ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ И НАУКЕ БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УПРАВЛЕНИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Кафедра: Управление персоналом

Реферат

По теме: «Межкультурные коммуникации в организациях»

Студентки заочного отделения

группы 11 – 05 – 64

специальности «управление персоналом»

Селюкова А.С.

Белгород 2008

**Содержание**

1. Межкультурная коммуникация 3

1. Невербальная межкультурная коммуникация, ее средства 6

3. Межгрупповая коммуникация в организации 8

4. Факторы, влияющие на доверие в межкультурной коммуникации 10

Список использованной литературы 13

**1. Межкультурная коммуникация**

Происходящие в современном мире интеграционные процессы приводят к росту взаимодействия и взаимозависимости между странами и регионами. Мы все чаще контактируем с представителями других народов и культур. Поэтому очень важно иметь представление о межкультурной коммуникации, в процессе которой представитель одной культуры вступает во взаимоотношения с представителем другой культуры. Знания и особенности межкультурной коммуникации позволяет повысить специфику взаимодействия представителей разных культур.

На протяжении многих лет в США бытовало представление о том, что в результате смешения людей многих непохожих друг на друга национальных и этнических групп появился тип американца, в котором привнесенные иммигрантами индивидуальное особенности – язык, верования, поведенческие характеристики соединились в едином и более сильном характере. Считалось, что каждый американец является представителем такого типа или стремится к нему.

В последние годы исследователи и общественные деятели предлагают иную интерпретацию, согласно которой этнические группы внесли свой уникальный вклад в американскую культуру, при этом сохранив многие свои особенности в первозданном виде. Общее и индивидуальное сосуществовали всегда, однако в прошлом основное внимание уделялось наличию общих качеств, теперь же углубляется осознание существующих различий.

Межкультурная коммуникация является разновидностью межличностной коммуникации в определенном контексте: когда мы осознаем существование культурных различий, наша межличностная коммуникация становится межкультурной. Являясь важнейшей составляющей самоощущения личности, ее ценностей, представлений и убеждений, культура входит составной частью в процесс коммуникации. Осознав, то что наша собственная культура привносит в процесс коммуникации, человек может оценить и то значение, которое имеет для успешности коммуникации культура других участников этого процесса. Важно не только признавать существование культурных различий, но и понимать, что каждый из членов организации или общества в целом, в силу этих различий по-разному проявляется в процессе коммуникации.

Культурные различия могут уменьшать предсказуемость развития процесса коммуникаций из-за несоответствий в языках, правилах и норах. Успешность коммуникации зависит от способности адаптироваться к различиям культур, поскольку осознание для нас непривычного поведения и образа мыслей, свойственных представителям других культур, иногда может привести к предвзятости. Может возникнуть чувство недоверия, поскольку убеждения, отличные от нас, часто кажутся странными. И тогда мы склонны считать их неверными, что привотет в конечном итоге к усугублению процесса коммуникации.

Очень просто бывает добиться того простого подхода, который способствует эффективности коммуникации. Следует отказаться от обыкновения считать ниже себя тех, кто смотрит на вещи иначе. Никакие культурные особенности, включая наши собственные, не следует расценивать как истинные или ложные. Необходимо попытаться считать какие-то особенности не похожими на те, которые привычны для нас. Так, для многих культур нормой общения считается прямой взгляд в процессе межличностного и делового общения, в некоторых жен культурах более приемлем косвенный зрительный контакт. Ни один из них не следует рассматривать как хороший или плохой – это вариативность, отражающая культурное различие.

Культура делового общения – готовность работников вести себя в ситуациях делового общения с клиентом на основе имиджевых регуляторов поведения исходя из миссии фирмы.

Признание и принятие культурных различий такого типа – первый шаг к эффективности в межкультурной коммуникации. В других случаях принимать такие отличия бывает труднее, однако, отказавшись оценивать другую культуру в зависимости от собственного опыта, мы начинаем понимать людей другой культуры. И наоборот, успешная коммуникация с людьми других культур будет практически недостижимой, если работник, человек станет упорствовать в своем стремлении считать верным только то, что привычно, а все остальное рассматривать как неполноценное или не верное.

