

УДК 005.574(575.2)

DOI: 10.36979/1694-500X-2021-21-7-43-47

**ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНОГО КОНТЕКСТА
НА КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ
ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

О.Г. Романович, Б.Р. Исламова

Авторами рассмотрена актуальность изучения кросс-культурных различий ведения бизнеса, в частности межкультурной коммуникации в международной деловой среде. Разобрана классификация культур, предложенная английским консультантом по вопросам кросс-культурных коммуникаций Р. Льюисом, которая включает в себя следующие три группы: моноактивные, полиактивные и реактивные культуры. Посредством данной типологии в настоящем исследовании впервые были изучены особенности делового общения, присущего менталитету людей, проживающих в Кыргызской Республике. В качестве респондентов выступили сотрудники как государственной, так и частной организаций. На основании полученных данных авторам удалось изложить логические модели, с помощью которых получится избежать «острых углов» при ведении деловых переговоров с кыргызстанцами. Выводы и рекомендации имеют практическую ценность и послужат ориентиром в практике ведения бизнеса в международном масштабе.

Ключевые слова: кросс-культурный менеджмент; межкультурная коммуникация; деловое общение; классификация культур Р. Льюиса; Кыргызстан.

**КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН ИШКЕР ЧӨЙРӨСÜNҮН
КОММУНИКАЦИЯЛЫК ПРОЦЕССТЕРИНЕ МАДАНИЙ
КОНТЕКСТТИН ТИЙГИЗГЕН ТААСИРИ**

О.Г. Романович, Б.Р. Исламова

Макалада бизнести жүргүзүүнүн кросс-маданий айырмачылыктарын, тактап айтканда эл аралык ишкер чөйрөдө маданияттар аралык байланышты изилдөөнүн актуалдуулугу каралган. Кросс-маданий коммуникациялар маселеси боюнча англис консультанты Р. Льюис тарабынан сунушталган маданияттардын классификациясы талданган, ал төмөнкү үч топту өзүнө камтыйт: моноактивдүү, полиактивдүү жана реактивдүү маданияттар. Ушул типологиянын жардамы менен бул изилдөөнү жүргүзүүдө биринчи жолу Кыргыз Республикасында жашаган адамдардын менталитетине мүнөздүү болгон ишкер байланыштын өзгөчөлүктөрү изилденген. Мамлекеттик да, жеке менчик да уюмдардын кызматкерлери респондент катары каралган. Авторлор изилдөөдөн алынган маалыматтын негизинде логикалык моделдерди баяндап беришти, алардын жардамы менен кыргыз эли менен сүйлөшүүлөрдү жүргүзүүдө курч кырдаалдардан алыстоого болот. Бул макалада берилген жыйынтыктар жана сунуштар практикалык мааниге ээ жана эл аралык масштабда бизнес жүргүзүү практикасында багыт берет.

Түйүндүү сөздөр: кросс-маданий менеджмент; маданияттар аралык коммуникация; ишкер пикир алышуу; Р. Льюистин маданий классификациясы; Кыргызстан.

INFLUENCE OF CULTURAL CONTEXT ON COMMUNICATION PROCESSES OF BUSINESS ENVIRONMENT IN THE KYRGYZ REPUBLIC

O.G. Romanovich, B.R. Islamova

The authors examined the relevance of studying cross-cultural differences in doing business, in particular the issue of intercultural communication in the international business environment. The classification of cultures of the English consultant on cross-cultural communications R. Lewis is considered. It includes the following three groups: monoactive, polyactive and reactive crops. The article presents the results of a study of the features of business communication inherent in the mentality of people living in the Kyrgyz Republic. The respondents were employees of both public and private organizations. Based on the data obtained, logical models were set out with the help of which it would be possible to avoid "sharp corners" when negotiating with the Kyrgyz. Conclusions and recommendations are of practical value and will serve as a guide in the practice of doing business on an international scale.

Keywords: cross-cultural management; intercultural communication; business communication; the Lewis Model of cultural classification; Kyrgyzstan.

По своей природе люди близки друг к другу,
а по своим привычкам друг от друга далеки...
Конфуций

Происходящая в нынешнее время небывалая глобализация повлекла за собой метаморфозу хозяйственной жизни, ведущую к размыванию международных границ. В связи с этим кросс-культурные вопросы становятся неотъемлемой частью и мощнейшим конкурентным инструментом современных организаций как в процессе работы совместно с другими культурами, так и в случае работы «внутри» иных культур. Ведь зачастую причиной ошибок и поражений в ходе достижения соглашений служат отнюдь не сбой и недочёты бизнес-процессов, а игнорирование или же непонимание культурных составляющих.

