

И.Ю. Гуляева

ГРАНИЦЫ ПРИВАТНОГО И ПУБЛИЧНОГО В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (ВСТРЕЧА ГОЛЛАНДСКОЙ И РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУР В РАМКАХ ОРГАНИЗАЦИИ)

В статье обсуждается проблема неформальных межличностных коммуникаций представителей голландской и российской культур на голландских или совместных предприятиях Санкт-Петербурга. В центре внимания — межкультурный характер деловой коммуникации и, прежде всего, место частного (частного) и публичного в структуре межкультурной коммуникации. Основываясь на результатах своего эмпирического исследования, автор выявляет различия в определении частной информации (о себе) и публичной, т. е. той, которую можно свободно обнародовать, существующие в голландской и российской культурах. Приватное и публичное анализируется через призму нескольких теоретических подходов, основным из которых является драматургический подход И. Гофмана, который, с одной стороны, позволяет понять специфику коммуникативной ситуации на микросоциологическом уровне, а с другой — отражает существующую динамику.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, коммуникация в организации, драматургический подход, публичное-приватное, доверие.

Keywords: intercultural communication, communication in organization, dramaturgical analysis, public-private, trust.

В последнее десятилетие наблюдается значительный рост совместных голландско-российских предприятий, голландских компаний и представительств голландских транснациональных корпораций в Санкт-Петербурге. По данным администрации Санкт-Петербурга за 2004 г.*, в Санкт-Петербурге успешно работало более 40 голландских и совместных российско-голландских предприятий. И сегодня их число растет,

* <http://www.gov.spb.ru/today?newsid=1701>.

несмотря на мировой экономический кризис, начавшийся в 2008 г. По данным Генерального консульства Королевства Нидерландов на февраль 2010 г., на территории Санкт-Петербурга работает уже около 60 голландских предприятий в различных отраслях экономики. Голландские предприятия активно привлекают к работе российских специалистов.

Возникает совершенно новая для работников таких фирм ситуация встречи голландской и российской культур. Межкультурная коммуникация на этих предприятиях становится одним из важных факторов стабилизации и укрепления социально-психологического климата, сплоченности, смягчения разногласий и трудностей, расширения репертуара коллективных действий в решении разнообразных задач организации. Контакты представителей данных культур многообразны: производственные, служебные, деловые, межгрупповые, межличностные. Особое место в этих коммуникациях занимает соотношение частной (частной) и публичной сторон. Наблюдения показали, что роль частного и публичного в деятельности предприятий с голландским участием, как правило, не выделяется и недооценивается, поскольку оба компонента «естественно» вписываются в реальный процесс жизни организации. Между тем уже на межличностном и групповом уровнях оба элемента — частное и публичное — выступают не только социокультурным фоном, но и особым социальным и культурным фактором, дифференцирующим работников в разных служебных позициях и коммуникацию между ними.

В изучении проблемы межкультурной коммуникации в организации одним из важнейших понятий является понятие сцены. Сцена — место в пространстве, где происходит действие, в том числе и коммуникативное. У Ж. Бодрийяра сцена внутреннего, частного противопоставляется публичному (Бодрийяр 1983), у Гофмана понятия сцены нет, но его вполне можно представить как место публичного действия, противопоставляемое закулисы, где исполнитель или группа исполнителей могут обсудить уже сыгранное представление, подготовить новое и высказать свое отношение к аудитории, не рискуя быть услышанными (Гофман 2000).

Несмотря на общую тенденцию обесценивания — размывания границ между публичной сценой и частным пространством, вследствие чего «одно — уже более не спектакль, другое — уже более не тайна», упомянутую Ж. Бодрийяром в его «Экстазе коммуникации» (Бодрийяр 1983: 127, 131), можно утверждать, что, тем не менее, коммуникация в организации носит сценический характер, и, следовательно, границы частного (частного) в коммуникации в организации не исчезают. Когда мы говорим о межкультурной коммуникации, понимание того, что

именно относится к частному, варьируются от культуры к культуре, делая актуальным их определение.

В настоящей статье обсуждается проблема неформальных межличностных коммуникаций представителей голландской и российской культур на голландских или совместных предприятиях Санкт-Петербурга. В центре внимания межкультурный характер деловой коммуникации и, прежде всего, место частного (частного) и публичного в структуре межкультурной коммуникации.

