

СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ КУЛЬТУР ФОНСА ТРОМПЕНААРСА В КОНТЕКСТЕ ЗАРУБЕЖНОЙ И РОССИЙСКОЙ НАУКИ

В статье дается краткая характеристика научных исследований Ф. Тромпенаарса в области менеджмента. Постулируется вклад голландского ученого и консультанта по вопросам организации бизнеса в развитие теории и практики межкультурной коммуникации. Указаны особенности интерпретации ключевых идей Тромпенаарса российскими учеными. Показан характер соотношения индексов организационных культур в трактовке голландского ученого с типами культур Р. Льюиса, базовыми характеристиками культур Э. Холла и Г. Хофстеде.

Ключевые слова: кросскультурный менеджмент, организационная культура, категориальный аппарат сравнительного исследования культур, индексы, базовые характеристики культуры, сравнительный анализ дефиниций.

Фонс Тромпенаарс получил магистерскую степень по экономике в Амстердамском свободном университете в 1979 г. В 1983 г. защитил диссертацию в Университете Пенсильвании на тему различий в организационных структурах разных культур. Безусловно, на формирование его научного мышления в ошутимой степени повлияла американская антропологическая научная школа. Еще в 1981 г. Тромпенаарс начал свою карьеру в области менеджмента в нидерландско-британской нефтегазовой компании «Royal Dutch Shell» (Роял Датч Шелл), а с 1989 г. совместно с Чарльзом Хэмптден-Тернером, британским теоретиком менеджмента, стал вести консультации в собственной консалтинговой фирме. Все его выводы основаны на практическом многолетнем опыте [1].

Научные идеи Ф. Тромпенаарса соотносимы с кругом актуальных проблем в теории и практике межкультурной коммуникации, разработанных такими учеными, как Эдвард Холл – американский антрополог и лингвист, создатель межкультурной коммуникации как вузовской учебной дисциплины, Гирт Хофстеде – голландский социальный психолог и крупнейший в мире специалист в области организационных культур и менеджмента, Толкотт Парсонс, американский социолог, исследовавший ценностные ориентации и ориентации в отношениях между людьми, Эдвард Шилз, американский социолог, представитель структурного функционализма.

Значение идей Тромпенаарса в теории и практике межкультурной коммуникации, на наш взгляд, заключается в следующем.

1. Взяв за основу базовые характеристики культуры, предложенные Э. Холлом, Г. Хофстеде, Т. Парсонсом и Э. Шилзом, Ф. Тромпенаарс, вывел семь дилемм (измерений, параметров), возникающих из-за культурных различий. Дилемма (измерение, параметр) – это вариативность поведенческой реакции и выбора, мотивированная национальным своеобразием культуры ее носителя. Исследователем была пересмотрена типология национальных культур, в результате чего соединены представления об их базовых характеристиках, разработанные голландским социологом Гиртом Хофстеде, с ценностной моделью пяти культурных дилемм (измерений, параметров) американских социологов Талкотта Парсонса и Эдварда Шилза и дополнены двумя собственными базовыми характеристиками. Следует указать, что одна из них – дилемма временной перспективы – основана на категории времени, изложенной американским антропологом Эдвардом Холлом. Разработана седьмая дилемма (измерение, параметр) о внешнем и внутреннем контроле человека. Значение концепции семи дилемм (измерений, параметров) Тромпенаарса состоит в попытке обобщить и систематизировать основания для сравнения национальных культур (в иной терминологии базовых характеристик) [2, с. 66–318].

2. Голландский исследователь в области теории организации и управления сформулировал представление о четырех типах корпоративной управленческой культуры: Семья, Эйфелева башня, Управляемая ракета и Инкубатор. Настоящая классификация позволила обозначить комплекс представлений о типах деловых взаимоотношений, которые наиболее соответствуют специфике национальных культур. Эти знания служат основой при создании эффективных моделей организации транснациональных корпораций [2, с. 320–363].

Ценность результатов исследований Ф. Тромпенаарса заключается в создании перечня формальных оснований для сравнения национальных культур.

Комплекс идей и методологическая база исследований Фонса Тромпенаарса были широко использованы в трудах российских ученых по социологии, экономике, менеджменту. Среди наиболее влиятельных имен следует назвать С. П. Мясоедова, доктора социологических наук, проректора Российской Академии Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), автора учебного пособия «Основы кросскультурного менеджмента» (второе изд-е, 2012), С. Э. Пивоварова, бывшего заведующего кафедрой международного менеджмента, доктора экономических наук, профессора, почетного академика Международной Академии Высшей Школы, заслуженного деятеля науки РФ и ректора СПбГЭУ, и И. А. Максимцева, доктора экономических наук, профессора, академика Российской Академии естественных наук, академика Международной Академии наук высшей школы, соавторов учебного пособия «Сравнительный менеджмент» (второе изд-е, 2008).