Сфера исследования культурных различий в аспекте ведения бизнеса имеет широкий спектр концептуальных и методологических подходов, что осложняет процесс систематизации академических концепций – ведь на лицо отсутствие однородности взглядов. Тем не менее выделяют некоторые общепринятые методики, получившие всемирное признание. Одной из них является модель межкультурных коммуникаций, разработанная британским специалистом Ричардом Льюисом на основе масштабного исследования в 135 странах мира.

Стремясь заложить прочный фундамент взаимопонимания между представителями народов мира, автор сфокусировался на культурных корнях национального поведения. В конечном счете Р. Льюису удалось разработать практическую классификацию, состоящую из трех

конкретных универсалий культуры – моноактивной, полиактивной и реактивной, которые он генерализировал (таблица 1) в своем научном труде «Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию» [1].

Ключевая аксиома модели заключается в том, какое из измерений доминирует.

Кыргызская Республика как полиэтническое государство с представителями более чем 80 наций попросту не может оставаться в стороне от кросс-культурных индикаторов. На данном этапе развития страна, как никогда прежде, нуждается в адаптации к новым рыночным условиям, ведь за 30 лет независимости произошли довольно глубокие социальные и экономические изменения во всевозможных сферах жизнедеятельности, повлекшие за собой обширный опыт взаимного сотрудничества с бесчисленным количеством других государств. «Современный этап развития Кыргызстана, как и многих стран мира, характеризуется как переходный от индустриальной эпохи к постиндустриальной, когда взамен ограниченной концепции экономического роста предлагаются новые подходы в экономике – организационный, социальный, психологический и др., в которых человек рассматривается во всей совокупности его качественных характеристик» [2, с. 85]. Не является исключением и кросс-культурный подход.

Знание и овладение культурными ориентациями общества нашей страны поможет

Таблица 1 – Типология культур Р. Льюиса

Группы культур	Характеристика культур
Моноактивные культуры	В основе данной культуры лежит логика, рациональность, идея поддержания порядка и организации человеческой жизни. По этой причине представители этих культур, как правило, высокоорганизованы, нацелены на выполнение необходимых задач в заранее запланированной последовательности и тщательно соблюдают все необходимые правила
Полиактивные культуры	Основным показателем полиактивности является ориентация не на четкое расписание и пунктуальность, а на приоритеты в сфере межличностного общения. Представителям полиактивной культуры не составит труда жить в режиме постоянной мультизадачности, при этом внося постоянные корректировки в имеющиеся графики и планы
Реактивные культуры	«Реактивистов» можно описать, как вежливых и очень внимательных слушателей. Представители данной культуры по крупицам собирают всю необходимую информацию, прежде чем сделать какое-либо собственное умозаключение. Важнейшими постулатами в данном случае выступают учтивость и ориентация на сохранение уважения

становлению культуры и экономики республики: приумножит теоретические разработки изучения этноса, восстановит гармоничные межстрановые коммуникации, проложит выгодные торговые пути, подсобит привлечению иностранных инвестиционных вложений.

С целью внесения ясности в кросс-культурный аспект управленческой практики нашей страны нами было проведено исследование влияния культурного контекста на коммуникационные процессы деловой среды Кыргызской Республики. Согласно автору учебника «Бытовая культура и этикет народов мира: межкультурная коммуникация» М.О. Гузиковой, «под межкультурной коммуникацией понимают обмен информацией, осуществляемый носителями разных культур, причем то, что коммуниканты являются носителями разных культур, значительнейшим образом влияет на их коммуникацию и в некоторой степени определяет ее ход» [3, с. 8].

В качестве инструмента анализа была использована методика Л.Г. Почебут «Культура делового общения» [4, с. 62], разработанная на основе вышеописанной теории Р. Льюиса. Описание выборки представлено на рисунках 1–3.

Разбивая выборку по возрастному параметру, имеем следующее: большая часть респондентов в возрасте от 41 до 50 лет (34 %), 27 % исследуемых – от 31 до 40 лет, количество опрошенных больше 51 года составило 23 %, наконец, число участников исследования от 18 до 30 лет – 16 %.

Проанализировав выборку в контексте гендерного разреза, получили подобные результаты: 76 % опрошенных – женщины, оставшиеся 24 %, соответственно, представители мужского пола.

Из них, основная доля – кыргызской национальности (57 %), русские – 34 %, оставшиеся 9 % выборки распределились между уйгурами, татарами и украинцами.