Межличностная коммуникация в организации достаточно хорошо освещена как в отечественной, так и в зарубежной литературе (Дырин 2006; Аксеновская 1997; Гибсон 2000; Лэйхифф, Пенроуз 2001 и др.). В кросскультурных исследованиях межличностных коммуникаций в организации анализируются критерии выделения культур, национальные стили в менеджменте, национальные особенности в деловой коммуникации, специфика менеджмента в многонациональных корпорациях: см. работы Г. Хофстеде (Hofstede 1999; Хофстеде 2002: 313), Ф. Тромпенаарса (Тромпенаарс, Хампден-Тернер 2004), У. Оучи (Оучи 1984), С. Мясоедова (Мясоедов 2006), Н. Холдена (Холден 2005). Тем не менее, в этих исследованиях практически не затрагивается аспект публичного и частного (частного).

Соотношение публичного и частного в несколько иных плоскостях преимущественно получило развитие в работах, посвященных политике и общественному мнению: в работах Т.А. Алексеевой (http://www.politstudies.ru/vm/vm2/vm2_tez_4.htm), Е.С. Алексеенковой (Алексеенкова, Сергеев 2008); Дж. Дьюи (Dewey 1927), Ю. Хабермаса (Habermas 1989), Х. Арндт (Arendt 1995) и др., а также потреблению (напр., Бодрийяр 1983), однако эти работы, в свою очередь, не затрагивают специфики межкультурной коммуникации.

В перспективе социологического анализа отметим работы Е.Ю. Мещеркиной и Е.В. Ходус (Мещеркина 2002; Ходус 2008) об изменении границ публичного и частного пространств в современных России и Украине под влиянием западных тенденций. И хотя в данных работах различия в российском/украинском и западном понимании границ публичного и частного пространств лишь упоминаются, Е.В. Ходус указывает на перспективу раскрытия содержания феномена приватности в конкретном социокультурном пространстве как один из возможных аспектов исследовательского интереса к данной тематике.

Большое значение для исследования представляют работы, посвященные проблеме социального капитала (Коулман 2001; Патнэм 1995; Бурдье 2006; Радаев 2002; Епачинцев 2005а, 2005б и др.), социального капитала как фактора управления (Базалева 2002), феномена доверия

в его влияния на формирование социального капитала (Фукуяма 2004; Козырева 2009 и др.).

Вслед за Дж. Александером мы принимаем идею культурной автономии и тот факт, что в первую очередь именно культура опосредует взаимодействие, и определяем культуру как «упорядоченный набор осмысленно понимаемых символических образцов» (Alexander 1992: 295). Под межкультурной коммуникацией в настоящей статье понимается сложный многогранный процесс взаимодействия представителей двух и более культур, носителей различных норм и ценностей, «разных образцов мышления, поведения, мироощущения и мировосприятия, различных обыденных жизненных практик, разделяемых и детерминированных социальным окружением индивидов» (Hofstede 1999). Если же говорить о межкультурной коммуникации в организации, то она занимает одно из ведущих мест в комплексе внутри- и внефирменных взаимодействий, оказывая непосредственное влияние на производительность, эффективность, привлекательность, доверие, перспективность, конкурентоспособность и успешность данных фирм.

Межличностная межкультурная коммуникация в организации может быть охарактеризована как двухкомпонентная, т. е. заключающая в себе как формальную, так и неформальную составляющие. Формальная коммуникация происходит по предмету деятельности компании и уже изначально имеет заданные рамки, выработанные организационной культурой предприятия, в значительной степени отражающей ценности и нормы той культуры, в которой она была создана. К неформальным межличностным коммуникациям мы относим весь спектр неформальных коммуникаций между коллегами, как в рабочее время, так и за пределами компании, например, на совместных ужинах, занятиях спортом и др. Именно неформальная коммуникация позволяет индивиду эффективно поддерживать существующий образ себя, дополнять или изменять его в соответствии со своими представлениями о желаемой реакции аудитории. Во время неформальной коммуникации появляется возможность сказать чуть больше. И здесь границы дозволенного в коммуникации определяются как совокупностью личностных качеств участников, так и культурной составляющей, которая играет важнейшую роль в эффективной межкультурной коммуникации.

Таким образом, в комплексе неформальных межличностных коммуникаций мы выделяем публичную межличностную коммуникацию и приватную (частную) межличностную коммуникацию.

