

**Особенности принятия решений в пространстве межкультурной коммуникации на примере международной корпорации**

**Быкова Ольга Евгеньевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: olgaevbykova@gmail.com*

Одно из самых значительных явлений XXI века является распространение сети международных связей практически по всему миру. В связи с этим возникает множество международных организаций, всё большую популярность обретает международный бизнес. Внутри международных корпораций работают представители различных культур, которые подчас обладают диаметрально противоположными характеристиками, мироощущением, обычаями.

Поэтому здесь возникает насущный вопрос: как в таком культурном разнообразии эффективно принимать решения (данная процедура затрагивает абсолютно все рабочие контакты: начиная от межличностного общения сотрудников одного уровня до указов главного управляющего компанией)? Как согласовать культурные различия, принять и понять картину мира другого человека? Как с учетом этих факторов сделать деятельность организации более конкурентоспособной?

Моей задачей является рассмотреть наиболее значимые теории межкультурной коммуникации, создатели которых выделяли определённые характеристики. В соответствии с этими особенностями можно было бы охарактеризовать ту или иную культуру. И уже на основе полученных результатов смоделировать ситуации, предполагающие достижение оптимального баланса взаимодействия различных культур для слаженной работы внутри международной корпорации.

Акцент на культурную детерминанту в принятии решений стал возможен благодаря переходу от «рационального» к «социальному» в принятии решений, который предложил В.С. Диев[1]. Долгое время в дисциплине «принятия решений» акцент ставился на «рациональном» начале, которое как раз и отвечало за выбор того или иного решения. «Рациональное» означает, что наличествуют чёткие стремления к цели и что их можно определить довольно ясно. «Социальный» же подход подразумевает, что принятие решений носят характер ценностного, а не механического выбора. В данном подходе на акты выбора больше влияют привычки, культура, эмоциональный фактор, а не рациональные доводы.

Непосредственно в основу культурной детерминанты принятия решений мной были положены характеристики трёх теорий межкультурной коммуникации: теория высоко- и низкоконтекстуальных культур Э. Холла, теория культурной грамотности Э.Хирша, теория культурных измерений Г. Хофштеде.

Эдвард Холл наделял «низкоконтекстуальные культуры» следующими характеристиками: изложение сути дела простым языком; прямая и выразительная манера речи; маленькая доля невербальных форм общения; открытое выражение недовольства. Примерами представителей культур с низким контекстом являются: Австралия, Германия, Англия, Финляндия, Зеландия, Скандинавия, Швейцария, Канада[2].

«Высококонтекстуальные культуры» обладают следующими чертами: невыраженная, скрытая манера речи, многозначительные и многочисленные паузы; серьезное значение

придается невербальному общению и умению «сказать глазами»; избыточность информации излишняя, поскольку все и так ясно; открытое выражение недовольства неприемлемо ни при каких условиях. Примеры представителей: Бразилия, Китай, Филиппины, Франция, Греция, Америка, Африканские страны, Россия, Турция

Нидерландский социолог Герт Хофштеде разбил все культуры по следующим дихотомиям: дистанция власти (от низкой до высокой), индивидуализм-коллективизм, маскулинность-феминность, избегание неопределённости (от сильной до слабой)[4].

Теория культурной грамотности Э. Хирша гласит, что условием эффективной межкультурной коммуникации является достаточный уровень культурной грамотности, который предусматривает понимание фоновых знаний, ценностных установок, психологической и социальной идентичности, характерных для данной культуры. Он выделяет различные уровни культурной грамотности: необходимый для выживания; достаточный для вхождения в чужую культуру; обеспечивающий полноценное существование в новой культуре — ее «присвоение»; позволяющий в полной мере реализовать идентичность языковой личности[3, 5].

Из сказанного выше можно заключить, что обладая определённым уровнем знаний о межкультурной коммуникации, процесс принятия решений будет более лёгким и результативным. По параметрам данных теорий руководители организации или структурного звена компании могут наиболее удачным образом составить рабочие команды. Очевидно, что в одну рабочую группу руководителю стоит собрать сотрудников, которые являются представителями одного «конца» дихотомии культурных различий, либо же просто стараться избегать столкновения в одном рабочем процессе, который предполагает активное взаимодействие, представителей противоположной по своей сути культур.

### Источники и литература

- 1) Диев В.С. От рационального к социальному в принятии решений // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Философия. – 2009. – Т. 7. – №. 2. – С. 41-46.
- 2) Hall E.T. Beyond Culture. - Anchor Books, 1989.
- 3) Hirsch E. D. A first dictionary of cultural literacy. – Boston : Houghton Mifflin, 1989.
- 4) Hofstede G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. SAGE Publications, 1984.
- 5) <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/teorii-mezhkulturnoy-kommunikacii.html>