

Культурные различия в коммуникации и их типологизация (по материалам исследований зарубежных авторов)

Тамара Фёдоровна Кряклина – доктор философских наук, профессор, чл.-корр. Петровской академии наук и искусств. Независимый исследователь. Барнаул, Россия.

E-mail: asusocio@yandex.ru

Аннотация. В статье анализируются характеристики культурных различий в коммуникациях, данные в работах Ю. Бенеке, С. Хантингтона, Г. Хофстеде, Ч. Хэнди. Анализ показал, что культурные различия в коммуникациях бывают двух видов: цивилизационные и этнокультурные. Основу цивилизационных различий составляют особенности религий и традиционных ценностей. Национальные (этнические) культуры обуславливают этнокультурные различия. Специфику их создает этничность, которая трактуется автором как «коллективная ментальность» и физическая «запрограммированность». Этнокультурные различия проявляются в языке общения, в своеобразии отношений к подаркам и обязательствам, особенностях традиционных ценностей, восприятию власти и дистанцировании с ней, соотношении индивидуализма и коллективизма в образе жизни, специфике миропонимания и мировосприятия.

Ключевые слова: культурные различия, цивилизация, нация, этнос, национальная культура, менеджмент, организация, бизнес, коммуникация.

Введение

НА У Ч Н А Я проблема исследования заключается в поиске оснований для дифференциации культурных различий в коммуникациях, описанных в работах известных на Западе авторов Ю. Бенеке, С. Хантингтона, Г. Хофстеде, Ч. Хэнди.

Объект исследования – характеристики культурных различий в коммуникациях, данные вышеназванными авторами; предмет исследования – основания, по которым дифференцируются культурные различия в коммуникациях. Цель статьи – выявить и охарактеризовать детерминанты культурных различий, по которым они дифференцируются.

Для достижения поставленной цели используются цивилизационный и культурологический подходы, общенаучные (анализ, синтез, единство исторического и логического) и специальные методы исследования: метод вторичного анализа эмпирических данных, сравнение, математическое моделирование как один из методов обоснования гипотезы, сформулированной цитируемыми авторами.

Понятие коммуникации

Слово коммуникация латинского происхождения (communication). В переводе на русский язык означает способ общения, передачи. Другими словами, это «процесс распространения информации и влияния в обществе посредством специальных средств: печати, телевидения, радио, кино и т.д., в результате чего сообщение поступает сразу к большим группам людей» (Латынов 2022: 186). Существуют различные виды коммуникации (вербальная, невербальная, массовая, социальная и т.д.), в рамках которых существуют свои разновидности. Так, например, в социальной коммуникации общепринятой признана классификация на основании уровня или контекста, в котором она осуществляется. Согласно этому критерию наиболее часто выделяют межличностную, групповую и массовую коммуникации (Латынов 2022: 188).

Цитируемые в статье иностранные авторы подробно описали культурные различия в коммуникациях, происходивших в разных социальных структурах и сферах: в менеджменте организации, в бизнесе, при заключении трудовых контрактов. Однако остались недостаточно проработанными вопросы детерминант культурных различий, их характеристики

и типологизации. Мы в настоящей статье пытаемся восполнить эти недостатки, основываясь на материалах исследований конкретных авторов.

Культурные различия в коммуникации в подходах С. Хантингтона, Г. Хофстеде, Ю. Бенеке, Ч. Хэнди

