.
9. Різновиди крос-культурного шоку та відмінності у його подоланні.
10. Негативні наслідки крос-культурного шоку

### **Питання для обговорення**

1. Які ви знаєте підходи до розуміння феномену культури?
2. Які типи культури визначаються в сучасному суспільстві?
3. В чому полягає проблема співвідношення культури і релігії?
4. Чи змінилася міжкультурна взаємодія в глобалізованому суспільстві?
5. Що таке культурні стереотипи?
6. Які повинні бути основні принципи культурної політики в епоху глобалізації?
7. Наведіть приклади етнокультурних стереотипів у сучасному світі.
8. Визначте критерії, що визначають різницю культур у різних суспільствах.
9. Охарактеризуйте поняття «культурні універсалії».
10. Які фактори впливають на пристосованість до чужої культури?

11. Механізми формування упереджень, стереотипів, узагальнень як способів сприйняття соціальної дійсності.

**Література:** 1,2,3,5,8, 7, 13

#### **ТЕМА 4, 5 Рівні вивчення культури, теоретичні основи крос-культурної комунікації**

1. Артефакти
2. Проголошуванні цінності і переконання
3. Базові уявлення (або базова система цінностей) в культурі
  1. . Контекст міжкультурної комунікації.
  2. Пряма і непряма, безпосередня і опосередкована форми комунікації
  3. Культурологічний аспект міжкультурної комунікації.
  4. Соціально-комунікативний та психологічний аспекти міжкультурної комунікації

#### **Питання для обговорення**

1. Артефакти як результати людської діяльності
2. Архітектура і дизайн внутрішніх приміщень, привітальні ритуали і форми звернення, здійснення контакту, дрес-код, письмові контракти і усні угоди
3. Сукупність проголошуваних цінностей. Класифікація базових уявлень (цінностей)
4. Парадокси міжкультурного спілкування
5. Абстрагування й фільтрація інформації.
6. Цінності, вірування та переконання у міжкультурному аналізі
7. Змінні міжкультурної комунікації як її системні складові.
8. Механізми рівнів утворення й інтерпретації повідомлення
9. Інтегративна роль Інтернет-комунікацій в освіті.
10. Глобальний вимір науково-технічного прогресу в контексті міжкультурного діалогу.
11. Інтелектуальна міграція

**Література:** 2, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 11

#### **ТЕМА 6, 7. Вербальні та невербальні комунікації в контексті культур. Параметри культури, що визначають крос-культурну комунікацію**

1. Характеристика стилів вербальної комунікації.
2. Основні канали невербальної комунікації.
3. Форми невербальної комунікації.
4. Елементи невербальної комунікації та їх вплив на крос-культурне спілкування
5. Час і простір. Векторне і спіральне сприйняття часу в різних культурах

6. Культури з моноактивним, поліактивним і реактивним ставленням до часу
7. Ставлення до природи
8. Відносини між людьми в різних культурах. Емоційні і нейтральні культури

#### **Питання для обговорення**

1. Як формуються принципи вербальної комунікації в процесі соціалізації особистості?
2. Як відрізняється вербальна комунікація у різних етносів із заходу на схід та з півдня на північ?
3. Які ви знаєте форми невербальної комунікації ?
4. Як формуються стереотипи невербальної комунікації у сприйнятті різних етносів та соціальних груп?
5. Мовна поведінка, як характеристика представників певних соціальних груп, соціальна диференціація та мова.
6. Соціальні та територіальні діалекти, меми, їх вплив на крос-культурну комунікацію.
7. Як відрізняється сприйняття простору і часу у різних культурах?
8. В чому відмінність між векторним та спіральним сприйняттям часу?
9. Сприйняття часу в моноактивних, поліактивних та реактивних культурах.
10. Як відрізняється становлення людини до природи у різних типах культур?
11. Основні параметри культури, що характеризують відносини між людьми

**Література:** 3,6,11

#### **ТЕМА 8. Методологічні складності крос-культурних досліджень**

1. Характеристика основних методів крос- культурного аналізу.
2. Крос-культурний аналіз особливостей загальної культури, ділової культури і культури споживання

#### **Питання для обговорення**

1. Основні групи методів крос -культурного аналізу:
  - кабінетні дослідження
  - «польові» дослідження
2. Зрізи соціокультурного простору
3. Методологічні проблеми крос-культурного дослідження:
  - визначення виду дослідження,
  - проблема вибору підвалин порівняння,
  - формування вибіркової сукупності,
  - визначення перемінних,
  - мовні перешкоди,
  - дослідницькі процедури.
4. Джерела емпіричних даних в крос-культурних дослідженнях.
5. Використання методу факторного аналізу.