Наиболее сложные вопросы в неформальной межкультурной коммуникации в организации состоят в следующем: а) что представляет собой частная информация (о себе); б) в чем ее отличие от публичной,

т. е. той, которую можно свободно обозначить; в) где пролегает граница между ними; г) в чем разница в определении этих границ в голландской и российской культурах; д) какие факторы, помимо культурной составляющей, могут быть задействованы в определении этих границ?

Размышляя о соотношении публичного и частного в политической сфере, Дж. Дьюи за основу своих рассуждений брал тот факт, «что действия людей имеют последствия для других, что некоторые из этих последствий замечаются, и эта перцепция приводит к соответствующим усилиям контролировать действия с тем, чтобы гарантировать одни последствия, и избежать других» (Цит. по: Алексеева http://www.politstudies.ru/vm/vm2/vm2_tez_4.htm). Это утверждение справедливо и для данного исследования. Представление себя личностью не может существовать без аудитории, оно рассчитано на нее, затрагивает ее интересы, социализируется (Гофман 2000). Действующее лицо, исполняя роль, рассчитывает на определенную реакцию зрителей. Когда актер и аудитория являются носителями различных культур, различных габитусов и различного жизненного опыта, их ожидания могут не оправдаться, поскольку в своих представлениях они исходят из образцов и норм своей культуры, точнее, своего индивидуального или группового опыта, иногда весьма оторванного от общепринятых норм и ценностей. Динамика задается тем, что активные и пассивные роли (актера и аудитории) постоянно меняются.

Во взаимодействиях актера и аудитории огромную роль играет частный опыт каждого (оформляется как частная информация), благодаря которому индивидуализируется межкультурная коммуникация. К частной сфере российские исследователи относят: частную жизнь, а именно «отношения супругов/партнеров, домашнюю экономику и социальную коммуникацию, основанную на неформальных связях» (Мещеркина 2002); «Частное — это дом и семья, а также все то, что скрыто от посторонних, принадлежит частному лицу. Частная жизнь — это часть жизни семейной и вся внутренняя жизнь человека, а также сфера межличностных отношений» (Пушкарева 2002).

Таким образом, частная (частная) информация может быть охарактеризована как:

— информация, касающаяся внутренней жизни индивида во всех ее проявлениях (оценочная и эмоционально нагруженная информация индивида о своих планах, мечтах, чаяниях; информация, содержащая истинные чувства, переживания и интерес индивида на момент общения и др.);

— информация, касающаяся сферы межличностных отношений;

— информация, относящаяся к домашней экономике;

— информация, затрагивающая тематику, табуированную культурной принадлежностью индивида;

— информация, способная вызвать чувство дискомфорта у говорящего или того, кому адресовано сообщение.

Публичную сферу Ю. Хабермас определяет как «ту область социальной жизни, в которой может сформироваться общественное мнение» (Цит. по: Алексеева http://www.politstudies.ru/vm/vm2/vm2_tez_4.htm).

К публичной можно отнести следующие виды информации:

1. Биографические сведения об индивиде на уровне данных резюме:

а) ФИО; б) образование; в) статус, если он определен (женат/ замужем) или его обнародование способствует поддержанию образа индивида; г) работа, в том числе проекты, страны, в которых приходилось работать, некоторые интересные особенности культуры и повседневной жизни местного населения (причем зачастую эти сведения подаются автором с позитивной эмоциональной окраской с целью либо сокрытия истинной ситуации, либо для получения общественного одобрения, а суждения носят довольно сдержанный характер); д) хобби, если его обнародование способствует поддержанию образа индивида.

Акценты, выставляемые в обсуждаемых темах, носят характер ярко выраженной идеализации и мистификации индивидом своей личности и осуществляемой деятельности с целью формирования положительного мнения о себе.

2. Светское общение, которое, по Г. Зиммелю, представляет собой скорее игру с заранее заданными правилами, нежели действительное общение на интересующие собеседников темы (Зиммель 1996). Темы выбираются нейтральные и затрагиваются поверхностно. К ним можно отнести рассуждения и высказывания о погоде, местах проведения досуга, отпуска, мнение о России, культурных и языковых сходствах и различиях.

Следует также отметить тот факт, что информация в данном случае подается дифференцированно, в зависимости от позиции, которую занимает собеседник в ранге групп. В рамках организации участники коммуникации обычно делятся на две группы: «коллеги-друзья», когда деловые отношения дополняются дружескими, и «коллеги-чужаки», когда деловые отношения отстраненные и/или с чувством неприязни.