Американский исследователь С. Хантингтон в своей статье «Столкновение цивилизаций» дает определение цивилизации и анализирует цивилизационные различия. Цивилизацию он определяет как культурную сущность наивысшего ранга, как самый широкий уровень культурной идентичности. «Цивилизации, – по мнению С. Хантингтона, – определяются наличием общих черт объективного порядка, таких как язык, история, религия, обычаи, институты, а также субъективной самоидентификацией людей» (Хантингтон 1994: 34). По его мнению, в современном мире существуют 7-8 цивилизаций. К ним он относит западную, конфуцианскую, японскую, исламскую, индуистскую, православно-славянскую, латиноамериканскую и, возможно, африканскую цивилизацию (Там же: 35). Россию он не считает цивилизацией, называя расколотой страной: «В глобальном же масштабе, – пишет он, – самой значительной расколотой страной считается Россия» (Там же: 45). Основные линии раскола в России, по его мнению, проходят на границах столкновения православия и ислама. Анализируя цивилизационные отличия незападных цивилизаций от западной, он отмечает их различия не только в языке, истории, религии, общественных институтах и истории, но и неприятии многих ценностей, разделяемых Западом. Можно сказать, что цивилизационные культурные различия касаются миропонимания в целом, реализации его особенностей в общественном устройстве, своеобразии существования в нем человека и его взаимодействия с другими людьми. Цивилизационные различия – это своеобразный каркас, внутри которого обнаруживается масса культурных различий иного уровня и иного порядка. С. Хантингтон отмечает, что

сравнительное исследование значимости ста (100) ценностных установок в различных обществах показало, что ценности, имеющие первостепенную важность на Западе, гораздо менее важны в остальном мире. К ним относятся: ин-

дивидуализм, либерализм, конституционализм, права человека, равенство, свобода, верховенство закона, демократия, свободный рынок, отделение церкви от государства (Хантингтон 1994: 43-44).

Таким образом, цивилизационные различия – это один из уровней культурных различий во взаимодействии народов и их культур.

Между тем голландский исследователь Г. Хофстеде в своей статье «Влияние культур на теорию и практику деятельности организаций» обобщил данные проведенного им в 1967-1978 гг. исследования. В исследовательский проект входил анализ деятельности различных организаций из пятидесяти стран. Цель проекта – разработать ясную терминологию для обозначения национальной культуры, а также показать ее влияние на структуру и деятельность организации (Хофстеде 1997: 259-278).

Будучи социальным психологом, Г. Хофстеде делает акценты на психологических особенностях людей при определении национальной культуры.

Сущность культуры, – по мнению Г. Хофстеде, – это коллективная ментальная запрограммированность, – это часть предопределенности нашего восприятия мира, общая с другими представителями нашей нации, региона или группы и отличающая нас от представителей других наций, регионов и групп (Там же: 261).

В это определение автор не включил этнос, в то время, как именно его этничность определяет своеобразие национальной культуры.

Г. Хофстеде использует понятие нация, которым в западной науке обозначают политическую общность, как правило, включающую несколько этносов. Этничность национальной культуры определяется этничностью наиболее развитого этноса. Это необходимо иметь в виду, при использовании понятий национальная культура и культура этническая традиционная. Не каждый этнос может создать национальную культуру.

Г. Хофстеде предложил четыре параметра измерения национальной культуры: 1) дистанция власти (большая – маленькая); 2) избегание неопределенности (сильное – слабое); 3) индивидуализм – коллективизм; 4) мужественность – женственность (Хофстеде 1997: 264). Поскольку никакая часть названной ранее работы Хофстеде не может быть воспроизведена, занесена в запоминающуюся систему, преобразована или использована каким-либо образом или какими-либо средствами без письменного

разрешения издателя, ограничимся перечислением параметров измерения национальной культуры.

