|  |  |
| --- | --- |
|  | **Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  **Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  **высшего образования**  **«Московский государственный технический университет**  **имени Н.Э. Баумана**  **(национальный исследовательский университет)»**  **(МГТУ им. Н.Э. Баумана)** |

**Факультет «Информатика и системы управления»**

**Кафедра ИУ5 «Системы обработки информации и управления»**

Дисциплина «Инженерная этика»

Домашняя работа

Тема: «Какова роль национально-культурных ценностей в этике делового общения?»

Студент: Пермяков Д.К.

Группа ИУ5-73Б

Преподаватель: Попов Б.Н.

"21 октября 2024 г.

2024г.

**Оглавление**

[1) Общение культур 3](#_Toc9783)

[2) Национальный стиль делового общения 5](#_Toc9784)

[3) Особенности деловой этики на примере Запада 7](#_Toc9785)

[4) Межкультурные конфликты 8](#_Toc9786)

[5) Кросс-культурные проблемы в международном бизнесе 10](#_Toc9787)

[6) Влияние национально-культурных факторов на деловую культуру….12](#_Toc9788)

[7) Влияние религиозных факторов на деловую культуру 14](#_Toc9789)

[8) Литература 16](#_Toc9790)

# Общение культур

«Под общением культур понимается взаимодействие различных национальных культур, и взаимовлияние различных типов внутринациональных культур.

Национальные различия, связанные с пониманием личностных приоритетов, знаков уважения к собеседнику, с системой социальных оценок речевых действий партнеров по коммуникации, значительно глубже, чем мы часто себе представляем, и серьезнее влияют на результаты общения. Одним из средств гармонизации межнациональных отношений является формирование культуры межнационального общения.

Под культурой межнационального общения понимают «совокупность специальных знаний и умений, а также адекватных им поступков и действий, проявляющихся в межличностных контактах и взаимодействии представителей различных этнических общностей и позволяющих быстро и безболезненно достигать взаимопонимания и согласия в общих интересах».

Исследователь проблемы межнационального взаимодействия Р.И. Кусарбаев в качестве показателей культуры межнационального общения предлагает следующие признаки, сгруппированные по характеру их проявления:

I. Внешние признаки культуры межнационального общения:

* интерес к культуре, истории, литературе, науке другого народа;
* потребность в освоении языка, истории, литературы, культуры, науки другого народа;
* развитие отношений с людьми другой национальности.

II. Внутренние признаки культуры межнационального общения.

1. Потребностно-отношенческого характера:

- уважение к многонациональному народу России и любовь к Отечеству; - ориентация на общечеловеческие ценности, на лучшие достижения человеческой цивилизации;

- обращение к национальному достоинству и чувствам людей, воспитание всебе интернационального и гражданского сознания и чувств.

2. Этического характера:

* проявление тактичности, чуткости к человеку;
* готовность сопереживать, понимать состояние и желания людей, их намерения;
* формирование умения преодолевать конфликтные ситуации, мелкие неурядицы.

3. Деятельностно-поведенческого характера:

* положительная реакция на совместную деятельность, межнациональные браки;
* умение оценивать успехи людей другой национальности; - развитие благородного чувства национальной гордости.

4. Мировоззренческого характера:

* понимание необходимости совместной жизнедеятельности людей разной национальности;
* непримиримое отношение к проявлению шовинизма, национализма, расизма;
* ориентация на общечеловеческие, нравственные ценности, на лучшие достижения человеческой цивилизации; осознание принадлежности к мировому сообществу;
* глубокое уважение ко всем народам Земли, их этнонациональным особенностям;
* дух терпимости к религиозным чувствам людей, обеспечение мирного разрешения возникающих межконфессиональных конфликтов.

5. Интеллектуально-эмоционального характера:

* позитивное отношение к людям другой национальности на работе, в процессе учебы, в быту;
* положительное отношение и реакция на взгляды, убеждения, идеалы людей другой национальности;
* реакция на оценочные суждения и сложившиеся стереотипы о людях другой национальности.

Приведенные показатели культуры межнационального общения свидетельствуют о том, что эффективность делового общения представителей различных культур невозможна без глубокого уважения к национальному достоинству граждан своей и любой другой национальности, без знания особенностей и различий своей и другой культуры, без осознанной потребности в развитии отношений с людьми другой национальности.» [[https://clck.ru/36cNsn](https://clck.ru/36cNsn), с.83-85]

# Национальный стиль делового общения

«В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи делового общения и деловой этики. Национальные особенности имеют значение в переговорном процессе, а степень их значимости различна в каждом конкретном случае.