Убежденность в превосходстве собственной культуры или ее исключительность называется этноцентризмом. Находящиеся на позициях этноцентризма люди иногда не смогут достичь эффективности в коммуникации с представителями других культур. Преодоление этнокоммуникации достигается не легко, поскольку эта тенденция свойственна каждой культуре, рассматривающей как закономерность и норму собственное представление о мире, обычаях и модели поведения.

Этноцентризм – взгляд на общество, при котором одна группа считается центральной, а все другие группы соизмеряются и соотносятся с ней.

Связь между культурой и коммуникацией носит настолько всеобъемлющий характер, что один из ведущих антропологов Эдвард Холл сказал, что «культура - это коммуникация» и «коммуникация – это – культура». Мы постигаем язык, обычаи , нормы в раннем возрасте. Обычно, в этот период жизни мы не усваиваем никакой иной культуры на таком же глубинном уровне и не отдаем себе отчета в том, насколько наше поведение определяется культурой, к которой мы принадлежим.

Хотя культурные ценности играют важнейшую роль в личной жизни каждого человека, их нельзя увидеть или услышать – они в самих людях, в их мыслях и чувствах. Ими определяется восприятие мира, выбор линии поведения. Так, центральной ценностью преобладающей культуры США является личный успех. Как следствие, люди этой культуры ценят упорный труд, силу и выносливость, умение делать карьеру, постоянно умножать состояние и улучшать качество жизни.

В арабских странах наряду с личными успехами относится так же гостеприимство, смелость и честь.

Во многих африканских странах почитают старших, а принадлежность к семье или клану, расценивается выше, чем успешная работа и материальное благосостояние.

Различные ценности отличающихся друг от друга культур определяют и различия в поведении.

Затруднения в межличностной коммуникации возникают не только из-за языкового барьера, часто неверная и негативная оценка представителей чужой культуры возникает на фоне существующих в сознании людей стереотипов. Иногда такие культурные стереотипы усиливаются даже звучанием различных языков. Например, немецкий язык может восприниматься как грубый, воинственный, а испанский – как романтичный и экзотичный. Стереотип восприятия языка переносится на человека, который говорит на этом языке, что по сути неверно – для носителей других языков также характерны индивидуальные различия, которые можно наблюдать в своей культурной группе. Научившись принимать другие культуры отличные от нашей и видеть в представителях этих культур отдельных личностей, а не стереотипы, можно повысить эффективность межкультурной коммуникации.

**2. Невербальная межкультурная коммуникация, ее средства.**

В межкультурных коммуникациях возрастает роль невербальных средств. Можно выделить несколько таких средств:

кинесика (движение и внешний вид);

проксемика (использование пространства);

хронемика (использование времени).

*Кинесика.* Некоторые движения имеют физиологическую основу и во многом схожи в разных культурах: зевки и потягивания, плачь и смех. Однако очень по-разному воспринимаются позы, улыбки и другие движения в разных культурах. Когда следует улыбаться и как следует понимать улыбку – это далеко не универсальные представления в разных культурах. Эти и многие другие модели движений культурно обусловлены. То, как человек ходит, смотрит на собеседника, жесты, мимика – все передается через культуру. В одной культуре «пожимание плечами» означает – я не знаю, в другой – «не приставайте ко мне».очень сложно изучить кинесику всех культур, с которыми придется сталкиваться, но по крайней мере можно и нужно осознавать то, что для каждой культуры характерна своя кинесика. Нельзя воспринимать ее с точки зрения своей культуры.

*Проксемика.* Пространство вокруг человека является как бы его территорией, которую он интуитивно стремится контролировать, и если кто то нарушает его границы, то может возникнуть дискомфорт и стремление отгородиться. Американцы, в отличии от представителей многих других культур предпочитают территорию больших размеров, что может восприниматься как холодность, отстраненность. Использование личного пространства является важнейшей культурной переменной и может в определенных ситуациях создавать дискомфорт, снижающий эффективность коммуникации.