**Література:** 2 ,4, 9, 12

## **Тема 9, 10. Крос-культурні комунікації в сфері економіки та бізнесу. Етика ведення ділових переговорів**

5. Специфіка крос-культурних комунікацій в економічній сфері.
6. Переговори як комунікативний процес. Проведення переговорів з партнерами.
7. Види ділових зустрічей: неофіційна, офіційна ділова зустріч.
8. Особливості сучасного ділового етикету. Основні етичні принципи ділового протоколу.
9. Ділове спілкування : поняття, особливості. Функції та рівні ділової комунікації.

### **Питання для обговорення**

3. Основні принципи підготовки публічного виступу для різних соціальних сфер.
4. Крос-культурний менеджмент як здатність управляти різними поглядами, культурами, релігіями та звичками людей для досягнення найкращих результатів у бізнесі.

**Література:** 1, 3, 5

## **Тема 11 Крос-культурна компетентність, шляхи її формування**

4. Сутність крос-культурної компетентності.
5. Складові та рівні крос-культурної компетентності.
6. Шляхи та засоби формування крос-культурної компетентності

### **Питання для обговорення**

Особливості формування крос-культурної компетентності у різних соціальних спільнот: вікових, гендерних, професійних, етнічних, релігійних тощо.

**Література:** 1, 4, 7, 13.

## **Тема 12. Потенційні проблеми крос-культурних комунікацій, шляхи та можливості їх оптимізації.**

4. Конфлікти у крос-культурних комунікаціях і засоби їх вирішення.
5. Класифікація конфліктів: етнічні, релігійні, міжгрупові, ділові, міжособистісні, глобальні.
6. Вплив розвитку інформаційних технологій на протікання крос-культурних комунікацій та конфліктів.

## **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

### **Базова література**

1. Шавкун І. Г., Дибчинська Я. С. Крос-культурна комунікація в міжнародному бізнесі: конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістра

- спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Запоріжжя: ЗНУ, 2019. – 107 с.
2. Верховод Л. І. Соціологія культури та міжкультурна комунікація : навч.-метод. посіб. для студ. ден. та заочн. форми навч. спец. «Соціологія» / Л. І. Верховод ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Старобільськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. – 263 с.
3. Горlach В. В. Організаційно-педагогічні умови формування вмінь крос-культурної комунікації у майбутніх фахівців сфери обслуговування / В. В. Горlach // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe. – 2020. – № 2, Ч. 1. – С. 9–14.
4. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація / В.М Манакін. – Київ: ЦУЛ, 2012. –288 с.
5. Глінковська Б. Крос-культурні підприємницькі комунікації : навчальнометодичний посібник для магістрантів / Б. Глінковська, Є. Чеботарьов, В. Чеботарьов ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Старобільськ, 2018. – 120 с.

### Допоміжна література

6. Азарова Ю. Мультикультуралізм і сучасні моделі міжкультурної комунікації / Ю. Азарова // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Культурологія. - 2016. - Вип. 17. - С. 13-19. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl\\_2016\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl_2016_17)
7. Бурак О.С. Крос-культурна комунікація як наслідок глобалізаційних крос-культурних контактів, 2012. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Grani/2012\\_5/27.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Grani/2012_5/27.pdf)
8. Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н. Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2006.- 142 с.
9. Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків : Навч.посібн./ І.А.Сайтарли. – К : Академвидав, 2010. – 240 с.
10. Коч Н. В. Міжкультурна комунікація: навчальний посібник. Миколаїв: Вид-во «ЧП Румянцева А.В.», 2017. – 200 с.
11. Комунікативні тренди міжнародних відносин. Монографія / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Піпченко Н. О., Москаленко Т. В., Погорська І. І., Белоусова Н.Б., Кучмій О. П., Сербіна Н. Ф., Сербіна К. Ю., Фролова О. М., Шевченко О.В.– К.: Центр вільної преси, 2016. – 614 с.
12. Стегній О. Г. Методологічні складності крос-культурних досліджень/ О. Г. Стегній// Український соціум. 2013. № 2(45) С.99 – 111.
13. Щетініна Л. В. Сутність крос-культурної компетентності: від теорії до практики /Л. В. Щетініна, С. Г. Рудакова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2017. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5537>

