

Близнюк Тетяна Павлівна,
доцент, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнесу
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

СУТНІСТЬ ДЕФІНІЦІЇ «КУЛЬТУРА» В КРОС-КУЛЬТУРНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Ключові слова: *культура, крос-культурний менеджмент, інкультурація, акультурація, рівні культури*

Key words: *culture, cross-cultural management, inculturation, acculturation, cultural levels*

Однією з ключових дефініцій крос-культурного менеджменту є феномен «культура», яке донині залишається досить розпливчастим і багатозначним. Оскільки досі не існує вичерпного визначення, яке б найбільш точно розкрило сутність дефініції «культура», бо значення культури є різним навіть для кожної окремої людини і залежить від багатьох факторів: впливу суспільства, накопиченого досвіду та вражень, впливу зовнішнього середовища, умов формування та соціалізації конкретної людини та ін.

Як зазначають в своїй роботі [6] зараз запропоновано значна кількість визначень дефініції «культура», за різними підрахунками від 500 до 1200 різноманітних визначень цього феномену. Саме тому одним з напрямів розробки та удосконалення понятійного апарату крос-культурного менеджменту є дослідження сутності та змісту дефініції «культура» в контексті крос-культурного менеджменту.

Слово «культура» походить від латинського слова *colere*, що означає культивувати або обробляти землю. У середні XVI століття цим терміном позначали селекцію зернових культур, звідси виникло слово *agriculture* як мистецтво землеробства. Але вже в XVIII і XIX століттях термін «культура» став також застосовуватися для позначення вдосконалення людських якостей, тобто людина відрізнялася витонченістю і начитаністю, цю людину вважали «культурним». У той період дефініція «культура» використовувалась по відношенню до аристократів, таким чином аристократи були відокремлені від «некультурної» маси незнатних людей. Фактично, як визначено в роботі [2] поняття «культура» досі асоціюється з оперним театром, красним письменством і хорошим вихованням.

Як зазначає Г. Хофстеде в своїх дослідженнях [3-5] найбільш часто дефініція «культура» використовується для опису племен або етнічних груп (в антропології), націй (в політології, соціології та менеджменті) і компаній (в соціології та менеджменті). Також дефініція «культура» використовується для дослідження гендерних, поколінських (вікових) та соціальних груп. Однак при цьому, «культура» як феномен, має принципово різнорідну природу, оскільки соціальні, національні, гендерні або поколінські культури, процес інкультурації в яких відбувається з раннього дитинства, мають набагато більш глибоке коріння в людській свідомості, ніж професійні культури, процес інкультурації

(або акультурації) в яких відбувається разом з отриманням професійної освіти, та організаційні культури, до яких особистість соціалізується під час трудової діяльності. Тобто кожна особистість є носієм різних рівнів культури [4], а саме:

1) національного, який визначається приналежністю до певної нації або країни, де людина народилася та сформувалася як особистість (або країнах для людей, що мігрують протягом життя);

2) регіонального, який свідчить про належність до відповідної етнічної або релігійної чи лінгвістичної групи, оскільки більшість націй – це культурно (етнічно або релігійно чи мовно) різні групи;

3) гендерного, який визначається статтю особистості;

4) поколінського, який визначається віком та належністю до відповідного покоління;

5) професійного, пов'язаного можливостями освіти і особливостями професійної діяльності особистості;

6) організаційного, який створюється на основі національної культури (культур) в середовищі конкретної компанії.

При цьому Г. Хофстеде [3] відзначає, що культура не надається людині при народженні, її можна тільки отримати, оскільки культуру формує соціальне середовище, тому культура є явищем надбаним, при цьому носієм культури є кожна особистість.

Результати двох великих дослідних проектів, які були проведені під керівництвом Г. Хофстеде, один з яких був спрямований на дослідження відмінностей національних культур [4], а другий – на дослідження відмінностей організаційних культур [5], показали, що національні культури розрізняються в основному на рівні цінностей, в той час як відмінності в організаційних культурах частіше відзначаються на поверхневому рівні культури (символи, герої та ритуали). Саме тому, Г. Хофстеде [4, с. 5] відзначає, що неусвідомленою основою домінування національної культури в суспільстві є цінності, тобто поширена схильність віддавати перевагу деяким моделям поведінки у порівнянні з іншими, а організаційна культура, навпаки, закріплюється на основі практик (явних і усвідомлюваних), тобто те яким чином представники культури сприймають те, що відбувається в середовищі організації.

Н. Лебедєєва та А. Татарко [1, с. 21] відзначають, що культуру таких рівнів як національний, гендерний та поколінський рівні не можна побачити, почути, відчувати або спробувати, а те, що реально спостерігається – це відмінності в людській поведінці, які проявляються в діяльності, ритуалах, традиціях. Тобто спостерігаються лише прояви культури, але не сама культура. При цьому, розуміння того, що в основі різних моделей поведінки лежать культурні відмінності, дозволяє досліджувати культуру на цих рівнях, оскільки в такому розумінні феномен «культура» – це абстрактне поняття, теоретична сутність якого допомагає зрозуміти та пояснити відмінності в поведінці представників різних культур національного, гендерного та поколінського рівня. Важливим індикатором, який свідчить про зміни в культурі, на думку Н.