Подобное деление вызвано тем, что коммуникация в организации изначально имеет осмысленный характер. Приходя в организацию, индивид заранее планирует свое поведение, и, взаимодействуя с каждым из коллег, оценивает степень допустимой откровенности, учитывая вероятность использования полученной информации против него. Коммуникация в организации практически полностью исключает спонтан-

ную откровенность, в определенных случаях возможную с посторонним человеком при разовом контакте; более того, вся произнесенная в стенах организации информация может быть услышана кем-либо, чего индивид не может не учитывать. Все вышеупомянутые условия и обеспечивают осознанность коммуникации в организации.

Степень частной информации, передаваемой каждой из групп («коллеги-друзья» и «коллеги-чужаки»), как уже отмечалось, определяется синтезом личностного понимания, имеющего в основе габитус индивида, его жизненный опыт, в том числе работы в российских и западных компаниях, в других странах и на других проектах, опыт социального окружения индивида, культурную составляющую, а также корпоративную культуру компании и принятые в ней нормы осуществления горизонтальных и вертикальных взаимоотношений. Все эти компоненты оказывают комплексное влияние на характер выстраивания голландско-российской коммуникации на голландских предприятиях в Санкт-Петербурге.

Результаты исследования, проведенного в восьми голландских компаниях Санкт-Петербурга (что, по данным Генерального консульства Королевства Нидерландов на февраль 2010 г., составляет более 13 % от общего числа голландских компаний в Санкт-Петербурге), работающих в разных отраслях: «Heineken», «Boskalis», «Красная шапка» («Saint-Petersburg in your Pocket»), «AAA Movers», «Lizatec», «GDC» («Gorelovo Data Centr»), «Petro Fish», «Petro Frigo», выявили наличие сложностей, а точнее, различий в определении границ частной информации со стороны представителей голландской и российской культур.

В голландской и российской культурах в значительной степени различается характер самопрезентации индивида при устройстве на работу. В голландской культуре презентация себя как личности наряду с освещением своих профессиональных навыков является нормой, в то время как в российской культуре при устройстве на работу актер представляет себя прежде всего как работника, уделяя внимание своему образованию и предыдущей деятельности. Голландские работодатели в России предъявляют к потенциальным работникам привычные для своей культуры требования; но, как показывает практика, российский кандидат оказывается совершенно не готовым к просьбе охарактеризовать себя как личность: *«Когда я проводила собеседование с людьми, первый вопрос, который я задавала, это: расскажите мне, кто вы? ... что вы за человек?.. Большинство людей все равно начинали мне говорить: “Я работал три года там-то...”, они просто не привыкли к тому, чтобы потенциальный работодатель проявлял интерес к их личности».* (И. 24). В российской культуре информация о себе как о личности относится в большей степени

к приватной сфере, поэтому подобные вопросы зачастую сбивают российских кандидатов с толку. Что касается причин подобного интереса со стороны голландских работодателей, то они являются довольно простыми: с одной стороны, насколько именно данный тип личности, темперамента может быть полезен компании, с другой, насколько компания позволит этому человеку развиваться.

При первичных контактах голландские коллеги кажутся российским довольно открытыми. В общении голландцы затрагивают значительно более широкий спектр светских тем, а также своих биографических данных. Последнее особенно отличается от модели первичных контактов, принятой в российской культуре: *«Ну, вот российский человек, он никогда не будет себя характеризовать с какой-то личной стороны, пока ты его не спросишь. А вот N, например, он на всех там презентациях, он начинает с того, сколько ему лет, сколько у него детей там, когда он себя представляет. То же самое и другие.... То есть наш человек, он не будет, входя в комнату, говорить, что я разведен, у меня трое детей или что-либо подобное».* (И. 8).

Сами голландцы относят свою открытость к национальной черте: *«Голландцы довольно легкие собеседники. Может быть, они в действительности не скажут ничего, но у тебя будет чувство, что разговор довольно открытый».* (И. 35); *«Это очень по-голландски, что люди склонны к менее формальному общению уже при первой встрече».* (И. 28).

Однако здесь также могут быть задействованы два различных механизма. С одной стороны, исполнитель, в данном случае голландец, учитывает возможность аудитории почерпнуть недостающую информацию посредством дополнительных источников, которыми в организации могут выступать общие знакомые или система слухов, а также отдел персонала (возможно, неформальные связи в отделе персонала). Лично подавая достаточную информацию о себе и придавая ей определенную эмоциональную окраску, исполнитель ограждает себя от того, что эта информация может быть искажена или неверно истолкована. Опыт работы в других странах, а также временные ограничения реализации проекта или участия в нем способствуют тому, что голландцы стараются максимально быстро наладить контакт с местными сотрудниками, а также для удобства совместной работы построить максимально доверительные отношения, стараясь снизить существующую дистанцию между руководителем и подчиненным до привычного им уровня или максимально возможно к нему приближенного.

