

УДК 81

К ВОПРОСУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ И КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУР: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

©Иванова Д. Н., ORCID: 0000-0001-6923-5180, канд. социол. наук,
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия, Dina0901@yandex.ru

©Глазунова Л. С., Константиновский педагогический колледж,
г. Константиновск, Россия, l.glazunova@mail.ru

INTERACTION OF NATIONAL AND CORPORATE CULTURE: LINGUISTIC ASPECTS

©Ivanova D., ORCID: 0000-0001-6923-5180, Ph.D.,
Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia, Dina0901@yandex.ru

©Glazunova L., Konstantinovsk Pedagogical College,
Konstantinovsk, Russia, l.glazunova@mail.ru

Аннотация. В статье предпринята попытка показать, что в основе делового и личного успеха лежит понимание собственной национальной культуры, а также представление об иной культуре. Раскрывается подход в рассмотрении языкового аспекта проблемы взаимодействия национальной и корпоративной культур. Делаются выводы об актуальности проводимого исследования.

Abstract. The article attempts to show that the basis of business and personal success is the understanding of their own national culture, as well as the idea of a culture. An approach is revealed in the consideration of the linguistic aspect of the problem of interaction between the national and corporate cultures. Presents conclusions about the relevance of the study.

Ключевые слова: языковая культура, национальная культура, корпоративная культура, языковая политика, кодированная речевая коммуникация.

Keywords: linguistic culture, national culture, corporate culture, language policy, the coded speech communication.

Сегодня, когда процесс глобализации стал реальностью, а число международных контактов неуклонно растет, вопрос национально-культурных различий и их воздействия на развитие бизнеса приобретает особую актуальность. В связи с новыми условиями развития общества меняется подход к языковому образованию. Иностранный язык становится средством межкультурного взаимодействия. Общение с носителями других культур осуществляется на разных уровнях — бытовом, экономическом, политическом, научном и культурном. Представители самых разных профессий все чаще вступают в контакт со своими коллегами из других стран, обмениваясь идеями, опытом, мнениями. Такая возможность расширить общение, которая появилась у нас буквально недавно, естественным образом привела к разработке новых межкультурных проектов, созданию международных организаций, открытию совместных предприятий.

Нельзя спорить с тем фактом, что понимание собственной национальной культуры, а также адекватное представление об иной культуре, лежат в основе делового и личного успеха. К теме взаимодействия национальной и корпоративной культуры целесообразно

обратиться именно сейчас в силу разных причин. В конце XX века на российском рынке труда появляется целая армия иностранных специалистов, обусловив необходимость подготовки сотрудников, способных успешно работать в международных компаниях, в том числе переводчиков-культурологов.

Цель данной работы заключается в изучении языкового аспекта проблемы взаимодействия национальной и корпоративной культур. Именно этот ракурс является наиболее актуальным в контексте подготовки переводчиков в сфере профессиональной коммуникации. Необходимо отметить, что на кафедре английского языка гуманитарных факультетов ЮФУ такая подготовка успешно ведется в течение последних лет. Следовательно, материалом исследования послужил, в первую очередь, личный опыт автора, полученный в процессе преподавательской деятельности при обучении переводчиков, а также опыт, приобретенный при работе в многонациональных компаниях.

Стоит подчеркнуть, что интерес к проблеме взаимодействия национальной и корпоративной культур впервые появился на Западе во второй половине XX века. Наиболее известными западными концепциями стали идеи С. Кэмерона (1999), Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпдэн-Тернера (2004), Эдварда Т. Холла (1990), Клакхона и Э. Шейна (2015) и др. [1-4]. Однако эти западные ученые не включали в свои исследования Россию. Отсутствие интереса к России можно объяснить наличием «железного занавеса» и практически полным отсутствием иностранных специалистов на территории Советского Союза.

Одним из ведущих российских исследователей национальной культуры в деловой среде является А. И. Наумов, который разработал новое видение проблемы с учетом особенностей современной России [5].

В работах этих ученых систематизированы идеи, имеющие, главным образом, экономическое значение. Однако многие из идей лишь косвенно соотносятся с проблемами лингвистического и культурологического характера. Нас же интересует, в первую очередь, именно этот аспект.

Проведенные исследования показали, что многие компоненты национальной культуры имеют разное значение и разные коннотации в иных культурах. Многие политические конфликты и непонимание между представителями разных культур происходят из-за недостаточной степени исследования данной проблемы. Необходимо осознать, что на фоне существования общечеловеческих ценностей у каждой культуры есть свои особенности. Избежать конфликтов и межкультурных столкновений возможно лишь при условии терпения и толерантности по отношению к иным культурам и иным системам ценностей. Говоря о мозаике национальных культур, в частности в деловом мире, мы должны понимать, что успешно работать в другой стране, не уважая ее традиции и культуру, невозможно.

Мы придерживаемся мнения, что в компаниях не существует единой, «пронизывающей» все подразделения культуры. Корпоративная культура подвержена изменениям под воздействием различных факторов, как внутренних, так и внешних. Ведь любая организация подобна живому организму, а культура внутри нее - ее «душе». Задача создания корпоративной культуры является первоочередной для каждой организации. В многонациональной команде культурные различия сотрудников могут выступить барьером и препятствовать деловому общению. Не каждый человек умеет работать с носителями других культур и, тем более, координировать культурное многообразие. И поэтому все больше компаний стремится привлечь на постоянную работу не только людей, владеющих несколькими языками, но и разбирающихся в нескольких культурах.

