

УДК 378.147

## ТОЛЕРАНТНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА УМОВА УСПІШНОЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Козубовська Ірина Василівна,  
Бабинець Мирослава Миколаївна,  
м. Ужгород

*В статті аналізується проблема міжкультурного спілкування в різних сферах професійної діяльності. Особлива увага звертається на питання толерантності в процесі міжкультурної взаємодії. Підкреслюється, що толерантність є важливою умовою успішної міжкультурної комунікації. Вона базується на визнанні існування різних культур і норм поведінки в сучасному полікультурному суспільстві.*

*Ключові слова : спілкування, толерантність, полікультурне суспільство.*

Розширення міжнародних контактів України зумовлює актуальність оволодіння громадянами нашої країни іноземними мовами або, принаймні, хоча б однією з поширених у світі іноземних мов. На сьогоднішній день наявність умінь іншомовно-

го спілкування є важливим показником професійної компетентності фахівця будь-якого профілю. Ці питання досить глибоко вивчаються вітчизняними вченими (А.Бичок, І.Ключковська, Н.Микитенко, Л.Морська, Н.Соболь та ін.). Водночас зауважимо, що успіх міжкультурної взаємодії залежить не тільки від знання іноземної мови і наявності відповідних іншомовних умінь спілкування, але й від культури спілкування. Культура спілкування передбачає, насамперед, толерантне ставлення до співрозмовника, який є представником іншої країни, де панують інші звичаї і традиції, інша ментальність.

У «Психологічній енциклопедії» толерантність визначається як терпимість до висловлюваних іншими думок, позицій, а також релігійних вірувань, поведінки тощо [1, с.363]. Толерантному сприйняттю поведінки іншомовних партнерів в процесі міжкультурної комунікації сприяє обізнаність з основними нормами і правилами поведінки, які прийняті в тій чи іншій зарубіжній країні, а також з мовленнєвим етикетом спілкування в міжнародному просторі.

Мовленнєвий етикет у діловому спілкуванні фахівця будь-якого профілю в міжнародному просторі визначається як система стійких формул спілкування, загальноприйнятих для встановлення мовленнєвого контакту співрозмовників, підтримки спілкування в обраній тональності відповідно до соціальних ролей і позицій, взаємовідносин. Мовленнєвий етикет відповідає прагматичним принципам спілкування – співробітництва, взаємній ввічливості, толерантності.

Н.Формановська визначає мовленнєвий етикет як мікросистему національно-специфічних вербальних одиниць, прийнятих в даному суспільстві для встановлення контактів між співбесідниками, забезпечення спілкування в бажаній тональності [2, с.30].

Таким чином, етикет регулює вибір тих чи інших вербальних і невербальних засобів в конкретній ситуації і обставинах для конкретного партнера по спілкуванню і представляє собою стилістичні формули-кліше, які дозволяють продуктивно вступати в мовленнєвий контакт і підтримувати розмову в потрібній тональності.

Структура мовленнєвого етикету складається із стереотипів – типових конструкцій і кліше, які часто повторюються.

Поняття мовленнєвого етикету співвідноситься з діловим, який в значній мірі забезпечує успішність проведення ділових зустрічей, переговорів і визначає оптимальну поведінку комунікантів у конкретних ситуаціях, спрямовану на досягнення мети і отримання запланованих результатів.

Ми солідарні з Г.Китайгородською [3, с.32], яка вважає, що на сучасному етапі розвитку суспільства володіння іноземними мовами не може бути відокремлено від того соціально-культурного контексту, в якому вони використовуються.

Іншими словами, фахівці повинні бути ознайомлені з найбільш важливими аспектами щоденної і спеціальної (професійної) сфери, що орієнтує на підготовку ділових людей не тільки на вузько профільному рівні, а передбачає розвиток їх загальнокультурного рівня, необхідного для адекватного і повноцінного спілкування в іншомовному середовищі. Це означає, що сучасний фахівець для повноцінного іншомовного спілкування повинен володіти хоча б

мінімумом так званих фонових знань.

Як відомо, фонові знання – це комплекс знань про національні особливості, національну культуру країни, мова якої використовується у спілкуванні, необхідних для здійснення результативного комунікативного акту.