С другой стороны, имеет место психологический аспект, желание обладать некоторым знанием о тех, с кем проводишь большую часть времени: *«...это очень странно, если ты проводишь с людьми больше вре-*

мени, нежели со своими друзьями, и ничего о них не знаешь, например, есть ли у них братья или сестры, женаты они/ замужем они или нет». (И. 16).

По сути, некоторая открытость в подаче такого рода информации экономит время на ее поиске посредством различных каналов и позволяет работать эффективнее, т. к. более теплые отношения между коллегами, с одной стороны, дают возможность быстрее решать рабочие ситуации, в то время как отстраненные отношения и отношения неприязни зачастую могут причинять неудобство, увеличивать временные и энергетические затраты. С другой стороны, создание дружественных отношений с коллегами / подчиненными позволяет больше вовлекать их в работу и частично решает вопрос отсутствия инициативы и самостоятельности у российских сотрудников: «Тяжело перейти к более близким отношениям со своими сотрудниками.... Когда тебе удалось перейти на близкий уровень, люди более внимательно относятся [к работе]». (И. 32). При этом подаваемая голландскими коллегами информация о себе может быть совершенно лишена детальных и экспрессивных, эмоционально окрашенных суждений и представлять собой скорее произнесенное вслух резюме, чем неожиданную для окружающих «исповедь» о себе и своей жизни.

Таким образом, непривычная для российских сотрудников «откровенность с порога» со стороны голландских коллег является не чем иным, как желанием создать комфортные для работы человеческие отношения, настроенные на максимальную эффективность деятельности, а также результатом временных ограничений действия проекта или выполнения определенных работ.

В свою очередь, русские при первичных контактах представляются голландцам в значительной степени закрытыми: «...здесь [люди] гораздо чаще держат дистанцию и предпочитают оставаться более формальными друг с другом...». (И. 28). Они довольно открыты для светских бесед, но редко затрагивают свою биографию и вопросы личного плана. Российские сотрудники раскрываются постепенно. По прошествии некоторого времени первичный формальный барьер может исчезнуть, и между коллегами из различных культур могут установиться достаточно доверительные отношения: «...как только ты сможешь сблизиться с кем-то... тебя познакомят со всеми, со всеми друзьями, семьей, ты поедешь на дачу. Первый порог очень высокий, но как только ты перешагнешь через него, Россия открыта». (И. 32).

И российские, и голландские сотрудники старших поколений в меньшей степени склонны к завязыванию дружеских отношений на работе. Для старшего поколения российских сотрудников причины

можно искать в советском прошлом, а также, возможно, в не очень удачном предыдущем опыте работы индивида или кого-то из его окружения: *«Прежде, чем что-то сказать, я думаю, сказать или не сказать.... А с некоторыми коллегами, да и вообще на работе, надо просчитывать, что ты говоришь и какие могут быть последствия».* (И. 31); *«... я обучена не только в этой, но и в других компаниях, не посвящать никого ни в какие свои проблемы... я стараюсь только по делу или на такие нейтральные темы... как с соседом в маршрутке я разговариваю».* (И. 20).

Впрочем, наличие негативного опыта общения может быть справедливым и для молодого поколения российских сотрудников наряду, возможно, с отсутствием примеров иных взаимоотношений. Тем не менее, молодое поколение российских сотрудников в большей степени склонно к более открытой (откровенной) коммуникации со своими коллегами, в том числе и с иностранными: *«Когда я работал в одной [русской] компании... были постоянные разногласия; ...здесь [в голландской компании] мы общаемся, можно сказать, здесь, как семья... с ними можно, конечно, обсудить кроме рабочих какие-то темы личного характера».* (И. 21); *«Так уж сложились отношения с коллегами по работе и с голландцами в том числе, что мы часто и свободное время вместе проводим. Тем более, как за кружкой пива не обсудить личные вопросы. Это грех, по-моему».* (И. 18).