Важной ремаркой является то, что относительно генеральной совокупности выборка является репрезентативной, стало быть, внешняя валидность полученных в ходе исследования результатов не ставится под сомнение.

Перейдем к результатам исследования (рисунков 4): тестовые показатели по шкале «моноактивная культура» и «реактивная культура» достаточно понижены. Таким образом, можно утверждать, что Кыргызстан относится к странам с полиактивной культурой.

Рассмотрим проявление полиактивности сквозь призму деловой коммуникации в нашей стране. Без преувеличения можно сказать, что местная деловая культура, в большинстве своем, ставит во главе угла чувства и отношения, достижение консенсуса и сплоченности. Ведь не зря полиактивные культуры Р. Льюиса называют «словоохотливыми» и общительными» [5, с. 84]. Именно поэтому, прежде всего, стоит направить все усилия на построение крепких межличностных связей. Любые преграды в коллективах предпочитают проходить на равных, бок о бок. «Во многом это объясняется

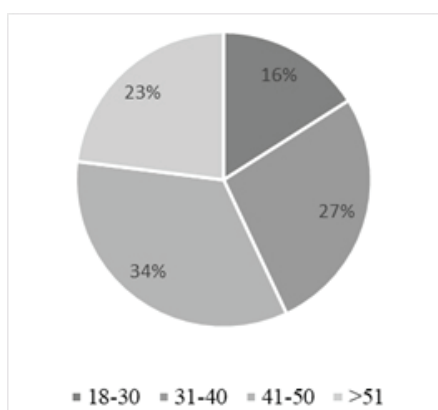


Рисунок 1 – Количественный анализ выборки по возрастному признаку

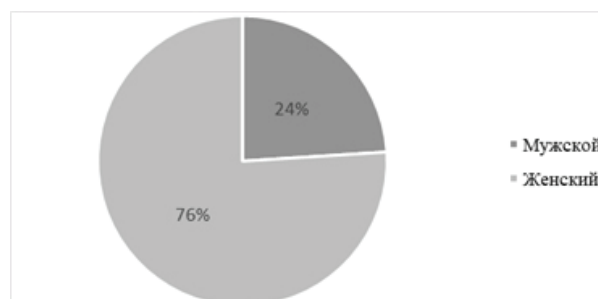


Рисунок 2 – Распределение респондентов по гендерному признаку

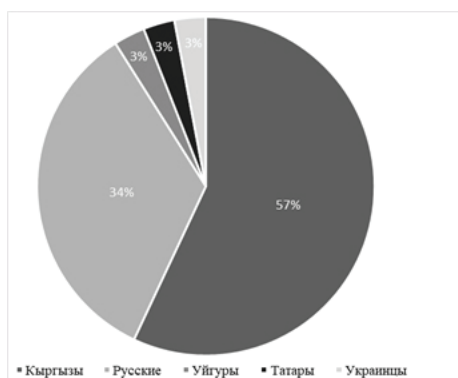


Рисунок 3 – Разбор опрошенных по параметру этнической принадлежности

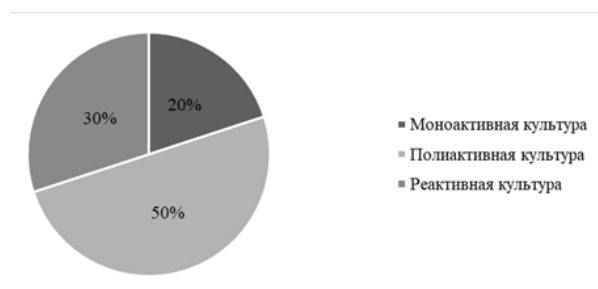


Рисунок 4 – Тестовые показатели по результатам исследования (%)

сложившимися национальными ценностями и социальными архетипами. Свою лепту внёс и период вхождения в Союз Советских Социалистических Республик (СССР), где коллективизм был в приоритете» [6, с. 22].

Вербальный стиль общения носит косвенный характер. По восточным традициям, на первых порах ждут вопросов, не связанных с бизнесом. Соответственно, диалог стоит начать со светской беседы, и только после этих предварительных разговоров считается, что самое время обсудить текущие дела. При этом надо стараться не затрагивать слишком серьезные и личные темы, являющиеся краеугольным камнем преткновения в общении. Многие не любят распространяться о личной жизни и тем более не терпят вмешательства в нее. Как у нас любят говорить: «Много не говори о себе, а то сглазят».