1. [www.useps.org](http://www.useps.org)– офіційний сайт українського центру економічних та політичних досліджень ім. Разумкова (представлені результати досліджень, діаграми, кількісні показники, наводяться дані порівняльних досліджень).
2. [www.sociology.kharkov.ua](http://www.sociology.kharkov.ua)– Sociology Hall, сайт соціологічного факультету ХНУ ім. В. Н. Каразіна.
3. <http://www.socium.info/library.html>– бібліотека соціологічної літератури.
4. [www.useps.com.ua/ukr/all/sociology](http://www.useps.com.ua/ukr/all/sociology) (Архів соціологічних даних Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, м. Київ).
5. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (Статистичні матеріали Держкомстату України).

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра соціології і публічного управління  
(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

**ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Крос-культурні комунікації**

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський)  
перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки  
(шифр і назва)

спеціальність 054 Соціологія  
(шифр і назва)

освітня програма Соціологічне забезпечення економічної діяльності  
(назви освітніх програм спеціальностей)

вид дисципліни професійна підготовка; вибіркова  
(загальна підготовка / професійна підготовка; обов'язкова/вибіркова)

форма навчання денна  
(денна / заочна/дистанційна)

Харків – 2024 рік



**Індивідуальне завдання** – вид самостійної роботи поза аудиторними годинами, коли студент, використовуючи лекційний матеріал та додаткові джерела знань, розробляє особисту тему, презентує результати під час семінарського заняття у вигляді доповіді та презентації.

**Підготовка презентації** – вид самостійної роботи, що виконується студентом поза аудиторними годинами. Студент вільно обирає тематику з числа тем, які пропонуються планами семінарських занять, або узгоджує з викладачем ініціативну тематику. Наступним кроком студент здійснює бібліографічний пошук, використовуючи бібліотечні фонди або Інтернет-ресурси. Також складає план презентації або ставить питання, на які треба отримати аргументовану відповідь. Опанувавши джерела за темою, студент розкриває зміст питань та представляє виконану роботу на семінарі. Обсяг презентації – 10-15 слайдів, текст доповіді – 4-5 сторінок формату А4.

### ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

№ п/п	Теми рефератів	Тиждень виконання
16.	Основні рушійні сили культурної глобалізації.	2
17.	Принципи культурної політики в епоху глобалізації.	2
18.	Вплив глобалізаційних трансформацій на міжнародні крос-культурні дослідження	3
19.	Комунікативна модель культури Е. Холл: поведінковий аспект.	3
20.	Модерністські теорії міжкультурної комунікації.	4
21.	Інтегративна роль Інтернет-комунікацій в освіті.	5
22.	«Сценарій дозрівання» У. Ганнерса як шлях зближення Сходу і Заходу.	
23.	Моделі корпоративних культур по Т.Дилу й А.Кеннеді.	6
24.	Моделі корпоративних культур по Дж.Зонненфельду	7
25.	Моделі корпоративних культур Ф.Тромпенаарса й Ч. Хампдена-Тернера	7
26.	Теорія комунікативного пристосування Х. Джайлз	8
27.	Теорія ціннісних орієнтацій Ф. Клакхона, Ф. Стродбека..	8
28.	Принципи крос-культурного підходу Дж. Мердока	9

29.	Теорія «фейса» С. Тинг-Туми.	9
30.	Параметрична модель культури Г. Хофстеде	10
16.	Перетин культур, використання інституту посередництва	11
17.	Крос-культурні особливості проведення переговорів	12
18.	Система цінностей у європейсько-американській культурі.	12
19.	Особливості китайського менталітету	13
20.	Особливості японського менталітету	13
21.	Особливості переговорів у Японії	14
22.	Особливості переговорів у країнах Європи	14
23.	Етнічні, расові та культурні стереотипи.	15
24.	Вербальна міжкультурна бізнес комунікація	16
25.	Невербальне спілкування й міжкультурне ділове співробітництво.	16
26.	Методологічні складності крос-культурних досліджень.	16