Таким образом, при первичных контактах голландские коллеги с легкостью вступают в коммуникацию, рассказывают о себе, своей семье, что в среде русских при взаимодействиях с «коллегами-чужаками» не принято. В дальнейшем, после осмысления ситуации, возможны некоторые обратные реакции, когда некоторые российские сотрудники начинают полагать, что с иностранными коллегами можно общаться более откровенно. В результате при последующих коммуникациях, в случае, если участники не перешли в группу «коллеги-друзья», российские коллеги могут раскрываться больше, в некоторых случаях даже больше, нежели того требует сам контекст общения: *«Другой важный момент — это насколько откровенным является другой человек: если он довольно открыт, естественно, ты тоже будешь откровенен в ответ. Но, конечно, может быть и наоборот: «Должен ли я знать все эти подробности?» «Пожалуйста, не рассказывай мне всего!».* (И. 12).

Говоря о степени откровенности в коммуникации, необходимо учитывать и статусный фактор, который в случае с голландскими сотрудниками тесно коррелирует с возрастным. К примеру, голландцы, занимающие высокие позиции, в меньшей степени склонны к открытой коммуникации в отношении тем частного характера, затрагивающих внутрисемейные отношения и т. д., но в то же время в некоторых случаях готовы выслушать рассказы своих сотрудников на личные темы:

«Во-первых, некоторые личные вопросы я не буду обсуждать в любом случае. Я не могу обсуждать свои планы на выходные.... Мне всегда интересно, что они делали на выходных, мне нравится это слушать, и как [у них] дела вообще...они могут мне рассказать все, что угодно...». (И. 19).

Немаловажным является и вопрос доверия между представителями голландской и российской культур, который получает особую актуальность в контексте компаний малого бизнеса: *«Это действительно важно, когда вы приезжаете сюда, иметь людей, которым вы можете по-настоящему доверять, которые знают, как здесь все устроено». (И. 24).*

Именно доверие лежит в основе успеха данных предприятий, являясь скрепляющим элементом между носителями культурного капитала (в данном случае, российскими сотрудниками) и капитала социального (голландским руководством). Особенно данное утверждение справедливо для малых предприятий, ориентированных на иностранного потребителя. Тогда иностранное (голландское) руководство оказывается одним из основных факторов доверия потребителей и выбора в пользу данной конкретной компании. Также подобное слияние данных видов капитала дает успешную формулу для управления процессами внутри компаний, позволяя предприятию эффективно функционировать (российский импульс) и развиваться (западный импульс в лице голландского руководства), давая капиталам осуществлять одну из своих основных функций — «функцию преумножения» (Радаев 2002): *«...вместе мы [с российской коллегой] хорошо дополняем друг друга: я даю западный или голландский импульс, ... а она дает российский, который в не меньшей степени необходим компании». (И. 24).*

Подводя итог, отметим, что в голландской и российской культурах различаются способы самопрезентации индивида при первичных контактах, в том числе и при устройстве на работу. В российской культуре внимание уделяется презентации профессиональных навыков агента, в то время как в голландской привычной является презентация себя как личности, и личные качества потенциального сотрудника в некоторых случаях могут оказываться большим конкурентным преимуществом, нежели его профессиональные навыки. Что касается российской культуры, то здесь информация о себе как о личности относится скорее к частной сфере, поэтому подобные вопросы зачастую сбивают российских кандидатов с толку.

В каждой из культур существуют определенные темы, которых в общении с «коллегами-чужаками» стараются избегать. К примеру:

— в голландской культуре не принято обсуждать размер заработной платы даже с близкими друзьями, в то время как в русской это допустимо;

— голландцы никогда не будут говорить о наркотиках на работе, хотя русские нередко спрашивают об этом и просят привезти;

— в свою очередь, русские оказываются довольно закрытыми, когда речь заходит о личных взаимоотношениях, за исключением тех случаев, когда их статус институционально закреплён (женат/ замужем), голландцы же расценивают уход русских от этой темы как констатацию наличия сложностей в данной сфере;

— в российской культуре редко затрагиваются темы тяжёлых болезней, возможно, причины этого кроются в существующих суевериях: «не говори о плохом, и плохого не будет». В то же время в голландской культуре отношение к тяжёлым болезням оказывается другим, в какой-то мере более легким, с долей фатализма, также в голландской культуре допустимы шутки с упоминанием, к примеру, раковых заболеваний, что в российской культуре возможно скорее только в среде медиков.