Отношение ко времени, как правило, отличается гибкостью и своеобразностью. Не стоит удивляться не вовремя начавшейся конференции или опозданию. Формальные встречи, затянувшись, могут плавно перейти в неформальный характер: делового партнера могут спокойно пригласить к себе домой в качестве почетного гостя. Время, потраченное на знакомства, интересные беседы и налаживание контактов – это время, потраченное не зря. На подобное положение дел накладывает свой отпечаток и знаменитое кыргызское гостеприимство, которым славится наш народ. Не зря кыргызская пословица гласит: «Конок бар жерде – береке да бар» (Там, где гость, там и благодать).

Не считается зазорным для поддержания хороших отношений преподнести какой-либо

подарок, сделать комплимент или же воздать похвалу за какие-либо заслуги.

Зачастую люди, пытаясь сохранить свое лицо и стараясь оставаться вежливыми, скрывают свою точку зрения или же не могут ответить отказом. Это могут посчитать дурным тоном и последствием неправильного воспитания. Стоит быть готовым к уклончивым высказываниям. Собственные стремления и интересы могут запросто уйти на второй план. По этой же причине избегаются конфликты на рабочем месте: о каких-либо проблемах, как правило, умалчивается, лишь изредка недовольство проявляется через действия или же поведенческие симптомы недовольства.

В формальной обстановке также неприемлемы прикосновения, в частности между представителями противоположного пола. Такое поведение будет рассматриваться как непозволительное. Как правило, можно обойтись простым рукопожатием.

Типично большую часть информации передавать неязыковым контекстом (иерархией, статусом, внешним видом человека, манерами его поведения, условиями проживания и т. д.). К тому же среди представителей кыргызской культуры не предпочтителен прямой и открытый стиль общения.

В целом, в профессиональных кругах имеет место и иерархия, основанная на половом, возрастном и должностном критериях. «Все важные решения принимаются наверху организации. Типичная для строго иерархических обществ, эта характерная черта замедляет прогресс и может вызвать длительные задержки в переговорах» [7, с. 176]. Зачастую, налицо явное переплетение личностных и профессиональных отношений. Когда говорит старший по возрасту или же по званию, все должны слушать и уделять ему все свое внимание в знак уважения. Подобная субординация проявляется даже в ходе рассадки участников совещания или же переговоров (так как у кыргызов самое почетное место находится подальше от двери). С женщинами также обращаются более галантно, нет понятия гендерной дискриминации. Совершенно нормальным считается отодвинуть стул для женщины перед тем,

как самому занять место или же открыть дверь при входе в помещение.

Таким образом, рассматривая кыргызскую культуру в контексте коммуникации в деловой среде, резюмируем следующее: весомым барьером в коммуникационных процессах деловой среды выступает культурный барьер, ведь каждая из культур уникальна. Кыргызстан, живя в такой разнообразии культур, не должен пренебрегать навыками межкультурного общения и компетентности, однако культурологические индикаторы данной сферы на данный момент исследованы мало.

Подводя итог вышеизложенному, можно сформулировать своего рода девиз, свойственный деловым коммуникационным процессам кыргызской общности: «Общение – это явный ключ к успеху!».

Литература

1. *Льюис Р.Д.* Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / пер. с англ. / Р.Д. Льюис. М.: Дело, 2001. 439 с.
2. *Айтбаева Н.* Управление человеческими ресурсами / Н. Айтбаева, А. Казыбаева // Наука и инновационные технологии. 2016. № 2 (2).
3. *Гузикова М.О.* Бытовая культура и этикет народов мира: межкультурная коммуникация / М.О. Гузикова, П.Ю. Фофанова. М.: Юрайт, 2019. 121 с.
4. *Осипова О.П.* Деловая культура менеджера образования: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся в магистратуре по педагогическому направлению подготовки / О.П. Осипова, Е.В. Савенкова. М.: МПГУ, 2017. 116 с.
5. *Мясоедов С.П.* Кросс-культурный менеджмент: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Мясоедов. М.: Юрайт, 2015. 314 с.
6. *Романович О.Г.* Организационная культура предприятий Кыргызской Республики в контексте теории межкультурных измерений Г. Хофстеде / О.Г. Романович, А.А. Рахманалиева, А.А. Кочербаета // Научные исследования в Кыргызской Республике. 2019. № 3.
7. *Гестеланд Р.Р.* Кросс-культурное поведение в бизнесе: маркетинговые исследования, ведение переговоров, менеджмент в различных культурах / пер. с англ. / Р.Р. Гестеланд. Днепропетровск: ООО «Баланс-Клуб», 2003. 273 с.