Правильно выбранный официальный язык компании также является одним из главных факторов успеха функционирования многонациональной компании. Сегодня все больше

компаний, в том числе с российских, выходит на международный рынок, тем самым, расширяя географию своей деятельности и международных связей.

В большинстве международных компаний официальным языком является английский, который уже давно признан деловым языком всего мира.

Допустимо сосуществование нескольких официальных языков. Но увеличение числа языков компании может привести к уменьшению продуктивности сотрудников, так как больше времени и средств уходит на перевод, изучение языков и т.д.

На основе имеющегося опыта подготовки переводчиков английского языка в сфере профессиональной коммуникации, делаем вывод, что любой текст в практике обучения должен рассматриваться не только в рамках конкретной коммуникативной ситуации; но и с учетом психологических и национальных особенностей участников коммуникации.

В процессе обучения особый акцент был сделан на изучение кодированных речевых коммуникаций. Обычно «кодированные речевые коммуникации» определяются как «речевые обороты, в которых формальное значение слов не совпадает или противоречит вкладываемому смыслу» [7].

Кодированные речевые коммуникации могут основываться на ценностях той или иной культуры. Например, английские обороты весьма учтивы, хотя, произнося их, носитель английской культуры может иметь в виду совсем другое. Так, фраза «That's a good question», в переводе звучит как «Это хороший вопрос», а может часто означать «Я не знаю, что делать». Различное толкование имеют и общепринятые жесты. Так, «указательный и большой пальцы вместе» означают «все хорошо», а «скрещенные указательный и безымянный пальцы» - «будем надеяться на лучшее».

При подготовке переводчиков необходимо относиться к языку не только как способу общения, но и выходить за рамки лингвистики, задумываться о неизбежном взаимодействии языка и культуры. При деловой коммуникации все участники процесса должны понимать наличие такого взаимодействия. И преподаватели, и студенты осознают, что в XXI веке меняется и роль переводчика. Сейчас от переводчика требуется не просто перевод с одного языка на другой — а интерпретация речи выступающего, включая культурные аспекты общения. Другими словами, переводчик, работающий в международной компании, должен владеть не только языком, но и быть профессиональным культурологом.

Лингвокультурологическая ошибка в переводе может испортить репутацию компании, отрицательно сказаться на спросе на продукцию и даже привести к разрыву отношений с иностранными партнерами. Для работы на международном уровне необходимо подготовить грамотного профессионального переводчика, разбирающегося в лингвистических, культурологических и других специальных аспектах. Учитывая многообразие переводческих амплуа, сотрудники кафедры, которые занимаются подготовкой переводчиков в сфере профессиональной коммуникации, делают акцент на формировании тех составляющих переводческой и межкультурной компетенций, которые смогут впоследствии послужить переводчику базой для профессионального совершенствования.

Следовательно, чем лучше человек владеет иностранным языком и культурой, тем легче ему общаться, а, следовательно, — принимать правильные решения. Работать эффективно возможно лишь в нормальной, здоровой корпоративной культуре. И сегодня уже никто и не пытается оспорить тот факт, что знание языка и культуры народа и страны являются большим преимуществом.

Список литературы

1. Cameron, K. S., & Quinn, R. E. Diagnosing and changing organizational culture based on the competing values framework. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley. 1999. 221.
2. Тромпенаарс Ф. и Хэмпден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте гло-бального бизнеса. Мн.: ООО «Попурри», 2004. 526 с.
3. Hall E. T., Hall M. R. Understanding cultural differences:[Germans, French and Americans]. Yarmouth, ME : Intercultural press, 1990. Vol. 9.
4. Dijoux C. Edgar Schein: Organizational Culture and Leadership // Retrieved from Thehypertextual. 2015.
5. Наумов А. И. Влияние национальной культуры на управление бизнесом // Менеджмент. 1996. №. 3. С. 70.
6. Виханский О. С., Наумов А. И. Другой менеджмент: время перемен // Российский журнал менеджмента. 2004. Т. 2. №. 3. С. 105-126.
7. Мясоедов С. П. Основы кросскультурного менеджмента: как вести бизнес с представителями других стран и культур. Москва: Дело, 2008. 254 с.

References:

1. Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (1999). Diagnosing and changing organizational culture based on the competing values framework. *Reading, Massachusetts: Addison-Wesley*. 221.
2. Trompenaars F. & Hampden-Turner C. (2004). National-cultural differences in the context of global business. Minsk: Popurri LLC, 526.
3. Hall, E. T., & Hall, M. R. (1990). Understanding cultural differences:[Germans, French and Americans] (9). *Yarmouth, ME: Intercultural press*.
4. Dijoux, C. (2015). Edgar Schein: Organizational Culture and Leadership. Retrieved from Thehypertextual.
5. Naumov, A.I. (1996). The influence of national culture on business management. *Management*, (3), 70.
6. Vikhansky, O. S., & Naumov, A. I. (2004). Other management: time for change. *Russian Journal of Management*, 2 (3), 105-126.
7. Myasoedov S. P. (2008). Basics of cross-cultural management: how to do business with representatives of other countries and cultures. Moscow: Delo, 254.

*Работа поступила
в редакцию 09.09.2018 г.*

*Принята к публикации
13.09.2018 г.*

Ссылка для цитирования:

Иванова Д. Н., Глазунова Л. С. К вопросу взаимодействия национальной и корпоративной культур: лингвистический аспект // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №10. С. 541-544. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/ivanova-d> (дата обращения 15.10.2018).

Cite as (APA):

Ivanova, D., & Glazunova, L. (2018). Interaction of national and corporate culture: linguistic aspects. *Bulletin of Science and Practice*, 4(10), 541-544. (in Russian).