Шведский исследователь К. Йонссон отмечает, что обычно при значительном совпадении интересов сторон, то есть при сотрудничестве, национальные различия не замечаются, но стоит возникнуть конфликту, как они начинают играть важную роль. Национальные особенности влияют на деловые отношения не только при конфликте сторон.

Пример из практики одной из западноевропейских фармацевтических компаний иллюстрирует влияние культурных различий на бизнес. Компания решила поставить партию нового болеутоляющего препарата в арабские страны. Препарат хорошо раскупался на европейском континенте, что позволяло компании рассчитывать на успех.

Для рекламы в Европе использовались три картинки: на первой была изображена женщина, кричащая от боли, на второй – она же принимала лекарство, на третьей – после приема препарата боль прошла, и женщина изображалась в расслабленном, спокойном состоянии. Рекламу, которая не требовала пояснений, решили оставить. Через некоторое время обнаружили, что препарат вообще не покупается в арабских странах. Оказалось, что без учета культурной специфики смысл рекламы оказался прямо

противоположным: женщина принимает предлагаемое лекарство, после чего кричит от боли.

Итак, участники международного общения придерживаются единых норм и правил, тем не менее, национальные и культурные особенности могут оказаться весьма значимыми при деловых отношениях.

Во-первых, под национальными стилями, как правило, понимаются стили, типичные скорее для тех или иных стран, а не определенных национальностей. Так, китаец, живущий в США и ведущий переговоры от американской компании, в определенной мере может сохранить черты, присущие китайскому национальному характеру, и это будет влиять на его поведение на переговорах. Однако в целом его стиль ведения переговоров будет скорее американским, поскольку на формирование переговорного стиля в большей степени оказывают те условия, в которых человек работает и то, от имени какой страны он ведет переговоры.

Во-вторых, необходимо учитывать, что практически невозможно «абсолютно объективно описать» национальный стиль делового общения. Всегда работают устоявшиеся стереотипы национальных черт тех или иных народов.

В-третьих, национальный стиль – это наиболее распространенные, наиболее вероятные особенности мышления, восприятия поведения. Они не будут обязательными чертами, характерными для всех представителей описываемой страны, а только типичными для них. Знание национальных особенностей может служить своеобразным путеводителем, ориентиром возможного поведения партнера.» [<https://clck.ru/36ZK6G>, с.136-137]

# Особенности деловой этики на примере Запада

«Отличительными особенностями деловой этики Запада являются рациональность и индивидуализм. Деловые отношения строятся между партнерами, не связанными отношениями подчинения, на основе принятых нравственных норм и принципов.

Целью деловой активности на Западе является прибыль и успех. Вместе с тем, рациональной деловой культуре свойственно отдавать предпочтение долгосрочным стратегическим целям перед быстрыми и прибыльными, но не имеющими перспектив операциями. Западная деловая культура в целях развития дела основывается на стратегии постоянных изменений, которая осуществляется на основе профессионально разрабатываемых программ.

Для западной деловой этики характерен высокий профессионализм работников, который дает им возможность квалифицированно решать возникающие проблемы. В современных условиях большое значение имеет сбор разнообразной информации (о состояниях рынков, тенденциях их развития, перспективах экономического развития в целом, планах и действиях конкурентов и т.д.). Однако нормой западной деловой этики является соблюдение права собственности на интеллектуальную продукцию и информацию.

Ориентация на прибыль в деловой культуре Запада порождает высокую степень риска. Западная деловая этика основывается на личной инициативе принципах индивидуализма, индивидуальной свободы и ответственности.

Удачное деловое решение всегда основывается на интуиции, т.е. своего рода вдохновении. Поэтому при всем рационализме Запада деловое решение в своей новаторской сути сродни искусству. В основе выдающегося западного предприятия лежит, помимо скрупулезного расчета и четкой организации, интуиция, способность видеть новое и идти на риск ради достижения цели. На эту особенность деловой деятельности особое внимание обращал известный западный ученый Й.Шумпетер, видевший в деловой этике прежде всего новаторство, а в деловой деятельности «способность производить новые комбинации», т.е. видеть новые методы производства, рынки, источники сырья, вводить новые товары, создавать новые организации. Только такая деятельность способна обеспечить развитие экономики.