В учебном пособии С. Э. Пивоварова и И. А. Максимцева «Сравнительный менеджмент» все семь базовых характеристик/измерений культуры Ф. Тромпенаарса последовательно излагаются в 4-м подразделе второй главы «Культура в сравнительном менеджменте» [3, с. 53–58].

С. П. Мясоедов извлекает из научного наследия Ф. Тромпенаарса и его соавтора, американского исследователя-консультанта Чарльза Хэмпдена-Тернера, другое рациональное зерно. Он приводит модели организационной (управленческой) культуры по Ф. Тромпенаарсу в главе «Воздействие национальной культуры на управление организацией» [4, с. 188–192]. Заслуга русского интерпретатора научного наследия Тромпенаарса в приведенной книге (пособии «Основы кросскультурного менеджмента») заключается в следующем:

1) он вписал идеи голландского ученого в более широкий культурный контекст, соотнеся с идеями А. Маслоу и собственными размышлениями;

2) избежал буквализма в переводе и трактовке единиц категориального аппарата Ф. Тромпенаарса.

Значение интерпретации научного наследия Ф. Тромпенаарса российскими учеными заключается в том, что идеи голландского исследователя были не только скрупулезно прореферированы и введены в российской науке в широкий оборот, но и адаптированы к традициям национального мышления и стилистического выражения на русском языке [5, с. 161].

Проблемы применения терминологии и категориального аппарата Тромпенаарса связаны с тем, что они находятся в отношениях пересечения с характеристиками, известными до публикации трудов голландского исследователя. В частности, научные категории, использованные Тромпенаарсом, «перекрывают» типологически родственные им понятия и употребляются вместо них, что может вносить когнитивный диссонанс в сложившуюся систему трактовки основных категорий сравнительной межкультурной коммуникации. Так, индекс *универсализм – партикуляризм* (общество универсальных – общество частных истин) пересекается по содержанию своих признаков с такими характеристиками, как *маскулинность – феминность* носителей культуры. Содержательный признак, который является общим у маскулинности и универсализма, – ориентация на формальные правила, но не на личные отношения между людьми («сделка есть сделка»); у феминности и специализации общим признаком является ориентация на доверие и личные отношения между людьми, доминирование эмоций над рацией, чувств над выгодой.

Оппозиция *нейтральность – эмоциональность* пересекается с триадой *моноактивность – реактивность – полиактивность* носителей культур, обоснованной Ричардом Льюисом в книге «Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию» [6, с. 64–77]. Можно сказать, что триада является более широким основанием для классификации культур, т. е. «вбирает» в себя оппозицию Тромпенаарса как один из своих признаков. Этот вывод верен, поскольку нейтральность означает сдержанность в проявлении чувств, и это качество свойственно представителям моноактивных и, тем более, реактивных культур в гораздо большей мере, чем представителям полиактивных, для которых характерно открытое проявление своих чувств и эмоций, несдержанность и даже нетерпеливость.

Специальность – диффузность (специальные и диффузные культуры) пересекается с понятием *индивидуализма и коллективизма*, входя в эту оппозицию как один из ее частных признаков, ведь для носителей коллективистских культур характерно неразграничение публичного и частного пространства, большая степень терпимости при вмешательстве в личное пространство, тогда как для носителей индивидуалистических культур свойственно четко разграничивать свое и чужое, частное и публичное, нетерпимость при вмешательстве в личное пространство.

В той же мере с *индивидуализмом – коллективизмом* пересекается оппозиция *культура достижений – культура принадлежности к группе*. Именно индивидуалистические культуры демонстрируют демократизм и либерализм так называемых эгалитарных обществ и создают возможность для членов общества достигать успеха и обретать высокий статус не благодаря своему происхождению и кровно-родственным связям, а благодаря успешности выполнения тех или иных функций, т. е. благодаря личным усилиям и вкладу в дело.

Таким образом, Ф. Тромпенаарс вычленил из генеральных базовых характеристик их частные признаки и провозгласил их самостоятельными индексами в характеристике культур – в силу их значимости для анализа деловых культур.