Физическая дистанция между собеседниками может быть оценена по-разному в зависимости от культурных норм. Нормальная для служебных отношений во многих странах Европы дистанция была бы оценена в Северной Америке как интимная. Слишком близкая дистанция здесь означает агрессивность или сексуальный интерес.

*Хронемика.* Значение и использование времени так же является культурной переменной. Для американцев характерна большая точность, латиноамериканцы же в некоторых ситуациях считают нормой опоздание на 30 -40 минут, при этом опаздывающий не наносит обиды тому, кто его ждет. То, что американцам может показаться бесполезной тратой времени (личные контакты как прелюдия к деловым совещаниям), в других культурах расценивается как важная часть коммуникации.

Отличаются так же представления о долгосрочных периодах. Для восточных культур характерно мыслить годами или десятилетиями. При таком подходе цель отодвигается на полстолетия, не воспринимается как очень отдаленная. Для американской культуры характерно мыслить в пределах нескольких лет или даже месяцев. Различия во «внутренних часах» могут приводить на межкультурном уровне ко множеству осложнений и затруднений.

**Межгрупповая коммуникация в организации**

В процессе коммуникации человек ведет себя в соответствии с нормами, принятыми в его группе. Следовательно, процесс межгрупповой коммуникации осложняется множеством факторов, в частности фактором идентификации «другого» и самоидентификации.

Процесс идентификации «другого» можно описать как «социальную категоризацию», которая в чем-то сходна с созданием стереотипов. Раскладывая людей по «ящичкам» огораживаем каждый ящичек барьерами. Например, если сотрудник относится к европейцам или к азиатам, мы присваиваем ему модель поведения, присущую, по нашему представлению, этой расовой или этнической группе. Разумеется, процесс социальной категоризации во многом зависит от личности.

Более жесткий и категоричный человек создает более жесткие и категоричные стереотипы. Повсеместно распространены суждения типа «она должна любить определенного типа музыку, так как она происходит из определенной этнической группы». Люди оперируют подобными социальными стереотипами в основном тогда, когда относим человека к типичным представителям данной социальной или этнической группы. Если признаем человека нетипичным, то учитываем его личные качества, нашу оценку того, чем он похож или отличается от меня.

Самоидентификация – восприятие самого себя, которое исследователи называют « самосхемой». Она относится к двум аспектам:

Социальной идентификацией (мое восприятие своей принадлежности к группе);

Персональной идентификации (моя оценка моих возможностей и способностей).

Самосхема позволяет ответить на вопросы, кем я являюсь и чего могу от себя ожидать в процессе коммуникации.

Для облегчения процесса коммуникации с представителями иных социальных групп используется несколько приемов:

- проверка личных стереотипов, они могут быть основаны на неверной информации;

- использовать культурные различия как источник информации, как возможность узнать другую культуру, людей, самого себя;

- попытаться уменьшить неуверенность и неопределенность в общении;

- попытаться развить в себе самоуверенность и самоуважение;

- не стараться использовать опыт прошлых контактов в новой ситуации;

- стараться не демонстрировать свою любовь к соревновательности;

- быть готовым к тому, что стремление к достижению цели может не найти понимания;

- изучение правил, норм, обычаев, присущие другой культуре.

**4. Факторы, влияющие на доверие в межкультурной коммуникации.**

Межкультурная коммуникация подразумевает наличие двух сторон общения, которые совместно создают коммуникативный климат. Если два общающихся человека относятся к двум разным культурам, то в процессе коммуникации они как бы создают третью культуру, то есть поле, на котором происходит взаимодействие. Для осуществления коммуникации необходимо, что бы участники доверяли друг другу.

Возникновение и укрепление доверия в процессе межкультурной коммуникации способствует:

создание благоприятного психологического климата для собеседника;

превращению лидеров, облеченных доверием народа, в символы культуры;

изменению культурных норм (имидж харизматического лидера вызывает волну подражания как в сфере убеждения, ценностей и норм, так и в стиле поведения, одежде и т.д.).