### **Теми проектів**

1. Моделі крос-культурної комунікації (Г. Лассвелла, К. Шеннона, Р. Якобсона, Д. Хаймса) порівняльний аналіз.
2. Ключові особливості теорії крос-культурної комунікації.
3. Теорія комунікативного пристосування та її практичне застосування у крос-культурному спілкуванні
4. Традиції європейського вербального та невербального спілкування.
5. Особливості вербального та невербального спілкування в Азії та Африці.
6. Спілкування з представниками Латинської Америки та Австралії
7. Протокольні традиції європейських країн.
8. Діловий протокол та етикет США, Канади і Латинської Америки.
9. Особливості ділового етикету в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону.
10. Специфіка бізнес-протоколу й етикету в арабських країнах.
11. Характерні відмінності бізнеспротоколу та етикету в країнах Африки.
12. Просторіччя. Соціальні діалекти. Проблема існування «класових діалектів». Професійні, корпоративні та таємні підмови, їх роль у крос-культурній комунікації.
13. Netiquette - мовний етикет в Інтернеті та крос-культурні комунікації
14. Мова сучасних ЗМІ, регіональні особливості.
15. Мода та мова у крос-культурному спілкуванні

16. Білінгвізм та полілінгвізм як індивідуальне та соціальне явище, вплив білінгвізму на крос-культурну комунікацію
17. Мовний портрет соціальної групи (на прикладі студентської молоді)
18. Загрози глобалізації для національних мов
19. Історія становлення та структурні ознаки піджинів
20. Взаємодія мови і гендеру на прикладі різноманітних суспільств
21. Мовна поведінка і соціальний статус особистості, соціальні ознаки крос-культурних комунікацій
22. Мовна поведінка емігрантів
23. Мовні конфлікти та їх врегулювання в Україні і світі (порівняльний аналіз)
24. Некодифіковані мовні підсистеми: діалект, соціолект, аргі, жаргон, сленг як носії інваріантності та їх вплив на крос-культурний діалог
25. Міжкультурна комунікація як особливий тип спілкування. Аккультурація як освоєння чужої культури.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра \_\_\_\_\_ соціології і публічного управління \_\_\_\_\_  
(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ПОТОЧНОГО,  
ПРОМІЖНОГО Й ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ.**

**Крос-культурні комунікації**

\_( назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти \_\_\_\_\_ другий (магістерський) \_\_\_\_\_  
перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань \_\_\_\_\_ 05 Соціальні та поведінкові науки \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)

спеціальність \_\_\_\_\_ 054 Соціологія \_\_\_\_\_  
(шифр і назва )

освітня програма \_\_\_\_\_ Соціологічне забезпечення економічної діяльності \_\_\_\_\_  
(назви освітніх програм спеціальностей )

вид дисципліни \_\_\_\_\_ професійна підготовка; вибіркова \_\_\_\_\_  
(загальна підготовка / професійна підготовка; обов'язкова/вибіркова)

форма навчання \_\_\_\_\_ денна \_\_\_\_\_  
(денна / заочна/дистанційна)

Харків – 2024 рік

**Поточний контроль** проводиться за результатами роботи студентів на семінарських заняттях шляхом оцінювання рефератів, індивідуальних доповідей, проектів та їх презентації, модульних контрольних робіт а також методом оцінювання активності студента в обговоренні питань розглянутих на семінарі.