По сути, Тромпенаарс обобщил представления о базовых характеристиках культуры и адаптировал это обобщение к сравнительному анализу организационных культур разных стран. В процессе обобщения Тромпенаарс дополнил базовые характеристики, категориально оформленные до него в практике анализа национальных культур. Так, он *ввел в оборот* такую характеристику, критерий или индекс оценки национальных культур, как *отношение к окружающей среде*.

Этот индекс означает *установку на внутреннее или внешнее управление событиями*. Внутреннее управление, по Тромпенаарсу, означает веру в возможность самостоятельного контроля полученных результатов или, иначе говоря, представление о том, что результат всецело зависит от самого исполнителя дела. Внешнее управление означает мыслительную установку на то, что события идут своим чередом, а человек должен приспособливаться к ним, т. е. фатализм. Эти представления коррелируют с оппозициями *человек – Царь Природы и центр Вселенной* (в культурах с внутренним управлением) и *человек – неотделимая часть Природы* и потому должен жить по ее законам (в культурах с внешним управлением).

Один из семи критериев/индексов в оценке культуры – *использование времени* – Тромпенаарс *буквально повторил вслед за Э. Холлом*, не внося в него никакой принципиальной новизны.

В данной статье мы отразили место сравнительного исследования национальных культур Ф. Тромпенаарса в контексте зарубежной и российской науки. Вклад голландского исследователя в область

менеджмента невозможно переоценить. Несмотря на узкую специализацию научных изысканий Тромпенаарса, охватывающих сферу организационной культуры, в российской практике результаты проведенного исследования применяются более широко – к сравнительному исследованию национальных культур в целом. Однако то, что характерно для деловой культуры, не всегда в полной мере отражает общенациональную культуру: деловая коммуникация не исчерпывает всех особенностей национальной коммуникации.

Список использованных источников

1. Тромпенаарс Фонс // Первое Казахстанское бюро Спикеров TOPSPEAKER. – URL: <http://www.topspeaker.kz/speakers/speaker-trompenaars> (дата обращения: 23.09.2015).
2. Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / Пер. с англ. Е. П. Самсонов. – Минск: ООО «Попурри», 2004. – 528 с.
3. Пивоваров С. Э., Максимцев И. А. Сравнительный менеджмент. 2-е изд-е. – СПб.: Питер, 2008. – 480 с.
4. Мясоедов С. П. Основы кросскультурного менеджмента: Как вести бизнес с представителями других стран и культур: учебное пособие. Второе издание. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2012. – 256 с.
5. Песоцкая С. А. К проблеме поиска методологии сравнительного изучения национальных культур через призму базовых характеристик // Вестник науки Сибири. – 2014. – № 1(11). – С. 154–161.
6. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Пер. с англ. – М.: Дело, 1999. – 440 с.
7. Trompenaars F., Hampden-Turner Ch. Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Business. – London, 1998.

Песоцкая С. А., канд. филол. наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: swetla62@tpu.ru

Михальцова Э. С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: elina.mikhaltsova@gmail.com

Pesotskaya S. A., Mikhaltsova E. S.

COMPARATIVE STUDY OF NATIONAL CULTURES BY FONS TROMPENAARS IN THE CONTEXT OF FOREIGN AND RUSSIAN SCIENCES

The article summarizes the research in the field of organization performed by Fons Trompenaars. The contribution to the development of the theory and practice of intercultural communication made by the Dutch scholar and management consultant is postulated. The interpretation peculiarities of Trompenaars fundamental ideas made by Russian scholars is indicated. The correlation between dimensions of corporate cultures represented by Dutch scholar and cultural types by R. Lewis, base characteristics by E. T. Hall and G. Hofstede is presented.

Keywords: cross-cultural management, organizational culture, categorical instrument of comparative culture study, dimensions, base characteristics of culture, comparative analysis of definitions.

Pesotskaya S. A., PhD in Philology, Associate Professor

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: swetla62@tpu.ru

Mikhaltsova E. S., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: elina.mikhaltsova@gmail.com

Шинулина П. Н.

АМЕРИКАНСКАЯ РЕКЛАМА В ЗЕРКАЛЕ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА

Актуальность данного исследования заключается в выявлении социокультурной обусловленности содержания рекламного текста, который непосредственно отражает связь между менталитетом народа и его национальным языком. В статье рассматриваются ментальные черты американцев, различия в русском и американском менталитетах, непосредственно отразившиеся в рекламных текстах. Приведены примеры и выделены типы рекламных роликов, критериями различия которых являются факторы, влияющие на содержание и форму рекламных текстов.

Ключевые слова: ментальность, национальные черты, американский менталитет, российский менталитет, рекламные тексты, реализация ментальных черт в рекламных текстах.