Масштабное исследование, проведенное Г. Хофстеде, выявило культурные различия в деятельности и менеджменте организаций. Они проявились в особенностях установления границ взаимодействия персонала и менеджеров, мотивации их деятельности, восприятия неопределенности; характере поведения и выполнения работы. Эти различия, по его мнению, – своеобразные формы проявления влияния национальных культур на организации. Они пронизывают процессы управления и деятельности организации от ее создания и до конца существования. Согласно проведенному исследованию, США, к примеру, имеют наивысший среди 50 стран рейтинг индивидуализма и умеренную дистанцию власти. Статус менеджера в социальной структуре американского общества довольно высок. Во Франции и Бельгии коллегиальный стиль руководства также не получил широкого распространения. Богатые страны, как правило, имеют индивидуалистические культуры, а бедные страны – коллективистские. К странам с сильным индивидуализмом кроме США относятся Великобритания, Нидерланды. Страны с сильным коллективизмом: Колумбия, Пакистан и Тайвань. Промежуточное положение занимают Япония, Индия, Австралия и Испания (Хофстеде 1997: 265). Что касается дистанции власти, то она очень велика в таких странах, как Филиппины, Венесуэла, Индия и довольно велика во Франции и Бельгии. В Дании, Израиле и Австрии этот показатель низкий (Там же: 268).

Существенным недостатком исследования Г. Хофстеде, на наш взгляд, является отсутствие анализа этнического состава персонала организаций. Такой анализ позволил бы выявить представителей доминирующего этноса и влияние его культуры на организацию, определить первичных носителей национального языка, ставшего государственным языком и языком большинства населения страны. Наличие такой информации позволило бы более глубоко понять своеобразие мировоззрения персонала, особенности его мировосприятия, а также интерпретировать параметры измерения национальной культуры.

Вместе с тем безусловным достоинством исследования Г. Хофстеде является привлечение значительного массива эмпирических данных, показывающих влияние национальных культур на деятельность организаций. Национально-культурные различия в организациях – это разновидность культурных различий, возникающих в процессе коммуникации

персонала и менеджеров. И все предлагаемые критерии измерения влияния национальной культуры на организацию относятся к характеристике власти и механизмов ее функционирования, т.е. менеджменту. Иными словами, исследование Г. Хофстеде имеет большое значение для теории и практики менеджмента, который долгое время недооценивал влияние различных культур на такой вид деятельности, как управление, и создаваемую структуру – организацию. Вопрос в том, чтобы найти реальные источники этого влияния в самой национальной культуре, ориентируясь на их проявления в деятельности организации и в системе управления. Сравнивая содержание первой и второй анализируемых статей, сделаем вывод, что в первом случае основными коммуникантами в коммуникациях являются цивилизации, во втором – менеджеры (индивиды) и персонал (группы). Поэтому в первой статье речь идет о цивилизационных культурных различиях при их столкновении (взаимодействии). Основу этих различий составляют религии и ценности.

Во второй статье основными коммуникантами являются индивиды (менеджеры и персонал (группы)) организации, которая, как утверждает Г. Хофстеде, подвержена влиянию национальной культуры по четырем параметрам. Они, проявляясь в отдельных характеристиках деятельности персонала, не нарушают статус организации как таковой. Выбор и формулировки параметров измерения влияния национальной культуры на организацию сделаны автором таким образом, чтобы не нарушалась ее стабильность и устойчивость. По этим параметрам трудно охарактеризовать сущность самой национальной культуры и выявить специфику ее влияния.

Ядром национальной культуры, на наш взгляд, является этничность, которую можно определить как коллективную ментальную и физическую запрограммированность. Включение в определение этничности не только ментальной, но и физической запрограммированности связано с принятием нами гипотезы, выдвинутой башкирскими исследователями. Под руководством к.м.н. Э. Мулдашева они изучили и математически описали 18 узловых параметров глаз, которые в классической анатомии считались незначительными, и пришли к выводу, что именно в них заложены отличительные признаки глаз человека, являющиеся одними из наиболее точных внешних проявлений его генов. Проведя исследование, они установили, что люди разных национальностей имеют разные математические характеристики глаз, которые подобно отпечаткам пальцев

являются своеобразной «визитной карточкой» человека.¹ Этот вывод и дал нам основание считать, что этничность – это не только коллективная ментальная запрограммированность, но и физическая. Она проявляется в своеобразии мировосприятия, мышления, особенностях мировоззрения, языке, традиционных и религиозных ценностях, мироощущениях. Вышеперечисленные четыре параметра измерения влияния национальной культуры на деятельность организации, предложенные Г. Хофстеде, характеризуют в первую очередь особенности функционирования систем управления ею. Поэтому использование для их обозначения понятия *национально-культурные различия* весьма условно.

