

Севастьянова Кристина Дмитриевна

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

В данной статье рассмотрены проблемы воздействия психологических и культурных особенностей представителей различных стран на эффективность международной деятельности. Автор изучает актуальную на сегодняшний день проблему межкультурного взаимодействия и акцентирует внимание на корректной оценке различий национальных культур и их грамотном учете при деловом общении представителей разных стран с целью достижения взаимовыгодного сотрудничества. Статья раскрывает содержание понятия "кросс-культурная психология", а также значительное внимание уделяется ее роли на переговорах с зарубежными партнерами. Выделяются и описываются характерные особенности различных типов кросс-культурных психологий. В заключение приводятся основные принципы использования знаний в области кросс-культурной психологии в международном бизнесе.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2012/12-1/36.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2012. № 12 (67): в 2-х ч. Ч. I. С. 116-118. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2012/12-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

УДК 159.9

Психологические науки

В данной статье рассмотрены проблемы воздействия психологических и культурных особенностей представителей различных стран на эффективность международной деятельности. Автор изучает актуальную на сегодняшний день проблему межкультурного взаимодействия и акцентирует внимание на корректной оценке различий национальных культур и их грамотном учете при деловом общении представителей разных стран с целью достижения взаимовыгодного сотрудничества. Статья раскрывает содержание понятия «кросс-культурная психология», а также значительное внимание уделяется ее роли на переговорах с зарубежными партнерами. Выделяются и описываются характерные особенности различных типов кросс-культурных психологий. В заключение приводятся основные принципы использования знаний в области кросс-культурной психологии в международном бизнесе.

Ключевые слова и фразы: кросс-культурные различия и проблемы; международная деятельность; межкультурные коммуникации; переговоры с иностранным партнером; кросс-культурная психология; типы кросс-культурных психологий.

Кристина Дмитриевна Севастьянова*Факультет внешнеторгового менеджмента**Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития России**marmeladka_191@mail.ru***КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ[©]**

Культурные различия играют в организациях очень важную роль и оказывают воздействие на эффективность международной деятельности. Отсюда и возникают кросс-культурные проблемы в международном бизнесе - противоречия при работе в новых социальных и культурных условиях, обусловленные различиями в стереотипах мышления между отдельными группами людей. Формирование человеческого мышления происходит под воздействием знаний, веры, искусства, морали, законов, обычаев и привычек, приобретенных обществом в процессе своего развития. Почувствовать эти различия можно, только слившись с новым обществом - носителем отличной культуры.

В международном бизнесе факторы культурной среды создают самые большие сложности. Именно поэтому корректная оценка различий национальных культур и их учет становятся все более и более важными.

В настоящее время в мире наблюдается тенденция увеличения взаимодействия между людьми совершенно разных убеждений, верований, имеющими разные ценности. Все больше контактов устанавливается между представителями разных культур. Одновременно с этим на почве культурных различий возникают недоразумения и конфликты.

Строя тактику переговоров с иностранными партнерами, следует учитывать национальные особенности собеседников, их психологию, привычки, обычаи, увлечения. Эти знания помогут быстрее найти с ними общий язык. Умение общаться с деловым партнером, понимание психологии другого человека, интересов другой организации можно считать одними из определяющих факторов в процессе ведения переговоров.

В политической, предпринимательской, коммерческой и иных сферах деятельности важную роль играют деловые переговоры. Изучением этики и психологии переговорных процессов занимаются не только отдельные исследователи, но и специальные центры, а методика ведения переговоров включается в программы подготовки специалистов различных профилей. Отсюда следует, что данная проблема является очень актуальной в настоящее время.

Переговоры осуществляются преимущественно в устной форме. Это требует от участников общения не только грамотности, но и следования этике речевого общения. Кроме того, значительную роль играет то, какими жестами, мимикой мы сопровождаем речь. Эти тонкости делового общения важны при ведении переговорных процессов с иностранными партнерами, представляющими иные культуры и религии. Самое главное - это умение слушать собеседника, постоянно проявлять к нему внимание и поощрять его, т.е. отмечать положительные качества, помогать самоутверждению партнера по переговорам.

Итак, какую же роль играет кросс-культурная психология на переговорах с зарубежным партнером?

«Каждая культура формирует свою уникальную систему ценностей, традиций и обычаев, моделей поведения», - отмечал американский лингвист Э. Холл.

Проблема общения сотрудников международных организаций обостряется не столько недостатками языковой подготовки, сколько малым объемом знаний нравов, обычаев, традиций, пронизывающих профессиональную деятельность многонационального коллектива.

Конечно же, сотрудники внешнеторговых компаний владеют языками делового общения, но также очень важны механизмы влияния на профессиональное взаимодействие национально-психологических особенностей.

