

Из всего вышесказанного можно сделать следующие выводы.

Проблемы российского рынка труда уже достаточно изучены, но необходимость разработки и применения практических решений все еще существенна. Для обеспечения устойчивого развития экономики и социальной стабильности следует реализовывать программы по предотвращению резкого ухудшения ситуации на рынке труда в условиях кризиса, а так же применять меры для достижения сбалансированности рынка труда в субъектах Российской Федерации за счет финансирования слабо развитых территорий. И наконец, необходимо содействовать занятости специалистов, не имеющих достаточного опыта работы. Данные действия окажут положительное влияние на снижение безработицы и поддержание эффективной занятости населения.

Список использованной литературы.

1. О занятости населения в Российской Федерации: Закон РФ от 19 апреля 1991 г. N 1032-1 (ред.22.12.2014) // Справочно-информационная система КонсультантПлюс.
2. Абрашкин М.С. Основные направления регулирования рынка труда // Вопросы региональной экономики. – 2014. – №2. – С. 115–120.
3. Кирпичев В.В. Высокая территориальная мобильность трудовых ресурсов как основа создания современной экономики России // Общество: политика, экономика, право. – 2011. – №2. – С. 125–127.
4. Климова О.С., Егорова А.Е. Безработица в России и в мире: анализ основных тенденций // Общество: политика, экономика, право. – 2014. – №1. – С. 112–116.
5. Коммерсант.ru [Электронный ресурс] // Издательский дом Коммерсантъ. – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2130535> (дата обращения: 15.10.2015).
6. Министерство труда и социальной защиты РФ [Электронный ресурс]. // URL: <http://www.gosmintrud.ru/social/social/246/> (дата обращения: 15.10.2015).
7. Серегина Л.В. Профессиональное обучение – гарантия содействия трудоустройству // Журнал российского права. – 2012. – №2. – С. 26–35.
8. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Росстат: офиц. сайт, 2014. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 15.10.2015).

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЛОВЫХ КУЛЬТУР РОССИИ И КИТАЯ**

Н.А. Бессонов

Томский политехнический университет, г. Томск

E-Mail: [qfrag717@mail.ru](mailto:qfrag717@mail.ru)

Научный руководитель: Леонтьева Е.Г., канд. филос. наук, доцент

*Современное общество характеризуется высокими темпами научно-технического прогресса, информатизации, глобализации и интернационализации мировой экономики. Это приводит к сближению и взаимопроникновению национальных деловых культур. Культура определяет основные ценности и жизненные установки людей, оказывающих большое влияние на мысли и действия человека, на отношение к работе, к другим людям, к закону, на стиль управления, манеру общения, методы ведения дел и т. п..*

Первоначально, понятие межкультурной коммуникации было введено в 1950-х американским культурным антропологом Эдвардом Т. Холлом в рамках разработанной им для Госдепартамента США программы адаптации американских дипломатов и бизнесменов в других странах. Поэтому речь у него идет преимущественно о стереотипизации в понимании представителей различных культур.

Для описания межкультурной коммуникации использовалось классическое понимание культуры как более или менее стабильной системы осознанных и бессознательных правил, норм, ценностей, структур, артефактов.

Как научная дисциплина, межкультурная коммуникация находится в стадии формирования и отличается двумя характерными особенностями: прикладным характером (цель – облегчение коммуникации между представителями различных культур, снижение конфликтного потенциала) и междисциплинарностью.

Исследования по межкультурной коммуникации в последнее время приобретают всё большее значение в связи с процессами глобализации и интенсивной миграции.

Термин «межкультурная коммуникация» в узком смысле появился в литературе в 1970-х годах. К этому времени сформировалось и научное направление, сердцевиной которого стало изучение коммуникативных неудач и их последствий в ситуациях межкультурного общения. Впоследствии произошло расширение понятия межкультурной коммуникации на такие области, как теория перевода, обучение иностранным языкам, сравнительная культурология и другие. К настоящему моменту научные исследования в области межкультурной коммуникации фокусируются на поведении людей, сталкивающихся с культурно обусловленными различиями в языковой деятельности и последствиями этих различий. Результатами исследований стали описания культурной специфики при выражении и интерпретировании ситуативных языковых действий коммуникантов. С самого начала эти исследования имели большое прикладное значение и использовались в многочисленных разработках для практических занятий (тренингов) по развитию кросс-культурной восприимчивости [1].