Фонові знання можуть бути соціальними, індивідуальними, колективними:

- соціальні фонові знання – це та інформація з проблеми обговорення, яка відома всім учасникам спілкування ще до початку отримання мовленнєвого повідомлення;
- індивідуальні фонові знання – це та інформація, яка відома тільки окремим учасникам до початку їх спілкування;
- колективні фонові знання – це інформація, яка відома всім членам певної соціальної, професійної сукупності людей, які володіють спеціальними знаннями в певній галузі (медики, політики, соціологи, менеджери).

Враховуючи специфіку ділового спілкування, вважаємо, що всі фахівці повинні мати фонові знання стосовно щоденної комунікації і фонові спеціалізовані (професійні) знання.

У першому випадку під щоденною комунікацією розуміємо сукупність конкретних ситуацій, які відображають картину світу як мікрокультуру соціального спілкування типових носіїв даної мови. Мікрокультура – це конвенційно встановлені норми і правила поведінки, прийняті в іншій лінгвокультурній спільноті. У другому випадку спеціалізовані фонові знання розглядаються нами в умовах, максимально наближених до реального професійно-ділового спілкування.

У діловому спілкуванні на іноземній мові взаємодія учасників і система їх відносин має стандартизований національно-стереотипний характер. Вступаючи в ділові контакти, партнери є не тільки представниками певної соціальної категорії, але і носіями мови, культури конкретної країни, регіону. Кожна лінгвокультурна спільнота має свої правила, ритуали і норми поведінки.

Слід підкреслити, що різноманітність ділової практики спричинила виникнення відмінностей між нормативними базами професійних етикетів, детермінованих специфікою певної професії. Безперечно, ділове спілкування в сфері медицини буде відрізнятися від ділового спілкування у менеджменті. Проте, як підкреслює І.Сайтарли [4, с.140], існує загальний кодекс професійної етики, в основі якого лежать універсальні правила ділового спілкування: глибока повага до іншої людини; принцип достатньої поінформованості, який вимагає говорити не більше і не менше, ніж це потрібно для справи; використання правдивої інформації, оскільки від цього залежить ступінь довіри між колегами. (довірливі стосунки між співробітниками виявляються також у їх спроможності надавати один одному професійну допомогу, підтримку); принцип доцільності у професійних відносинах, який означає вміння не відхилитися від теми розмови і знаходити ефективні вирішення складних питань; чітке і переконливе для співрозмовника висловлення думки, здатність уважно вислухати і адекватно сприйняти позицію співрозмовника.

Професійний етикет, в тому числі й мовленнєвий, виконує різні функції: інформаційну, стандар-

тизації моделей індивідуальної і групової поведінки, соціального контролю і соціального впливу, створення психологічного комфорту. Так, норми етикету інформують фахівця, як поводити себе в тій чи іншій службовій ситуації, якої поведінки можна очікувати від партнера комунікативної взаємодії. Стандарти поведінки допомагають обрати лінію поведінки і спілкування у відповідності з реальною обстановкою і очікуваннями оточуючих, не ризикуючи потрапити в неприємну ситуацію і викликати ускладнення у взаємовідносинах з людьми. Дотримання правил поведінки знижує почуття тривоги в зв'язку з очікуванням проявів поведінки кожною із сторін, зміцнює впевненість у правильності власних дій, зумовлює виникнення почуття психологічного комфорту. Функція соціального контролю і соціального впливу в етикеті проявляє себе в способах управління соціальними відносинами і поведінкою членів організації.

На думку вчених [4], ділове спілкування у міжнародному аспекті є складним процесом, опосередкованим ціннісною несумісністю національних бізнес-культур. Воно повинно відбуватися так, щоб унеможливити будь-який міжнародний конфлікт, спричинений зіткненням різних уявлень про належну поведінку. Цьому сприяє знання і дотримання вимог і правил культури міжнародного спілкування (крос-культурної комунікації) у бізнесі.

Крос-культурна (англ. *cross* – перетинати, переходити) комунікація – це вербальна і невербальна взаємодія представників різних моральних систем, світоглядів, релігій тощо

У крос-культурному аналізі бізнес-культур країн Західної Європи, Сполучених Штатів Америки, Японії та інших країн сучасні вчені часто використовують новітній культурологічний підхід, який ґрунтується на антитезі між ієрархічно-формальними та егалітарно-неформальними, стриманими і експресивними, поліхромними і монохромними, контактними і дистантними культурами, які обумовлюють відповідні види бізнес-культури.

У міжособистісних взаємовідносинах ієрархічно-формальних культур домінують принципи субординації, статусу; в егалітарно-неформальних – принцип професіоналізму особистості.

