

Теория межкультурной коммуникации

Лекция 4

План Лекции 4:

1. Теория межкультурной коммуникации Э. Холла
2. Теория культурных изменений Г. Хофштеде: четыре критерия сравнения культур
3. Теория культурной грамотности Э.Хирша
4. Система ценностных ориентаций Ф. Клакхона и Ф. Стродбека
5. Факторная модель коммуникации Г. Малецки
6. Понятие имиджа коммуникатора и имиджа получателя

проксемика

(область социальной психологии, направленная на изучение пространственно-временной системы общения)

НЛП

(нейролингвистическое программирование)

контекст

(информации, окружающей и сопровождающей то или иное культурное событие)

Книги Э. Холла

- The Silent Language. New York: Doubleday, 1959
- The Hidden Dimension. New York: Doubleday, 1966
- Beyond Culture. New York: Doubleday, 1976
- The Dance of Life, The Other Dimension of Time. New York: Doubleday, 1983
- Hidden Differences: Studies in International Communication. Hamburg: Grunder & Jahr, 1983, 1984, 1985
- Hidden Differences: Doing Business with the Japanese. Garden City, NY, Anchor Press/ Doubleday, 1987
- Understanding Cultural Differences, Germans, French and Americans. Yarmouth: Intercultural Press, 1990

Высококонтекстные культуры

культуры, в которых многое определено
неязыковым контекстом: иерархией,
статусом, внешним видом

Высококонтекстные культуры

культуры, в которых многое определено
неязыковым контекстом: иерархией,
статусом, внешним видом

(Япония, Китай, Корея, Саудовская
Аравия)

- невыраженная, скрытая манера речи, многозначительные и многочисленные паузы;
- огромная роль невербального общения, умения «сказать глазами»;
- отсутствие избыточности информации;
- стремление избежать конфликта

Низкоконтекстные культуры

культуры, в которых большая часть информации содержится в словах, люди открыто выражают свои желания, намерения

Низкоконтекстные культуры

культуры, в которых большая часть информации содержится в словах, люди открыто выражают свои желания, намерения

(Скандинавские страны, Германия, Швейцария, Канада, США)

- прямая и выразительная манера речи, недоверие к молчанию;
- невербальное общение менее значимо;
- все должно быть выражено словами, всему дана ясная оценка;
- конфликт созидателен;
- в отдельных случаях возможно открытое выражение недовольства

монохронные культуры

(в которых время распределяется таким образом, что в один и тот же отрезок времени возможен только один вид деятельности)

полихронные культуры

(в один и тот же отрезок времени производится несколько видов деятельности)

Герт (Герард Хендрик) Хофштеде

(нидерл. *Geert (Gerard Hendrik) Hofstede*;

род. [1928](#),)

нидерландский социолог,

имеет степень магистра по технологии
машиностроения и

доктора философии по социальной
психологии

сравнил ответы на один и
тот же опрос

117 тысяч сотрудников

IBM из

40/50/70 разных стран

1. дистанция от власти (PDI)
2. индивидуализм (IDV)
3. избегание неопределенности
(UAI)
4. ориентация (MAS)

«измерения культур являются
лишь основой, помогающей
оценить конкретную культуру для
облегчения принятия решений»

Г. Хофштеде

Теория культурной грамотности Э. Хирша

Эрик Дональд Хирш

(англ. *Eric Donald Hirsch*)

теория культурной
грамотности

культурная грамотность

**наиболее динамичный
компонент межкультурной
компетенции**

межкультурная

компетенция

- языковая
- культурная
- коммуникативная

уровни межкультурной компетенции:

- необходимый для выживания;
- достаточный для вхождения в чужую культуру;
- обеспечивающий полноценное существование в новой культуре — ее «присвоение»;
- позволяющий в полной мере реализовать идентичность языковой личности.