Границы приватного в межкультурной коммуникации конструируются следующим образом: в голландской и в российской культурах различается содержание публичного и приватного в коммуникации, и то, что русскими воспринимается как часть приватной сферы, голландцами может относиться к публичной. Вследствие различного толкования публичного и частного представителями голландской и российской культур в некоторых случаях происходит рассогласование в межкультурной коммуникации, которое может оказывать влияние на эффективность деятельности фирм; особенно данные процессы заметны на примерах малых предприятий. Также в голландской и российской культурах различается характер вступления в коммуникацию: некоторая степень открытости для голландцев является, с одной стороны, национальной чертой характера, с другой — нормой, продиктованной желанием быстро создать комфортные для работы человеческие отношения и ориентацией на максимальную эффективность деятельности, в то время как русские воспринимают эту откровенность в качестве символа близости. Открытость голландских коллег выражается в освещении фактов своей жизни, но зачастую они могут быть лишены эмоциональной окраски.

На степень откровенности также оказывают влияние такие факторы, как возраст и статус, которые в голландской и российской культурах часто находятся в прямой корреляции друг с другом, хотя возможны исключения, причем чаще в российской культуре. В большинстве случаев чем выше статус, тем менее вероятно, что человек будет освещать какие-либо детали, относящиеся к личной жизни. Также, пользуясь терминологией Г. Хофстеде, голландской культуре в сравнении с российской присуща меньшая дистанция власти (индекс дистанции власти: Нидер-

ланды 38; Россия 93)*, вследствие чего отношения между руководителем и подчиненными выстраиваются иным образом, нежели к этому привыкли российские сотрудники и партнеры, а именно, создаются более теплые отношения с менее выраженными статусными характеристиками.

В целом стоит отметить, что границы сцен частного и публичного в межличностной и деловой коммуникации не стираются, они лишь подвергаются тем или иным изменениям в сторону их большей публицитизации или приватизации в зависимости от индивидуального жизненного опыта участников, их индивидуально-психологических качеств, культурной принадлежности и специфической корпоративной культуры компании или отдельно взятого филиала. Существующие культурные различия способствуют расширению культурного горизонта коммуникантов, их взаимному обогащению, о чем свидетельствуют примеры всех предприятий, принявших участие в исследовании. На характер межкультурной коммуникации в организации оказывают практически равнозначное влияние и профессиональный уровень, и жизненный опыт, и среда, и решаемые производственные задачи, и статусные характеристики, и индивидуальные психологические особенности личности вовлеченных в коммуникацию, и, бесспорно, культура, с которой себя идентифицируют участники.

В завершение отметим, что для выявления специфики взаимоотношений двух определенных культур в каждом конкретном случае, по убеждению автора, значимыми могут являться различные показатели, однако сравнение культур через понимание публичного/частного позволяет понять наиболее глубинные процессы, оказывающие влияние на ход межкультурной коммуникации, а сама категория публично-частного по праву может быть отнесена к одной из базовых в понимании различий между культурами.

Литература

Аксеновская Л.Н. Моделирование управленческого взаимодействия как метод оптимизации организационной культуры. Дисс., СПб., 1997.

Александр Дж. Аналитические дебаты: понимание относительной автономии культуры // Социологическое обозрение. 2007. Т. 6. № 1.

Алексеева Т.А. «Публичное» и «Частное»: где границы «Политического»? Виртуальное эссе // Полис [http://www.politstudies.ru/vm/vm2/vm2_tez_4.htm].

Алексеев Е.С., Сергеев В.М. Темный колодец власти (о границе между частной сферой государства и частной сферой личности) // Полис. 2008. № 3.

* Сайт Г. Хофстеде [http://www.geert-hofstede.com/hofstede_dimensions.php?culture1=73&culture2=62#compare].

Базалеев О.А. Социальный капитал как фактор управления. Автореф. дисс. Саратов, 2002.

Бодрийяр Ж. Экстаз коммуникации. (Jean Baudrillard. Ecstasy of Communication // The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture / Ed. Н. Foster. Port Townsend: Bay Press, 1983. P. 126-133. (Tr. John Johnston) (перевод Д. В. Михель).

Бурдые П. Социальное пространство и генезис классов. М., 2006. [http://www.i-u.ru/biblio/archive/burde_soc/].

Гибсон Д.Л., Иванцевич Д., Доннелли Д.Х. Организации: поведение, структура, процессы / Пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2000.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-пресс-Ц, 2000.

Дырин С.П. Типологические характеристики российской практики управления персоналом в контексте многоаспектного подхода. Дисс., СПб., 2006.