Признавая наличие национально-культурных различий в коммуникациях, продемонстрируем их на конкретных видах деятельности и отдельных сферах. Немецкий исследователь Ю. Бенеке в своей статье проанализировал культурные различия в бизнесе Запада (западной цивилизации) и Востока (незападной цивилизации) (Бенеке 2000: 62-65). Профессор Ю. Бенеке, будучи преподавателем прикладного языкознания в международных бизнес-коммуникациях в университете Хильдесхайма, смог глубоко проникнуть в эти процессы и выявить основные сферы проявления национально-культурных различий в бизнесе Запада и Востока: отношение к подаркам; объем коммуникаций; взаимные обязательства; системы ценностей. Рассмотрим каждую из них.

Отношение к подаркам

Известно, что подношение подарков – это универсальный способ взаимодействия людей. Но формы подарков и способы их дарения бывают разными и зависят от существующих культурных традиций.

Многие азиаты и представители бизнеса Среднего Востока, – отмечает Ю. Бенеке, – руководствуются принципом «дела можно делать только с друзьями». Большинство западных предпринимателей ориентируются на другой принцип: «бизнес и личное надо строго разделять». Подарки, как и дружбу, они однозначно относят к личной сфере (Бенеке 2000: 62).

И далее он утверждает, что «для представителей азиатской культуры бизнеса имеет силу принцип: деловые отношения – это в первую

¹ В частности, к проблемам развития человечества обратились медики (см. Аргументы и факты. 1989. № 33). URL:<https://aif.ru/gazeta/archive/edition/1/year/1989> (дата обращения 02.04.2025).

очередь межличностные отношения. Они отвечают требованиям участвующих сторон и устанавливаются не ради сиюминутной выгоды, а на долгую перспективу» (Там же). Подарок, таким образом, в культуре бизнеса Востока становится не только средством признания партнера, но и его напоминанием, когда преподносится по другому поводу.

Объем коммуникаций

Любая бизнес-коммуникация связана с предварительной работой. Этот этап, а также время, затрачиваемое на него, Ю. Бенеке называет «исследовательским предварительно-испытательным общением». «Построение личных отношений, по его мнению, – это ритуал, с трудом поддающийся сокращению» (Бенеке 2000: 63). В культурах разных народов мира есть ясные, хотя и не идентичные, представления о том, сколько времени должно занимать «предварительно-испытательное общение». Как правило, в планах при начинании бизнеса ему отводятся короткие сроки. Согласно азиатской модели, деловые отношения отличаются тем, что для их начала необходимо построить личные отношения. Личные отношения здесь рассматриваются как необходимое условие деловых отношений. Такой подход увеличивает длительность «исследовательского предварительно-испытательного общения» и отличает бизнес-коммуникации на Востоке по сравнению с Западом.

Взаимные обязательства

Для успеха деловых контактов, пишет Ю. Бенеке, в азиатской модели наряду с личными отношениями необходимо сформировать систему взаимных обязательств по принципу «ты мне – я тебе». Она важна как предпосылка каждого последующего этапа коммуникаций (Бенеке 2000: 64). Такую систему взаимных обязательств выстраивают в самом начале деловых отношений. Поэтому она не может быть последним звеном в цепи контактов как на Западе (Там же). Подобные взаимные обязательства известны и на Западе. Но здесь они представляются сомнительными с точки зрения этических норм. На Западе бизнесмены стараются избегать всего, что выглядит или может выглядеть как взятка. «Западная модель делового общения, – пишет Ю. Бенеке, – строится на строгой и категорической этике, не допускающей никаких исключений» (Бенеке

2000: 64). В других культурах в отличие от западной действуют более гибкие и ситуативные этики «смотря по обстоятельствам», как утверждает исследователь (Бенеке 2000: 65).