Система ценностных ориентаций Ф. Клакхона и Ф. Стродбека

Система ценностных ориентаций Ф. Клакхона и Ф. Стродбека

ценностные ориентации

«сложные, определенным образом сгруппированные принципы, придающие стройность и направленность разнообразным мотивам человеческого мышления и деятельности в ходе решения общих человеческих проблем»

три исходных тезиса

существует лишь ограниченное количество общечеловеческих проблем

решение каждой проблемы возможно только на основе небольшого набора вариантов

каждое общество отдаёт предпочтение своему варианту решения

1. В чём сущность природы человека?
(*human nature orientation*).
2. Каковы отношения между человеком и окружающей средой? (*man-nature orientation*).
3. Что значит время в жизни человека?
(*time orientation*).

4. Какова направленность
человеческой деятельности?
(*activityorientation*).

5. Какие отношения связывают людей
между собой? (*relational orientation*).

Система ценностных ориентаций Ф. Клакхона и Ф. Стродбека

Ориентации	Варианты					
Человеческая природа	источник зла		нейтрален	смесь доброто и злого	изначально положителен	
	способен изменить ся	не способен к изменени ям	способен измениться	не способен к изменени ям	способен изменить ся	не способен к изменени ям
Отношения: человек – окружаю щий мир	подчинен природе		Гармония с природой		хозяин природы	

Система ценностных ориентаций Ф. Клакхона и Ф. Стродбека

Ориентации	Варианты		
Время	Ориентация на прошлое	Ориентация на настоящее	Ориентация на будущее
Деятельность	Направленность на бытие	Направленность на внутренний рост	Направленность на активное созидание
Взаимоотношения между людьми	Линейность/авторитарность	Колатеральность (социальная направленность)	Индивидуализм

**факторная
модель коммуникации
Г. Малецки**

**схема полей массовой
коммуникации**

коммуникатор (источник)

сообщение

посредник

получатель

- «давление» или «принуждение»
посредника
- образ посредника, имеющийся у
получателя
- эффект или приобретение нового
социального опыта
- селекция содержания сообщения

характеристики посредника

Тип восприятия, требующийся от получателя
(чтение, наблюдение за изображением и т.д.);

Временные и пространственные пределы
доступности получателя;

Социальный контекст;

Степень временной отстраненности
сообщения о событии от реального времени
протекания события

характеристики получателя

- собственный образ, самовосприятие
- внутренняя структура личности
- членство в определенных группах
- включенность в окружающую социальную среду

коммуникатор

(источник информации и влияния)

- собственный образ коммуникатора
- личностные характеристики
- социальная среда

коммуникатор всегда

ориентируется на определенный

образ адресата

Имидж коммуникатора

- комплекс психологических свойств человека
- Комплекс психологических данных и каналов массово-коммуникационного воздействия

- по типу контакта (Ч. Миллоу):

Друг (ключевая характеристика - привлекательность); Авторитет (ключевая характеристика - динамизм);

Эксперт (ключевая характеристика - компетентность);

- по уровню близости (А. Гольдхабер): Такой-же-как-все; Герой; Загадка;

- по функции в процессе социализации (Е. Пронина):
Учитель, Вожак, Кумир, Мэтр, Командир;
- по типу текста и парадигме мышления: Мифотворец, Моралист, Прагматик, Игрок, Психоаналитик, Хакер.

ИМИДЖ

специально формируемый образ,
находится в головах целевой
аудитории

3 субъекта формирования
имиджа:

Субъект управления (PR)

Субъект презентации (личность)

Субъект восприятия (аудитория)

авторитетность коммуникатора

1. Формирование представления об особой осведомленности коммуникатора

2. Передача коммуникатором достоверных сведений, точность которых заранее известна реципиентам

3. Включение в сообщение элементов критики и самокритики

4. Предсказание событий

функции имиджа :

- 1) идентификации (узнавания); в процессе идентификации объект становится узнаваемым, его действия легко прогнозируются;
- 2) идеализации – попытка выдать желаемое за действительное;
- 3) противопоставления – на контрасте выявляются достоинства и недостатки объекта.

спасибо за внимание

до встречи через неделю