Один из отцов современной индустрии и научной организации дела Г.Форд (основатель массового автомобилестроения), отмечал, что успех современного бизнеса зависит не только от «гения» отдельного предпринимателя, но и от «системы», устоявшихся структур, интуиции и профессионализма менеджеров.» [<https://clck.ru/36ZHdk>, с.28-29]

# Межкультурные конфликты

«Основной причиной межкультурных конфликтов являются культурные (аксиологические, нормативные, поведенческие, религиозные и пр.) различия. Следует сразу оговориться, что, например, межэтнический конфликт на почве различных взглядов на общую историю (например, русские и поляки) или по поводу территориального спора (например, израильтяне и палестинцы) не является в строгом смысле межкультурным, поскольку в его основе лежат не культурные установки этих народов, а иные обстоятельства. Однако необходимо понимать, что если соответствующие конфликтогенные факторы длительное время не снимаются, их наличие начинает участвовать в формировании групповой идентичности соответствующих народов, становится фактором уже собственно аксиологическим, культурным (так, в польском национальном сознании историческая память о трех разделах Польши играет важную структурирующую роль в формировании культурной идентичности молодого поколения; точно так же взаимные претензии израильтян и палестинцев уже стали частью их культурной идентичности: эти два народа давно мыслят себя как нации, находящиеся в состоянии постоянной войны с соседом, что самым непосредственным образом сказывается на всей системе социального и культурного устройства общества).

Поскольку человек всегда является носителем некоторых культурных норм, а эти нормы проявляются в его поведении автоматически, неосознанно, обычно он может стать субъектом межкультурного конфликта в результате случайного инцидента, при этом объектом в таком конфликте, как правило, становится лицо или вещь, обладающие разным статусом в данных культурах, из-за чего у представителей этих культур формируется разное отношение к данному объекту. Однако такая модель конфликта была бы сильным упрощением. В действительности и виды, и причины межкультурных конфликтов гораздо разнообразнее.

В культурной антропологии выделяют несколько видов межкультурных конфликтов:

* конфликты между различными этническими группами и их культурами (армянами и азербайджанцами, грузинами и осетинами, израильтянами и палестинцами и т. д.);
* конфликты между религиозными группами, представителями различных религий (между католиками и протестантами в Северной Ирландии, между православными и униатами на Западной Украине, суннитами и шиитами в исламе);
* конфликты между поколениями и носителями разных субкультур;
* конфликты между традициями и новациями в культуре;
* конфликты между различными лингвокультурными сообществами и их отдельными представителями, возникающие вследствие языковых барьеров и интерпретативных ошибок.

Таким образом, диапазон причин возникновения межкультурных конфликтов очень широк: в основе межкультурного конфликта могут лежать не только и не столько недостаточное знание языка и связанное с этим простое непонимание партнера по коммуникации, но и более глубокие причины, которые сами участники нередко даже не осознают. В то же время нужно понимать, что конфликты не стоит рассматривать только как негативную, деструктивную сторону межкультурной коммуникации. Согласно взглядам американского социолога Льюиса Козера, получившим широкое распространение в конфликтологии, конфликты — неизбежная часть повседневной жизни, и они не обязательно должны носить деструктивный характер. Часто именно через конфликт происходит установление нормативного согласия между представителями разных культур. С этой точки зрения конфликт является первой и неизбежной фазой осознания культурных различий, без которой невозможна гармонизация отношений между представителями разных культур.» [[https://clck.ru/36cTUq](https://clck.ru/36cTUq), с.111-113]

# Кросс-культурные проблемы в международном бизнесе

«Культурные различия играют в организациях очень важную роль и оказывают воздействие на эффективность международной деятельности. Отсюда и возникают кросс-культурные проблемы в международном бизнесе - противоречия при работе в новых социальных и культурных условиях, обусловленные различиями в стереотипах мышления между отдельными группами людей. Формирование человеческого мышления происходит под воздействием знаний, веры, искусства, морали, законов, обычаев и привычек, приобретенных обществом в процессе своего развития. Почувствовать эти различия можно, только слившись с новым обществом - носителем отличной культуры.

В настоящее время в мире наблюдается тенденция увеличения взаимодействия между людьми совершенно разных убеждений, верований, имеющими разные ценности. Все больше контактов устанавливается между представителями разных культур. Одновременно с этим на почве культурных различий возникают недоразумения и конфликты.

Строя тактику переговоров с иностранными партнерами, следует учитывать национальные особенности собеседников, их психологию, привычки, обычаи, увлечения. Эти знания помогут быстрее найти с ними общий язык. Умение общаться с деловым партнером, понимание психологии другого человека, интересов другой организации можно считать одними из определяющих факторов в процессе ведения переговоров.