Лебедевої та А. Татарко [1, с. 22], є зміни в поведінці представників культури. Так, якщо поведінка особистості змінюється протягом життя, ці зміни можуть бути пов'язані зі зміною культури всередині цієї особистості та інших представників відповідного покоління. При цьому відмінності в поведінці представників різних поколінь є чіткі сигналами зміни національної культури під впливом домінування окремого покоління. Саме тому, можна зробити висновок, що культура – не статичне явище, оскільки вона постійно змінюється.

Різні аспекти феномену «культура» в контексті крос-культурного менеджменту розкрито в працях А. Кребера, С. Клулгона, Д. Мацумото, Ц. Кудо, С. Такеуті, Ларрі А. Самовара, Річарда Е. Портера, Едвіна Р. МакДеніела, Ю. Волкова, В. Добренькова, В. Нечипуренко, А. Попова, М. Рокіча, Е. Тайлора, Г. Тріандіса, Ф. Тромпенаарса, Ф. Харріса, Р. Морана, Г. Хофстеде, Ш. Шварца, Е. Шейна та інших учених.

Так, Ф. Тромпенаарс та Ч. Хамптен-Тернер [10] під культурою розуміють систему поглядів людей – носіїв даної культури, яка диктує ним, на що вони повинні звертати увагу, а на що ні, що робити і що цінувати. Г. Хофстеде [3] розглядає культуру як колективне програмування свідомості, яке відрізняє членів однієї групи або типу людей від інших. Д. Мацумото, Ц. Кудо та С. Такеуті [7] зазначають, що культура – це сукупність поглядів, цінностей, переконань і поведінки, які поділяє група людей, але різні для кожної людини, яка передається від одного покоління до іншого. Л. А. Самовар, Річард Е. Портер і Едвін Р. МакДеніел в своєму дослідженні [8] під культурою розуміють депонування знань, досвіду, переконань, цінностей, відносин, значень, ієрархії, релігії, уявлень про час, ролі, просторових відносин, уявлень про всесвіт, і матеріальних об'єктів і майна придбаного групою людей протягом поколінь через індивідуальні та групові устремління

А. Кребер та К. Клулгон [6] зазначають, що культура складається зі зразків поведінки, явних і неявних, освоєваних і переданих за допомогою символів, яка відображає специфічні досягнення людських груп, включаючи і їх помилки, а Ш. Шварц [9] відзначає, що культура складається з похідних досвіду, більш-менш організованого, відомого або створеного окремими особами нації, включаючи ті образи або кодування і їх інтерпретації (значення), передані з минулих поколінь, від сучасників або утворені самими людьми.

Таким чином на основі результаті дослідження сутності дефініції «культура», визначено, що в контексті крос-культурного менеджменту «культура» розглядається на основі двох протилежних підходів:

1) культура розглядається на макрорівні (рівні суспільства), як сукупність характеристик суспільства, на основі яких одне суспільство відрізняється від іншого. Цей підхід до визначення сутності «культура» охоплює всі сторони життя людей, по суті відбувається ототожнення конкретної культури з відповідною країною. В контексті крос-культурного менеджменту акцент в цьому підході робиться саме на матеріальній культурі та її проявах.

2) культура розглядається на мікрорівні (рівні особистості) як система поглядів, цінностей, досвіду та поведінки, притаманних особистості, яка є представником відповідного суспільства і носієм цієї культури. Цей підхід розглядає матеріальні об'єкти лише як знаки або як оточення тієї чи іншої культури. Саме на цьому рівні проводить дослідження культури в контексті крос-культурного менеджменту більшість вчених, до яких приєднується і автор.

Список використаних джерел

1. Лебедева Н. М. Ценности культуры и развитие общества / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 527 с.
2. Смелзер Н. Социология: пер. с англ. / Н. Смелзер. – М. : Феникс, 1998. – 688 с.
3. Hofstede G. Dimensionalizing Cultures : The Hofstede Model in Context. Online Readings in Psychology and Culture. Unit 2. / G. Hofstede. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lse2010.narod.ru/olderfiles/LSE2014pdf/LSE2014Hofstede.pdf>.
4. Hofstede G. Cultures and organizations: Software of the mind, revised and expanded / G. Hofstede, G. J. Hofstede. 2nd ed. – New York : McGraw-Hill. – 2005. – 550 p.
5. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software for the Mind / G. Hofstede, G. J. Hofstede, M. Minkov Third edition, – New York: McGraw-Hill. – 2010. – 560 p.
6. Kroeber A. Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions / A. Kroeber, C. Kluckhohn. – Massachusetts: The MUSEUM. – 1952. – 230 p.
7. Matsumoto D. Changing Patterns of Individualism and Collectivism in the United States and Japan / D. Matsumoto, T. Kudoh, S. Takeuchi // Culture & Psychology. – 1996 – Vol. 2. – P. 77-107.
8. Samovar L. A. Communication Between Cultures. / Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel. – Boston : Wadsworth, 2009. – 465 p.
9. Schwartz S. H. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values / S. H. Schwartz. // Online Readings in Psychology and Culture. – 2012. – 2(1). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1116>.
10. Trompenaars F. Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Global Business / F. Trompenaars, C. HampdenTurner. – N.Y. : McGraw-Hill, 1998. – 274 p.