Епачинцев А.О. Возможности измерения социального капитала и его значение в приложении к современному российскому обществу // Педагогическая наука и образование в России и за рубежом: региональные, глобальные и информационные аспекты. 2005а. № 1. [http://rspu.edu.ru/university/publish/rednauka/2005_1/02Epanchinev.htm].

Епачинцев А.О. Социальный капитал в западных и российских социокультурных системах. Автореф. дисс. Р-н-Д., 2005.

Зиммель Г. Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. М.: Юрист, 1996.

Козырева П.М. Межличностное доверие в контексте формирования социального капитала // Социологические исследования. 2009. № 1.

Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3.

Лэйхифф Дж., Пенроуз Дж. Бизнес-коммуникации. Стратегии и навыки. СПб.: Питер, 2001.

Мещеркина Е.Ю. Частная жизнь как предмет социологического анализа // Конференция «Демографическая модернизация, частная жизнь и идентичность в России». Москва, 27-28 февраля 2002 г. Тезисы докладов [http://www.demoscope.ru/weekly/knigi/konfer/konfer_018.html].

Мясоедов С. Кросскультурный менеджмент // Управление персоналом. 2006. № 7.

Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы. М.: Экономика, 1984.

Патнэм Р. Процветающая комьюнити, социальный капитал и общественная жизнь // Мировая экономика и международные отношения. 1995. № 4.

Пушкарева Н.Л. Частная жизнь и проблема повседневности глазами историка // Конференция «Демографическая модернизация, частная жизнь и идентичность в России». Москва, 27-28 февраля 2002 г. Текст доклада [http://www.demoscope.ru/weekly/knigi/konfer/konfer_017.html].

Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 4. С. 20–32.

Тромпенаарс Ф., Хампден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса. Минск: Попурри, 2004.

Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004.

Ходус Е.В. Современное социокультурное пространство в приватно-публичной перспективе: модусы реконфигурации // Методология, теория та прак-

тика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Збірник наукових прац. Харків, 2008. С. 431–434. [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtpsa/2008/articles/Hodus.pdf].

Холден Н.Дж. Кросс-культурный менеджмент: концепция когнитивного менеджмента. М.: Юнити-Дана, 2005.

Хофстеде Г. Организационная культура. Управление человеческими ресурсами. Энциклопедия. Ред. М. Пул, М. Уорнер. М., 2002.

Alexander J. The Promise of a cultural sociology: technological discourse and the sacred and profane information machine // Theory of Culture / Ed by R. Munch, N.J. Smelser. California, 1992.

Arendt H. The Human Condition. Chicago: Chicago University Press, 1958.

Dewey J. The Public and Its Problems. NY, 1927.

Habermas J. On Society and Politics / Ed. S. Siedmen. NY, 1989.

Hofstede G. Culture and organizations: (Intercultural Cooperation and its Importance for Survival): Software for the Mind. London, 1999.

Приложение. Описание информантов

Информант 8: женщина, 35, русская, менеджер по планированию, опыт работы в голландской компании 1,5 года.

Информант 12: мужчина, 31, голландец, финансовый контролер, стаж жизни в Санкт-Петербурге 1,5 года.

Информант 16: мужчина, 29, голландец, младший финансовый контролер, стаж жизни в Санкт-Петербурге 7 месяцев.

Информант 18: мужчина, 29, русский, оперативный менеджер, опыт работы в голландской компании 6 лет.

Информант 19: мужчина, 37, голландец, генеральный директор и владелец компании, стаж жизни в Санкт-Петербурге 6 лет.

Информант 20: женщина, 50, русская, директор компании, опыт работы в голландской компании 5 лет.

Информант 21: мужчина, 23, русский, сотрудник отдела работы с клиентами, опыт работы в голландской компании 6 месяцев.

Информант 24: женщина, 37, голландка, генеральный директор и владелец компании, стаж жизни в Санкт-Петербурге 10 лет.

Информант 28: мужчина, 41, голландец, генеральный директор и владелец компании, стаж жизни в Санкт-Петербурге 3 года.

Информант 31: мужчина, 47, русский, коммерческий директор, опыт работы в голландской компании 1 год.

Информант 32: мужчина, 25, голландец, инженер, стаж жизни в Санкт-Петербурге 4 года.

Информант 35: мужчина, 67, голландец, финансовый консультант, эксперт, стаж жизни в Санкт-Петербурге 8 лет.