Приведем пример. В свое время, газета «Вечерняя Москва» опубликовала результаты опроса 5000 бизнесменов из девяти стран мира. «Как правило, - отмечается в статье, - бизнесмены в ходе деловых поездок не изменяют своим привычкам. Французы продолжают игнорировать правила безопасности. Немцы послушно исполняют все, что им говорят. Англичане остаются и в другой стране столь же внимательными к своей одежде, как и дома. Итальянцы боятся потерять свои вещи. Американцев не интересует ничто, кроме

работы. Предпринимателям из Сингапура нравится ходить в местные рестораны. Австралийцам нравится посещать места для «особых персон». Японцы проводят время за своими компьютерами. Партнеры из Гонконга используют каждую свободную минуту для сна».

На первый взгляд, в оценках такого рода присутствует элемент иронии. Но, тем не менее, данная информация побуждает к размышлениям. В какой мере и за счет чего все это своеобразие национального колорита вписывается в практику длительной совместной профессиональной деятельности, характерной для подразделений внешнеэкономических организаций? Опять же возникают проблемы психологической технологии регулирования межнациональных контактов и связей.

Наиболее трудной остается проблема признания права других наций и национальностей на самостоятельность суждений, поступков, действий, чем-то отличных от национальных позиций «своей» стороны. В этом процессе есть весьма важная психологическая тонкость. Стороны действуют в рамках международных норм делового общения. Но как только дело доходит до самосознания проблемы - все меняется. Опытные специалисты считают, что разрешение противоречия становится еще более сложным, когда речь заходит о торгово-экономических контактах с представителями малого и среднего бизнеса. Причина тому - глубокая приверженность к образу поведения, сложившемуся в недрах многовековой истории нации и государства.

Обычно деловые контакты в такой обстановке сопровождаются внутриличностными конфликтами: «Да, я знаю, что собою представляют межнациональные нормы делового общения. Тем не менее, я глубоко убежден, что «наши нормы» наиболее приемлемы и понятны другим. Именно поэтому я и следую «своим нормам». А торговый партнер должен это знать, соглашаться, признавать и мириться с этим!». Но ведь и другая сторона рассуждает подобным образом!

Многие психологи, исследующие глубинные процессы кросс-культурной психологии, утверждают, что «некоторая настороженность межнациональных контактов существует постоянно. Она свойственна многим партнерам, вступающим в международные, особенно внешнеторговые контакты».

Что же такое кросс-культурная психология? Какое место она занимает в профессиональной деятельности сотрудников российских внешнеторговых организаций? Какие методы включает в себя психотехнология регулирования межнациональных связей? **Кросс-культурная психология** - отрасль психологической науки, изучающая сходства и различия психологии людей, принадлежащих к различным этническим и культурным группам. Свообразные оттенки кросс-культурной психологии детально фиксируются, просчитываются и учитываются в деятельности многонациональных коллективов. Влияние кросс-культурной психологии на технологию внешнеторговой сделки проявляется там и тогда, где и когда партнеры вступают в прямые деловые контакты. То или иное влияние кросс-культурной психологии - это оценочное суждение о партнере. Когда исчезает непосредственный контакт, то прекращается и влияние элементов кросс-культурной психологии. Во внешнеторговых контактах встречаются и действуют люди - носители разной психологии и различных взглядов на жизнь. Действуют они по-разному. Следовательно, и результаты могут быть различными. Для того чтобы достичь желанных результатов, надо использовать и учитывать знания нравов, традиций и обычаев.

Выделяют несколько типов кросс-культурных психологий:

- 1) Моноактивная (Германия, Швейцария, Дания, Бельгия, США, Англия, скандинавы).
- 2) Полиактивная (Франция, Испания, Италия, Мексика, Латинская Америка, славяне, Ближний Восток).
- 3) Реактивная (Япония, Китай, Сингапур, Финляндия, страны Центральной Америки).

Данную классификацию выделил руководитель Центра по изучению кросс-культурного взаимодействия Р. Льюис в концепции о деловых культурах в международном бизнесе.

Первый тип - моноактивные кросс-культурные психологии. Их носителями являются нации и национальности, которые тщательно продумывают планирование жизни организации, семьи и своей собственной. Здесь разрабатываются строгие расписания, и любая деятельность строго последовательна. В качестве примера можно привести расписание движения общественного транспорта и работы муниципальных органов власти в Германии, Швейцарии, Дании, Бельгии, некоторых других государствах Европы.

Для сбора и систематизации торгово-экономической информации представители моноактивной культурной психологии широко используют формализованные информационные системы. Во многих странах моноактивного мира созданы мощные информационные системы.

Второй тип - полиактивные кросс-культурные психологии. Они характерны для подвижных, активных народов, предпочитающих выполнять «несколько дел сразу». Здесь также существуют планы, но их отличие от планов моноактивных наций в том, что очередность выполнения планируется не по временным затратам или расписанию, а по степени привлекательности или значимости того или иного мероприятия на данный период.

Своеобразна в таких странах и работа с потоками информации. Она принимается, обрабатывается, а затем сохраняется очень узким кругом специалистов, приближенных к руководителю.