Переговоры осуществляются преимущественно в устной форме. Это требует от участников общения не только грамотности, но и следования этике речевого общения. Кроме того, значительную роль играет то, какими жестами, мимикой мы сопровождаем речь. Эти тонкости делового общения важны при ведении переговорных процессов с иностранными партнерами, представляющими иные культуры и религии. Самое главное — это умение слушать собеседника, постоянно проявлять к нему внимание и поощрять его, т.е. отмечать положительные качества, помогать самоутверждению партнера по переговорам.

Проблема общения сотрудников международных организаций обостряется не столько недостатками языковой подготовки, сколько малым объемом знаний нравов, обычаев, традиций, пронизывающих профессиональную деятельность многонационального коллектива.

Конечно же, сотрудники внешнеторговых компаний владеют языками делового общения, но также очень важны механизмы влияния на профессиональное взаимодействие национально-психологических особенностей.

Приведем пример. В свое время, газета «Вечерняя Москва» опубликовала результаты опроса 5000 бизнесменов из девяти стран мира. «Как правило, - отмечается в статье, - бизнесмены в ходе деловых поездок не изменяют своим привычкам. Французы продолжают игнорировать правила безопасности. Немцы послушно исполняют все, что им говорят. Англичане остаются и в другой стране столь же внимательными к своей одежде, как и дома. Итальянцы боятся потерять свои вещи. Американцев не интересует ничто, кроме работы. Предпринимателям из Сингапура нравится ходить в местные рестораны. Австралийцам нравится посещать места для «особых персон». Японцы проводят время за своими компьютерами. Партнеры из Гонконга используют каждую свободную минуту для сна».

На первый взгляд, в оценках такого рода присутствует элемент иронии. Но, тем не менее, данная информация побуждает к размышлениям. В какой мере и за счет чего все это своеобразие национального колорита вписывается в практику длительной совместной профессиональной деятельности, характерной для подразделений внешнеэкономических организаций? Опять же возникают проблемы психологической технологии регулирования межнациональных контактов и связей.

Наиболее трудной остается проблема признания права других наций и национальностей на самостоятельность суждений, поступков, действий, чемто отличных от национальных позиций «своей» стороны. В этом процессе есть весьма важная психологическая тонкость. Стороны действуют в рамках международных норм делового общения. Но как только дело доходит до самосознания проблемы - все меняется. Опытные специалисты считают, что разрешение противоречия становится еще более сложным, когда речь заходит о торгово-экономических контактах с представителями малого и среднего бизнеса. Причина тому - глубокая приверженность к образу поведения, сложившемуся в недрах многовековой истории нации и государства.

Обычно деловые контакты в такой обстановке сопровождаются внутриличностными конфликтами: «Да, я знаю, что собою представляют межнациональные нормы делового общения. Тем не менее, я глубоко убежден, что «наши нормы» наиболее приемлемы и понятны другим. Именно поэтому я и следую «своим нормам». А торговый партнер должен это знать, соглашаться, признавать и мириться с этим!». Но ведь и другая сторона рассуждает подобным образом!» [<https://clck.ru/36ZKb9>, с.116-117]

# Влияние национально-культурных факторов на деловую культуру

«Большой проблемой, на сегодняшний день, является недопонимание между Западной и Восточной деловыми культурами. Россия стоит между этими двумя огромными пластами. Например, западные бизнесмены, при общении думают в основном о себе. Им важно донести свою точку зрения до собеседника, а иногда даже навязать ее. Такая тенденция наблюдается и в России. В Японии бизнесмен всегда подчеркивает, что ему хочется узнать вашу точку зрения. Что же касается Китая, то они уважают чужие культуры и их достижения, но не считают их равными своей культуре и достижениям, во всем стремятся доминировать. Собственные приоритеты и ценности китайцы ставят гораздо выше чужих, и редко слушают мнение других людей, делают все по-своему.

То, как люди убеждают других и какие аргументы приводят, на прямую зависит от национальных религиозных, философских, образовательных традиций. Западный руководитель выстраивает цепочку четких доводов и аргументов, интересуется мнением коллег и служащих. В Японии принят коллективный порядок принятия решений, все люди разделяют ответственность за результат и чувствуют свою сопричастность. В Китае руководитель — главное лицо и принимает решения самостоятельно, в дальнейшем отдает распоряжения сотрудникам, которые должны беспрекословно их исполнять. В России царит самодержавие: я — начальник, как сказал, так и будет.