Межкультурная коммуникация как общественный феномен была вызвана к жизни практическими потребностями послевоенного мира. Практические потребности возникли вследствие бурного экономического развития многих стран и регионов, революционных изменений в технологии, связанной с этим глобализации экономической деятельности. В результате мир стал значительно меньше – плотность и интенсивность продолжительных контактов между представителями разных культур очень выросли и продолжают увеличиваться. Помимо собственно экономики важнейшими зонами профессиональной и социальной межкультурной коммуникации стали образование, туризм, наука. Эти практические потребности были поддержаны изменениями в общественном сознании и, в первую очередь, постмодернистским отказом от европоцентристских подходов в гуманитарных и общественных науках. Признание абсолютной ценности разнообразия мировых культур, отказ от колонизаторской культурной политики, осознание хрупкости существования и угрозы уничтожения огромного большинства традиционных культур и языков привели к тому, что соответствующие дисциплины стали бурно развиваться, опираясь на новый в истории человечества феномен интереса народов Земли друг к другу [2].

В мире насчитывается множество культур и каждая имеет свои особенности. Многие культуры обладают чем-то общим, поэтому их можно объединить в группы. Различными учеными предпринимались попытки дать классификацию основных характеристик стран и культур, позволяющих наиболее полно сопоставить их сходство и различия. Более ранние исследования национальной культуры различных стран основывались, преимущественно, на выявлении специфических образцов поведения её представителей в определенных ситуациях, т. е. простой фиксацией наиболее часто проявляемого поведения. Исследователи получали свои данные методом наблюдения. В последующем, когда появилась возможность использовать формальные методы, научные исследования приобрели более системный характер. Производилась систематизация социологической информации, ее математическая обработка и статистический анализ. Сегодня существует много подходов к изучению и измерению национальной деловой культуры. С нашей точки зрения, наибольший интерес представляют три наиболее известные классификации: модель Р. Льюиса, модель Ф. Тромпенаарса и модель Г. Хофстида [2].

Для проведения данного исследования была использована модель Ричарда Льюиса. Ричард Льюис - известный во всем мире лингвист и специалист в области межкультурных исследований. Он знает десять европейских и два восточных языка, долгое время работал личным преподавателем в японской императорской семье, а сейчас выступает с лекциями перед представителями большого бизнеса по всему миру. В своем исследовании Р. Льюис сравнивает не только культурные особенности различных наций, но и особенности их мышления, характера взаимоотношений. На основе анализа организации деятельности человека во времени, он дает свою классификацию культур, выделяя моноактивные, полиактивные и реактивные культуры.

1. Моноактивные люди ориентированные на выполнение задачи (task-oriented). Они делают одно дело в один момент времени и правда для них важнее дипломатии. Сдержанные и немногословные, они предпочитают факты, логику и пунктуальность.

2. Полиактивные ориентированы на людей (people-oriented), словоохотливы и общительны. Они способны делать несколько дел одновременно, информацию получают от людей, эмоциональны и гибко относятся к правде.

3. Реактивные интровертивны, ориентированы на сохранение уважения. Планируя, видят общую картину, а детальному планированию предпочитают реагирование на действия партнеров. Вежливы и не прямы в общении. Терпеливы, скрывают эмоции. Никогда не идут на конфликт и ни при каких обстоятельствах не должны «потерять лицо». Дипломатия важнее правды.

Система координат Модели Льюиса позволяет легко сопоставить родную культуру с другими, найти общее и отличное точки пересечения культур, и самое главное, определить схему для взаимодействия [3].

Используя модель Р. Льюиса, нами был проведен анализ деловой культуры русских и китайцев для определения возможных проблем в межкультурной коммуникации.

Р. Льюис относит Россию к полиактивным странам. Полиактивные культуры – это культуры, ориентированные на человека. Представителями данного типа культур, в нашем случае России, являются люди подвижные, общительные, привыкшие делать много дел сразу, планирующие очередность дел не по расписанию, а по степени относительной привлекательности, значимости того или

иного дела в данный момент времени. Основными ценностями для русского народа являются: ориентация на людей при выполнении задач, свободное отношение ко времени и закону, выполнение нескольких дел одновременно.

Также можно сказать о том, что русский народ достаточно эмоционален во взаимоотношении с людьми, подавляющее большинство является экстравертами. Неформальное общение также свойственно русским людям, которые почти всегда стремятся к установлению межличностных взаимоотношений, реализации семейственности и неформальных связей. Полиактивные менеджеры отличаются красноречием и умением убеждать [1, с.154].

Основными характеристиками, благодаря которым удалось классифицировать Россию, как полиактивную страну, являются:

- Эмоциональность;
- Общительность;
- Непунктуальность;
- Ориентированность на людей;
- Предпочтение неформальным отношениям;
- Несдерживаемая жестикуляция и мимика;
- Смешение профессионального и личного/социального;
- Нерациональное использование времени;
- Готовность всегда извиниться.