Третий тип - реактивные кросс-культурные психологии. Для наций и народностей, которым присущ такой тип кросс-культурной психологии, характерны вежливость и уважение. Стилю поведения внешнеторговых партнеров из таких стран характерны неторопливость, рассудительность. Они предпочитают выслушивать собеседника молча, спокойно. Очень осторожно реагируют на новые предложения. Реактивные кросс-культурные психологии включают в себя элементы как первого, так и второго типов кросс-культурных психологий. Это особенно характерно для стран, представители которых предрасположены к длительному и всестороннему анализу любой торгово-экономической информации. Любая, даже незначительная, новая информация может изменить важность обсуждаемой темы. Ярким представителем данной группы является Финляндия. Партнерам из этой страны присуще стремление к детальному анализу и последующему накоплению торгово-экономической информации как с помощью современных информационных систем, так и через неформальные контакты.

С приобретением опыта коммерческой деятельности на рынках международного бизнеса, все большее число бизнесменов из разных стран активно используют нормы взаимоотношений, характерные для реактивного типа кросс-культурной психологии. Поэтому, при установлении новых или развитии прежних торгово-экономических контактов нельзя не учитывать фактор времени и возможных «наслоений» на типичную для страны кросс-культурную психологию. Особенно это относится к странам, набирающим темпы экономического и внешнеэкономического развития.

Результаты исследований влияния кросс-культурной психологии на характер межкультурных коммуникаций партнеров из разных стран, а также опыт преуспевающих предпринимателей дают основания для формулирования принципов использования знаний в области кросс-культурной психологии.

Первый и основной принцип звучит так: плохих национальных культур и психологий не бывает! Есть просто разные кросс-культурные психологии! Без принятия данного принципа в ходе межкультурных коммуникаций возможны недопустимые действия по отношению к партнерам по бизнесу (проявление неуважения к обрядам и обычаям страны пребывания, навязывание рекомендаций изменить свои привычки и нормы поведения и т.д.).

Второй принцип можно охарактеризовать следующим образом: конформность в межкультурных коммуникациях предполагает всесторонний учет кросс-культурной психологии нации, которую представляет торговый партнер, как во взаимоотношениях с ним, так и в собственном поведении.

Профессор С. П. Мясоедов, ректор Института бизнеса и делового администрирования АНХ при Правительстве РФ, сформулировал два положения, актуальные для рассматриваемой темы:

1) в международном бизнесе приезжающий в страну должен подстраиваться под местные условия, обычаи, традиции и нормы поведения;

2) в международном бизнесе продавец (экспортер) должен подстраиваться под культуру, традиции и обычаи покупателя (импортера).

Подведем итоги. Роль, которую играет сотрудник внешнеэкономической организации на переговорах с зарубежными партнерами, и место (страна), где они проходят, определяют специфику учета кросс-культурной психологии нации, приспособление его поведения под соответствующие нормы, традиции и обычаи.

Список литературы

1. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 352 с.
2. Дебольский М. Психология делового общения. М., 1992. 121 с.
3. Долгова И. В., Зуев Ю. П., Мальшев А. А. Введение в психологию внешней торговли. М.: ГОУВПО ВАВТ Минэкономразвития России, 2008. 490 с.
4. Долгова И. В., Мальшев А. А. Психологические особенности межкультурной коммуникации во внешней торговле. М.: ВАВТ, 2008. 188 с.
5. Кочетков В. В. Деловые культуры в международном сотрудничестве. М.: Социум, 2002. 260 с.
6. Кочетков В. В. Психология межкультурных различий. М.: ПЕР СЭ, 2002. 416 с.
7. Кочетков В. В. Социология межкультурных различий. М.: Социум, 2000. 258 с.
8. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. М., 2001. 448 с.
9. Мясоедов С. П. Основы кросс-культурного менеджмента: как вести бизнес с представителями других стран и культур. М.: Дело, 2003. 470 с.
10. Холопова Т. И., Лебедева М. М. Протокол и этикет для деловых людей. М., 1995. 366 с.

УДК 37.018.46

Педагогические науки

Статья раскрывает особенности и механизм реализации модели развития методической компетентности учителей, построенной на основе системно-диагностического подхода к организации их научно-методической деятельности на всех уровнях системы повышения квалификации педагогов. Основное внимание в статье автор акцентирует на аналитико-диагностическом цикле, положенном в основу данной модели.

Ключевые слова и фразы: методическая компетентность учителя; система повышения квалификации педагогов; аналитико-диагностический цикл; системно-диагностический подход; предметно-методическая деятельность учителя; научно-методическая деятельность учителя.

Виктория Петровна Студеникина

Кафедра социально-гуманитарных дисциплин и методики их преподавания

Луэанский областной институт последипломного педагогического образования, Украина

viktoriastudenikina@ukr.net

МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ МЕТОДИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ УЧИТЕЛЕЙ В СИСТЕМЕ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ НА ОСНОВЕ СИСТЕМНО-ДИАГНОСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА[©]

На современном этапе модернизации, которая охватывает все уровни образования (общего среднего, профессионального, высшего, последипломного), особую остроту и актуальность приобретает вопрос