В Западной культуре четко выражен индивидуализм. Там царит утверждение: «каждый получает по способностям». Для западного бизнесмена важно повысить свой материальный и социальный статусы. Поэтому в западных компаниях кипят страсти, ведь там есть всегда лидеры, которые быстро поднимаются по карьерной лестнице и аутсайдеры, которые считают, что их недооценивают. В западной культуре существует принцип:

каждый должен добиться успеха, и победитель получает все!

В России каждый привык тянуть одеяло на себя.

В Японии превалирует коллективизм. Здесь не встретишь кричащего различия между богатыми и бедными, интеллектуалами и простыми людьми, здесь нет острых социальных конфликтов. У японцев существует четкое понимание того, что все они — члены одного сообщества, поэтому никого нельзя обижать.» [[https://clck.ru/36ZL7D](https://clck.ru/36ZL7D), с.571-572]

# Влияние религиозных факторов на деловую культуру

«Религия сыграла большую роль в становлении деловой культуры. Протестантизм требовал рациональной власти над миром, что было невозможно без преобразования себя и мира. Конфуцианский рационализм отстаивал давно сложившийся образ справедливости, который следовало поддерживать. И даже сейчас, прежде чем приступить к переговорам, китайцы все основные вопросы предварительно решают через посредников. Ведь в таком случае не они, а посредник несет ответственность за надежность компании.

Говоря о такой восточной религии, как Конфуцианство, важно отметить, что данная религия учит тому, что человек должен во всем придерживаться середины. Данное правило следует соблюдать по отношению к другим людям, «стараясь не причинять другим того, чего себе не желаешь. Справедливость и честность, верность себе и своему слову, искренность как основа мирных и добрых отношений в общественной жизни и средство к устранению недоразумений, послушание и почтительность к старшим, кротость, терпение и вежливость ко всем без исключения непосредственно связаны с серединой, или гармонией».

Конфуцианство направляло людей на добросовестное отношение к делу. «Трезвые китайские головы» с древних времен считали очень важными вопросами развитие производства, бережливое расходование средств и устранение злоупотреблений в управлении. Для восточной традиции, например, характерны такие ценности, как единство общества и человека, семья и уважение к родителям и старшим, самосовершенствование личности, гармония в межличностных отношениях, скромность. Эти признаки сохраняются и в деловой культуре, и в деловом языке. Часто это проявляется в излишнем аскетизме языка и интерпретируется, как недоверие ко всем представителям иных деловых культур.

Отношение протестанта к труду, к бизнесу во многом предопределила идея профессионального призвания, исходя из которой богатство морально оправдывается. Протестантские догмы осуждают желание быть бедным. Протестантизм способствовал распространению духа предпринимательства, рационализма, прагматизма, заострял внимание на качестве труда. Американцы привыкли воспринимать каждую фразу дословно. Ирония, скрытый смысл или языковые изыски сбивают их с толку.

В Православии, равно как и в Христианстве, труд (дело) становится своего рода деятельной молитвой и только тогда приобретает смысл, ведь он становится средством совершенствования, одухотворенности мира и человека. В данной религии обогащение подвергается осуждению. Христианское отношение к труду С.Н. Булгаков выразил так: «… поскольку христианство велит каждому блюсти в себе свободу от хозяйства, не дозволяя свободе до конца овладевать сердцем, повелевая оставаться духовно свободным от хозяйства при всяком хозяйственном строе, на столько же решительно оно никому не позволяет освобождать себя от труда под тем или иным предлогом». Это доказывают пословицы: «работа не волк, в лес не убежит», «от работы кони дохнут».» [[https://clck.ru/36ZL7D](https://clck.ru/36ZL7D), с.572]

# Литература

1. Яковлева Н.Ф. «Деловое общение» <https://clck.ru/36cNsn>
2. Морозов А.В. «Деловая психология» <https://clck.ru/36ZK6G>
3. Беспалова Ю.М. «Деловая этика, профессиональная культура и этикет» <https://clck.ru/36ZHdk>
4. Гузикова М.О., Фофанова П.Ю. «Основы теории межкультурной коммуникации» <https://clck.ru/36cTUq>
5. Севастьянова К.Д. «Кросс-культурные проблемы в международном бизнесе» <https://clck.ru/36ZKb9>
6. Михельсон С.В. «Влияние культурных и национальных факторов на деловую культуру и коммуникацию» <https://clck.ru/36ZL7D>