Культурное изменение – это процесс появления новых культурных элементов и в субкультурах и доминирующей культуре общества.

Доверие в межкультурной коммуникации меняет всю систему взаимоотношений между людьми, создавая условия как для передающего информацию, так и для воспринимающего. Объясняя возникновение и развитие феномена доверие, можно ввести понятие «доверие к коммуникатору», т.е. степень доверия к говорящему. Это доверие зависит от ряда факторов:

1. Авторитет. Авторитет понимается как наличие у говорящего широких и специальных знаний, а так же проницательности. Авторитет говорящего включает в себя такие качества, надежность (достоверность). Информированность, квалифицированность, ум, опытность. В целом составляющие авторитета можно разделить на две категории: авторитет компетенции и авторитет власти. Понятие авторитета компетенции универсально, так как люди такого рода часто обладают компетенцией во многих областях.

Авторитет власти подразумевает принадлежность к какой-либо элите. Многие культуры, особенно традиционные, выделяют людей, обладающих властью. Под элитой понимается индивидуум, выделяемый из общей массы людей, благодаря тому, что членами своей культуры они воспринимаются как авторитетные и имеют поэтому высокий престиж и власть. Это могут быть старейшина рода, вождь племени, шаман и другие. Разумеется доверие к словам таких людей выше.

2. Честность, бескорыстие, порядочность, открытость – черты характера, вызывающие чувство доверия к говорящему. В период «холодной» войны 50-х годов полностью отсутствовало доверие между СССР и США, каждая из сторон в любой момент ожидала от другой стороны развязывания ядерной войны. В этих условиях состоялся визит Хрущева в США. Американские средства массовой информации отмечали, что Хрущев «вынудил» отказаться американцев от стереотипа «жестокого диктатора», продемонстрировав желание мира и взаимопонимания, прямодушие, чувство юмора. Один из журналистов писал о нем, что перед американцами предстал «процветающий, много работающий, прижимистый фермер, который достиг своего поста трудом и талантом». Созданию имиджа способствовало публичное проявление чувства юмора, часто направленное на самого себя. Возникшее доверие было главным результатом этого визита.

3. Восприятие тождественности – важный фактор доверия к «коммуникатору». Люди судят о других людях по своим собственным меркам, в соответствии со своей системой ценностей, своими идеями, принадлежностью к своей группе. Человек быстро составляет свое мнение о другом человеке, опираясь на перечисленные характеристики. Одна из целей межкультурной коммуникации – внушить своему собеседнику стремление к тем же целям, или другими словами, установить тождественное восприятие. Значение этого фактора особенно ясно видно в политике. Крупнейшей ошибкой многих политических лидеров стран третьего мира в 70-х годы было неумение отожествить себя со своим народом, выступать выразителями его истинных интересов, целей и потребностей.

4. Харизма – важный элемент установления доверия в процессе межкультурной коммуникации. Харизма – это тип лидерства, когда руководитель претендует на экстраординарную власть в тяжелой для его подчиненных, народа ситуации с целью вывода компании или страны из кризиса. Харизма предполагает так же широкую поддержку данного лидера со стороны народа. Другими словами, люди верят, что харизматическая личность обладает специальным даром, даже сверхъестественной силой, чтобы вывести их из кризиса. Например, многие британцы были уверенны, что У. Черчилль отличается экстраординарными способностями и выведет Великобританию победительницей из Второй мировой войны.

5. Динамизм. Последним элементом доверия к партнеру по межкультурной коммуникации является динамизм. Это качество тесно связанно с харизмой. Харизматический лидер всегда динамичен, часто агрессивен, ярок, выразителен, при чем эти качества проявляются в вербальной и в невербальной форме. Динамизм особенно характерен для стран Африки и латинской Америки. В Европе и в Северной Америке большее доверие может вызвать компетентность и «холодная логика».

**Список использованной литературы**

1. Культура организационного поведения. Под редакцией Н.М. Пилипенко. М.: НОУ СГА, 2001.

1. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер.

Для руководителя практика: пер. с англ. – М.: «Дело Лтд», 2004.