Китайская деловая культура – это реактивная культура. Это и культ старших, и вежливость, уважение, иерархия, высокая дифференциация власти. Китайцы, как правило, не проявляют своих эмоций.

Так как китайская деловая культура – высоко контекстная, они очень часто опираются на особые выражения и полунамёки. Склонны уходить от прямого ответа. В реактивных культурах, в Китае особенно, предпочтительным способом общения на переговорах является схема «монолог – пауза – размышление – монолог». Высказав свою позицию, нужно дать время подумать, а затем внимательно выслушать. При этом необходимо быть крайне проницательным и конструктивно реагировать. Нужно помнить, что озвученный ответ – это всего лишь малая часть того, что было сообщено вам на переговорах.

Переговоры ведутся не спеша, шаг за шагом. Темп проведения переговоров – это не только национальная культурная традиция, но и коммерческая уловка, призванная к тому, чтобы измотать противника и вынести для себя большие выгоды.

Но, тем не менее, нужно помнить, что китайские партнеры, начиная бизнес, в первую очередь нацелены не на получение сиюминутной выгоды от одной сделки, а на длительные и перспективные отношения [4].

Основными характеристиками, благодаря которым удалось классифицировать Китай, как реактивную страну, являются:

- Хороший слушатель;
- Молчаливость;
- Пунктуальность;
- Интровертность;
- Внимательность к происходящему;
- Медленность планирования;
- Способность обобщать;
- Почтительность;

- Скрывание эмоций.

Следует отметить, что важным моментом в определении типа культуры является наблюдение за поведением бизнес – партнеров во время переговоров. Речь, манера общения, воспроизводимые жесты подскажут к какому типу культуры относятся бизнес-партнеры: моноактивному, полиактивному или реактивному. В соответствии с полученными выводами можно определить дальнейшую стратегию для сотрудничества [5].

Таким образом, проведенный анализ китайской и русской культуры показывает, что разница в отношении ко многим элементам человеческой деятельности непременно есть. Например, тот факт, что представители китайской культуры очень пунктуальны, а, следовательно, определяют этому большое внимание и смысл, а представители русской культуры, как правило, наоборот являются людьми непунктуальными, позволяет выявить и не допустить появление проблемы межкультурной коммуникации, в результате которой могут быть подорваны хорошие взаимоотношения, построенные на долгом опыте сотрудничества. А значит необходимо сделать вывод о том, что если учитывать некоторые особенности или характеристики той или иной культуры, с которой мы непосредственно имеем контакт, то можно избежать огромное количество неурядиц в процессе переговоров, что обязательно приведет к положительному результату, достижению эффективности общения и конечно долгому, крепкому союзу как на уровне организации, так и на уровне государства.

Список использованной литературы.

1. Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру: учеб. пособие // Гос. ун-т управления; Нац. фонд подготовки фин. и управленческих кадров. – М.: ОАО «Типография «Новости»», 2000.

2. Деловая культура: специфика российской и зарубежной культур [Электронный ресурс] // Библиофонд. Электронная библиотека. – URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=463881> (дата обращения: 21.09.15).

3. Межкультурная коммуникация [Электронный ресурс] // Энциклопедия Экономиста. – URL: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/mezhkulturnaya-kommunikaciya.html> (дата обращения: 19.09.15).

4. Межкультурная коммуникация [Электронный ресурс] // YOUR ENGLISH. – URL: [http://1news.az/economy/banks\\_n\\_finance/20110825112921695.html](http://1news.az/economy/banks_n_finance/20110825112921695.html) (дата обращения: 22.09.15.).

5. Межкультурная коммуникация и диалог культур [Электронный ресурс] // Учебные материалы для студентов – URL: [http://studme.org/192911154829/kulturologiya/mezhkulturnaya\\_kommunikatsiya\\_dialog\\_kultur](http://studme.org/192911154829/kulturologiya/mezhkulturnaya_kommunikatsiya_dialog_kultur) (дата обращения: 22.09.15.).

6. Российская бизнес-культура [Электронный ресурс] // Конструктор успеха. – URL: <http://constructor.ru/finansy/rossijskaya-biznes-kultura.html> (дата обращения: 24.09.15.).

7. Типология и классификация культуры [Электронный ресурс] // Allbest.ru – URL: <http://allbest.ru/o-3c0a65635a2ac68b5c43a89521206c27.html> (дата обращения: 23.09.15).