Система ценностей

Описывая вышеперечисленные культурные различия в бизнесе Запада и Востока, Ю. Бенеке считает, что «здесь противостоят друг другу две в принципе несовместимые системы ценностей – западная: стремление к автономии и азиатская система взаимных (добровольно принимаемых) зависимостей» (Бенеке 2000: 65). И если в западной культуре предпринимательства в каждом новом деле процесс начинается заново либо с учетом экономической целесообразности, то «в Азии и похожих в этом отношении культурах имеет значимость принцип взаимозависимости в виде средне и долгосрочной перспективы» (Там же). Если после тщательных проверок партнер характеризуется как надежный с общими ценностями, представлениями, с ним имеют дело. Однажды установленные взаимоотношения «поддерживаются через непрерывный обмен сигналами и своеобразными "инвестициями"» (Там же).

Подобные ситуации характерны при подписании контракта в китайской культуре.

В китайском контракте, – пишет американский исследователь Ч. Хэнди, – заключен принцип, область применимости которого не ограничивается заключением долгосрочных коммерческих сделок (имеется ввиду настрой на компромисс как предварительное условие достижения успеха). Обе стороны должны допускать возможность того, что они обе выиграют. Ключевой момент – взаимное доверие и вера в будущее... необходимо принести что-то ценное в жертву сейчас, чтобы избежать беды в будущем или, говоря деловым языком, необходимо сделать инвестиции, т.е. потратиться сейчас, чтобы приобрести потом (Хэнди 1997: 49-50).

Таким образом, личные отношения играют чрезвычайно значимую роль в бизнес-коммуникациях народов незападных цивилизаций. Именно они определяют многообразие культурных различий в бизнесе.

Несмотря на культурные различия, в процессе коммуникации формируются общие характеристики и черты либо отдельные культурные различия одной из сторон полностью воспринимаются другой, становясь

одинаковыми. В зависимости от того, на каком уровне проявляются культурные различия в коммуникациях, скорость их трансформации различна. Так, культурные различия в коммуникациях, происходящих в границах одной цивилизации, трансформируются много быстрее, нежели между цивилизациями. Межцивилизационные культурные различия формируются тысячелетиями. Они вбирают в себя многовековую историю жизни народа, его религию, культуру, особенности трудовой деятельности и быта, своеобразие природно-климатической среды, традиционные ценности. Цивилизации «крепко» связаны с той средой, в границах которой проживает этнос и под влиянием которой он формирует своеобразие (этничность). Все это придает значительную устойчивость цивилизационным культурным различиям.

Заключение

Проведенный анализ культурных различий в коммуникациях, описанных Ю. Бенеке, С. Хантингтом, Г. Хофстеде, Ч. Хэнди, дает основание заключить о существовании двух типов культурных различий: цивилизационных и этнокультурных. Цивилизационные различия проявляются на глобальном уровне при взаимодействии цивилизаций. Их ядром являются особенности религий и традиционных ценностей. На основании этих различий С. Хантингтон выделяет несколько цивилизаций, существующих в современном мире: западную, конфуцианскую, японскую, исламскую, индуистскую, православнославянскую, латиноамериканскую и, возможно, африканскую. В названиях четырех цивилизаций акцентирован религиозный фактор, трех – региональный. Что касается японской цивилизации, то в ее названии соединены названия страны, этноса и национальной культуры. Это дает основание отождествлять цивилизационные и этнокультурные различия при характеристике японской цивилизации.