Залежно від фактору часу бізнес-культури поділяються на: монохронні і поліхронні. Представники перших дуже цінують час (як власний, так і ділових партнерів), вони дуже пунктуальні, вимогливі до ділових зустрічей і дотримання їх порядку денного. Поліхронні бізнес-культури більш гнучкі. Їх представники не надають надто великого значення фактору часу, пунктуальності. Ділові зустрічі є менш формальними, ніж у першому випадку. Під час цих зустрічей можуть обговорюватися й питання, які заздалегідь не були внесені до порядку денного.

У міжкультурному спілкуванні є певні відмінності щодо меж допустимої емоційності. Якщо для експресивної культури ділових стосунків характерною є підвищена емоційність (регіони Середземномор'я, Південна Америка, частково США, Канада, Австралія, Східна Європа, Африка), то стримана культура ділових стосунків передбачає раціональні способи взаємодії (країни Східної та Південної Азії, Північна Європа, Німеччина, Велика Британія, Японія).

Слід відзначити, що представники експресивних (контактних) культур не зважають на особистісний простір партнера по спілкуванню і часто порушують його, що не характерно для стриманих (дистантних) культур. У експресивних культурах ділових відносин партнери можуть дозволити собі переривати монолог партнера, що у стриманих культурах є недопустимим.

У системі крос-культурного спілкування існує також індивідуалістична і колективістська культури. Перша з них ґрунтується на засадах автономії особистості, поваги до її прав і свобод, друга – спрямована на збереження, постійне відтворення національних звичаїв, традицій, норм.

Представники західноєвропейських індивідуалістичних культур акцентують увагу на інформації, а не на способі її донесення. Для них властиве лаконічне мовлення, логічно вмотивоване, послідовне, точне мислення. Носії колективістських культур (Схід, Азія) у спілкуванні звертають увагу на контекст повідомлення, тобто надають увагу не тільки тому, про що йде мова, але й тому, яким чином це висловлюється.

Результати здійсненого нами аналізу численних наукових джерел свідчать, що у професійно-ділових стилях спілкування різних європейських країн є суттєві відмінності, які на сучасному етапі розширення міжнародних контактів і співробітництва у всіх сферах слід знати і враховувати, щоб досягти взаєморозуміння й успіху у спілкуванні. У міжнародному бізнесі виокремлюють арабську, азійську та американську моделі комунікативної поведінки у бізнесі, які конкретизуються відповідними національними бізнес-культурами й відрізняються як у вербальному, так і невербальному аспектах. Щодо європейської культури ділового спілкування, то вона не є монолітною, а поєднує в собі різні типи комунікативної поведінки у бізнесі – формально-ієрархічні та егалітарні, максимально стримані та експресивні, монохромні і поліхронні культури спілкування, бізнес-культури, орієнтовані на угоду, та бізнес-культури, орієнтовані на стосунки. Попри значні відмінності, всі європейські культури ґрунтуються на принципах автономії особистості, гідності людини, що відрізняє їх від колективістських культур арабо-азійського світу.

Таким чином, цілком правомірно можна стверджувати, що обізнаність фахівців з особливостями культури спілкування в різних країнах світу сприяє толерантному ставленню до поведінки представників різних культур і допомагає досягти успіху у комунікативній взаємодії.

#### Література та джерела

1. Психологічна енциклопедія Автор-упорядник О.М. Степанов. – К. : «Академвидав», 2006. – 424 с.
2. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения / Н.И. Формановская. – М.: Смысл, 1989. - 175с.
3. Китайгородская Г.А. Методика интенсивного обучения иностранным языкам / Г.А. Китайгородская. – М.: Высшая школа, 1982. – 522 с.
4. Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків : Навч. посібн./ І.А. Сайтарли. – К : Академвидав. – 240 с.

*В статье рассматривается проблема межкультурного общения в различных сферах профессиональной деятельности. Особое внимание уделено вопросам толерантности в процессе межкультурного общения. Подчеркивается, что толерантность является важнейшим условием успешной коммуникации. Она основана на признании существования различных культур и норм поведения в современном поликультурном сообществе.*

*Ключевые слова : общение, поликультурное сообщество, толерантность.*

*The research of the problem of international communication in different fields of professional activity has been carried out. Special attention has been paid to the question of toleration in the process of international communication. It is underlined that toleration is very important condition of successful international communication. It is based on recognition of existence of different cultures in multinational modern society.*

*Key words : communication, multicultural society, toleration.*