<b>№ п/п</b>	<b>Теми рефератів</b>	<b>Тиждень виконання</b>
1	Основні рушійні сили культурної глобалізації.	2
2	Принципи культурної політики в епоху глобалізації.	2
3	Вплив глобалізаційних трансформацій на міжнародні крос-культурні дослідження	3
4	Комунікативна модель культури Е. Холл: поведінковий аспект.	3
5	Міжкультурна комунікація за умов постмодерна	4
6	Інтегративна роль Інтернет-комунікацій в освіті.	5
7	«Сценарій дозрівання» У. Ганнерса як шлях зближення Сходу і Заходу.	
8	Моделі корпоративних культур по Т.Дилу й А.Кеннеді.	6
9	Моделі корпоративних культур по Дж.Зонненфельду	7
10	Моделі корпоративних культур Ф.Тромпенаарса й Ч. Хампдена-Тернера	7
11	Теорія комунікативного пристосування Х. Джайлз	8
12	Теорія ціннісних орієнтацій Ф. Клакхона, Ф. Стродбека..	8
13	Принципи крос-культурного підходу Дж. Мердока	9
14	Теорія «фейса» С. Тинг-Туми.	9
15	Параметрична модель культури Г. Хофстеде	10
16.	Перетин культур, використання інституту посередництва	11
17.	Крос-культурні особливості проведення переговорів	12
18	Система цінностей у європейсько-американській культурі.	12
19	Особливості китайського менталітету	13
20.	Особливості японського менталітету	13
21.	Особливості переговорів у Японії	14
22.	Особливості переговорів у країнах Європи	14
23.	Етнічні, расові та культурні стереотипи.	15
24.	Вербальна міжкультурна бізнес комунікація	16
25.	Невербальне спілкування й міжкультурне ділове співробітництво.	16
26.	Методологічні складності крос-культурних досліджень.	16

### **Теми проектів**

1. Моделі крос-культурної комунікації (Г. Лассвелла, К. Шеннона, Р. Якобсона, Д. Хаймса) порівняльний аналіз.
2. Ключові особливості теорії крос-культурної комунікації.
3. Теорія комунікативного пристосування та її практичне застосування у крос-культурному спілкуванні
4. Традиції європейського вербального та невербального спілкування.
5. Особливості вербального та невербального спілкування в Азії та Африці.
6. Спілкування з представниками Латинської Америки та Австралії
7. Протокольні традиції європейських країн.
8. Діловий протокол та етикет США, Канади і Латинської Америки.
9. Особливості ділового етикету в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону.
10. Специфіка бізнес-протоколу й етикету в арабських країнах.
11. Характерні відмінності бізнеспротоколу та етикету в країнах Африки.
12. Просторіччя. Соціальні діалекти. Проблема існування «класових діалектів». Професійні, корпоративні та таємні підмови, їх роль у крос-культурній комунікації.
13. Netiquette - мовний етикет в Інтернеті та крос-культурні комунікації
14. Мова сучасних ЗМІ, регіональні особливості.
15. Мода та мова у крос-культурному спілкуванні
16. Білінгвізм та полілінгвізм як індивідуальне та соціальне явище, вплив білінгвізму на крос-культурну комунікацію
17. Мовний портрет соціальної групи (на прикладі студентської молоді)
18. Загрози глобалізації для національних мов
19. Історія становлення та структурні ознаки піджинів
20. Взаємодія мови і гендеру на прикладі різноманітних суспільств
21. Мовна поведінка і соціальний статус особистості, соціальні ознаки крос-культурних комунікацій
22. Мовна поведінка емігрантів
23. Мовні конфлікти та їх врегулювання в Україні і світі (порівняльний аналіз)
24. Некодифіковані мовні підсистеми: діалект, соціолект, аргі, жаргон, сленг як носії інваріантності та їх вплив на крос-культурний діалог
25. Міжкультурна комунікація як особливий тип спілкування. Аккультурація як освоєння чужої культури.

### **Питання до модульної контрольної роботи.**

#### **Модуль 1.**

1. Поняття «крос-культурний».
2. Співвідношення понять культура та комунікація.
3. Місце крос-культурних комунікацій в сучасному суспільстві.
4. Поняття крос-культурної комунікації у працях соціологів сучасної доби постмодерну

5. Зворотній зв'язок в різних типах культур як фактор крос-культурної комунікації
6. Культура як комплекс систем цінностей, норм, знань і символів.
7. Механізм передачі і освоєння культури і складових її елементів.
8. Структура культури та її основні складові.
9. Мова як головний чинник культури.
10. Мовна поведінка та мовна особистість
11. Форми етноцентризму: недостатній, помірний, абсолютний.
12. Культурний релятивізм та його принципи.
13. Суть крос-культурного шоку та особливості його перебігу.
14. Різновиди крос-культурного шоку та відмінності у його подоланні.
15. Негативні наслідки крос-культурного шоку.
16. Артефакти.
17. Проголошуванні цінності і переконання
18. Базові уявлення (або базова система цінностей) в культурі