В число современных цивилизаций, названных С. Хантингтом, не вошла Россия. Россию со времен евразийцев считают самостоятельной цивилизацией и посвящают ее анализу большое число работ отечественные, но не иностранные авторы. Российская цивилизация вбирает в себя множество этнокультурных различий в коммуникациях представителей более 190 этносов, проживающих на ее территории. Эти различия обусловлены не только своеобразием этничностей, но и особенностями религий

и традиционных ценностей народов. В этой связи российская цивилизация содержит огромный материал культурных различий в коммуникациях как этнокультурного, так и цивилизационного типа (когда речь идет о принадлежности взаимодействующих сторон, исповедующих различные мировые религии: христианство, буддизм или ислам), который должен стать предметом исследования философов, культурологов, религиоведов, лингвистов, этнологов, политиков. Междисциплинарный комплексный подход позволит всесторонне охарактеризовать российскую цивилизацию и определить ее место и роль в современном мире.

Список источников

Бенеке Ю. Культурные различия в коммуникации // Политика, культура, наука. Deutschland. 2000. № 3. С. 62-65.

Латынов В.В. Коммуникация массовая // Социологический словарь / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев; уч. секр. О.В. Черношек. М.: Норма: ИНФРА, 2022. С. 186-188.

Латынов В.В. Коммуникация социальная // Социологический словарь / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев; уч. секр. О.В. Черношек. М.: Норма: ИНФРА, 2022. С. 188-189.

Хантингтон С. Столкновение цивилизаций // Политические исследования. Полис. 1994. № 1. С. 33-48.

Хофстеде Г. Влияние культур на теорию и практику деятельности организаций // Эффективный менеджер. Взгляды и иллюстрации / Под ред. Джона Биллсберри. М.: Открытый университет, 1996. С. 259-278.

Хэнди Ч. Китайский контракт // Эффективный менеджер. Взгляды и иллюстрации / Под ред. Джона Биллсберри. М.: Международный центр дистанционного обучения ЛИНК, 1997. С. 59-60.

Cultural differences in Communication and their Typologization (based on research by foreign Authors)

Tamara F. Kryaklina – Doctor of Philosophy, Professor, Corresp. Member Petrovsky Academy of Sciences and Arts. Independent researcher. Barnaul, Russia.

E-mail: asusocio@yandex.ru

Abstract. The article analyzes the characteristics of cultural differences in communications, given in the works of J. Beneke, S. Huntington, G. Hofstede, C. Handy. The analysis showed that there are two types of cultural differences in communications: civilizational and ethnocultural. Civilizational differences are based on the characteristics of religions and traditional values. National (ethnic) cultures determine ethnocultural differences. Their specificity is created by ethnicity, which is interpreted by the author as "collective mentality" and physical "programming". Ethnocultural differences are manifested in the language of communication, in the originality of attitudes towards gifts and obligations, the peculiarities of traditional values, the perception of power and distance from it, the relationship of individualism and collectivism in the way of life, the specifics of worldview and worldview.

Keywords: cultural differences, civilization, nation, ethnos, national culture, management, organization, business, communication.

References

- Beneke, Y. (2000) Cultural differences in communication. *Politics, culture, science. Deutschland*. No. 3. P. 62-65.
- Latynov, V.V. (2022) Mass communication. *Sociological dictionary*. Ed. by G.V. Osipov, L.N. Moskvichev; academic secretary O.V. Chernoshek. Moscow, Norma: INFRA. P. 186-188.
- Latynov, V.V. (2022) Social communication. *Sociological dictionary*. Ed. by G.V. Osipov, L.N. Moskvichev; academic secretary O.V. Chernoshek. Moscow, Norma: INFRA. P. 188-189.
- Huntington, S. (1994) Clash of civilizations. *Political studies. The policy*. 1994. No. 1. P. 33-48.

Hofstede, G. (1996) The influence of cultures on the theory and practice of organizations. *Effective manager. Views and illustrations*. Ed. by John Billsberry. Moscow, Open University. P. 259-278.

Handy, C. (1997) Chinese contract. *Effective manager. Views and illustrations*. Ed. by John Billsberry. Moscow, International Center for Distance Learning LINK. P. 59-60.

Стаття поступила 12.04.2025
Принята к публикации 23.12.2025