### **Модуль 2.**

1. . Контекст міжкультурної комунікації.
2. Пряма і непряма, безпосередня і опосередкована форми комунікації
3. Культурологічний аспект міжкультурної комунікації.
4. Соціально-комунікативний та психологічний аспекти міжкультурної комунікації
5. Характеристика стилів вербальної комунікації.
6. Основні канали невербальної комунікації.
7. Форми невербальної комунікації.
8. Елементи невербальної комунікації та їх вплив на крос-культурне спілкування.
9. Час і простір. Векторне і спіральне сприйняття часу в різних культурах
- 10.2. Культури з моноактивним, поліактивним і реактивним ставленням до часу
11. Ставлення до природи
12. Відносини між людьми в різних культурах
13. Емоційні і нейтральні культури
14. Характеристика основних методів крос- культурного аналізу.
15. Крос-культурний аналіз особливостей загальної культури, ділової культури і культури споживання

**Підсумковий контроль** проводиться шляхом накопичення балів або у формі диференційного заліку студента за прийнятою шкалою академічних оцінок.

### **Контрольні питання до заліку.**

1. Поняття «крос-культурний».
2. Співвідношення понять культура та комунікація.
3. Місце крос-культурних комунікацій в сучасному суспільстві
4. Сутність міжкультурної комунікації.
5. Форми міжкультурної комунікації
6. Пряма і непряма форми комунікації
7. Безпосередня і опосередкована форми комунікації
8. Аспекти міжкультурної комунікації.
9. Культурологічний аспект у міжкультурній комунікації.

10. Лінгвістичний аспект у міжкультурній комунікації.
11. Етичний аспект у міжкультурній комунікації.
12. Соціально-комунікативний аспект у міжкультурній комунікації.
13. Психологічний аспект у міжкультурній комунікації.
14. Професійно-прикладний аспект у міжкультурній комунікації.
15. Характерні особливості культури.
16. Новаторство і традиції як умови розвитку культури.
17. Локальні культури та їх співіснування.
18. Типи взаємодії культур
19. Особливості крос-культурного діалогу
20. Культурний етноцентризм
21. Культурний релятивізм
22. Крос-культурний шок.
23. Стадії культурного шоку
24. Подолання культурного шоку.
25. Визначення культури
26. Структура культури
27. Функції культури
28. Різні підходи до вивчення культури.
29. Структуру та закономірності вербальної комунікації
30. Стилї вербальної комунікації
31. Лінійна модель масової комунікації «пентада» Г. Лассуелла
32. Поняття про невербальне спілкування
33. Основні канали невербальної комунікації.
34. Артефакти як результати людської діяльності.
35. Артефакти української культури.
36. Проголошуванні цінності і переконання.
37. Сукупність проголошуваних цінностей як основа корпоративної культури.
38. Класифікація базових уявлень (цінностей): вітальні, соціальні, моральні, релігійні, естетичні.
39. Базова система цінностей українського суспільства.
40. Простір і час як універсалії культури.
41. Особливості векторного сприйняття часу.
42. Особливості спірального сприйняття часу.
43. Сприйняття часу в моноактивних культурах.
44. Ставлення до часу представників поліактивних культур.
45. Відношення до часу в реактивних культурах.
46. Різні підходи до взаємодії людини з навколишнім середовищем:
47. Природа - підлеглий людині об'єкт.
48. Фаталістичне, підлегле відношення до природи.
49. Людина - частина природи і повинна жити в гармонії з нею
50. Основні параметри культури, що характеризують відносини між людьми
51. Культури, орієнтовані на статус або досягнення
52. Емоційна культура як складова частина професійної культури.
53. Основні групи методів крос -культурного аналізу.
54. Методологічні проблеми крос-культурного дослідження.
55. Джерела емпіричних даних в крос-культурних дослідженнях.



56. Використання методу факторного аналізу.
57. Функціональна еквівалентність інструменту вимірювання.
58. Метод оцінки поведінкового сценарію.
59. Проблеми мовної еквівалентності.
60. Крос-культурний аналіз особливостей ділової культури.