

УДК 81

ПОНЯТИЕ И АСПЕКТЫ КУЛЬТУРНОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Семенова О. С.¹, Айтымова А. К.²¹Филиал КузГТУ в г. Прокопьевске²Екибастузский инженерно-технический институт имени академика К. Сатпаева,
г. Экибастуз, Республика Казахстан

Аннотация: В данной работе рассматривается понятие культурный интеллект, аспекты культурного интеллекта, необходимость их применения в рамках эффективной профессиональной деятельности, связанной с международным сотрудничеством.

Ключевые слова: культурный интеллект, культурные ценности, индивидуализм, коллективизм, конкурентная ценность, прямая коммуникация, отношение определенность/неопределенность.

Annotation: The article discusses the concept of cultural intelligence, aspects of cultural intelligence, its necessary application in the framework of effective professional activities related to international cooperation.

Key words: cultural intelligence, cultural values, individualism, collectivism, competitive value, direct communication, certainty/uncertainty relation.

В рамках развития интернационализации образования, а так же международных взаимодействий и расширяющихся культурных связей особое место в предмете межкультурная коммуникация занимает понятие культурный интеллект (cultural intelligence). Это понятие складывается из фактических знаний о культуре и особенностях той или иной нации. Специалист, владеющий культурным интеллектом это, прежде всего, специалист, обладающий обширными знаниями в области национальных культур, а так же способный правильно и эффективно выстраивать политику отношений в том или ином аспекте международного и межкультурного взаимодействия. В связи с этим предмет межкультурная коммуникация сегодня необходим не только в языковых вузах или в вузах готовящих специалистов по международным отношениям, но и в вузах, готовящих инженеров, экономистов, а так же юристов. Сегодня частота международных взаимодействий растет в геометрической прогрессии. Глобализация – это, то с чем мир сталкивается ежедневно. Поэтому успешность ведения бизнеса и контактов в международном пространстве напрямую зависит от знаний о культуре и правилах поведения той или иной страны.

Дэвид Ливермор, доктор философии, ведущий автор по культурному интеллекту отмечает, что культурный интеллект (CQ) основан на исследованиях ученых со всего мира. Эти исследователи определили четыре специфические возможности, включающие CQ. Первая – это CQ drive или мотивация. Вторая – это CQ знание или познание. Далее идет стратегия CQ или мета-познание. Третья возможность обозначает действие или поведение CQ. Важно понимать, что культурный интеллект можно развивать и совершенствовать. Повышение культурного интеллекта улучшает нашу способность адаптироваться к различным контекстам и различным культурам. На протяжении десятилетий ряд ученых и исследователей определяли культурные ценности и общие географические кластеры для этих культурных ценностей.

Существует широкий спектр культурных ценностей, которые могут на самом деле выражать люди в одном и том же культурном кластере. Это означает, что личная ориента-

ция человека может не отражать обобщенную тенденцию определенного географического культурного кластера. В то же время исследования показывают, что большое количество людей в этих географических кластерах имеют сходные ценности. Таким образом, это может быть отправной точкой, чтобы начать понимать сходства и различия между вашими предпочтительными ценностями и культурными ценностями других. Многие отмечают, что американцы, как правило, являются прямыми коммуникаторами, но не все американцы предпочитают прямое общение.

Примером может быть то, что, хотя прямая связь является тенденцией и очень распространена в Соединенных Штатах, Германии и Северной Европе, есть люди, которые предпочитают косвенную связь в тех же географических точках. Косвенное общение очень распространено в арабских странах, конфуцианской Азии и странах Африки к югу от Сахары, но в тех точных местах есть люди, которые предпочитают прямое общение.

Культурные кластеры обеспечивают возможное понимание того, где мы, вероятно, можем найти наличие аспекта культурных ценностей. У нас есть возможность использовать культурный интеллект, чтобы определить, могут ли различия или различия в культурных ценностях объяснить проблему, недоразумение, путаницу или недопонимание. Использование SQ дает возможность распознавать различия и разнообразие, чтобы адаптировать наше поведение, что способствует эффективному и надлежащему взаимодействию.

Первое измерение культурной ценности – индивидуализм против коллективизма. Индивидуализм подчеркивает индивидуальные цели и права личности. Коллективизм ориентирован на групповые цели, что лучше для коллективной группы и личные отношения. Индивидуалист мотивирован личными наградами и выгодами. Индивидуалисты ставят личные цели и задачи, основанные на себе. Работникам-индивидуалистам очень удобно работать с самостоятельностью и не быть частью команды. Коллективист мотивирован групповыми целями. Долгосрочные отношения очень важны. Коллективисты легко жертвуют личной выгодой или похвалой, чтобы признать и упрочить успех команды. Фактически, быть выделенным и почитаемым как личность от остальной части команды может смущать коллективистского человека.

Обобщенные географические кластеры индивидуализма можно найти в англоязычных странах, германской Европе и северной Европе. Географические кластеры для коллективизма часто расположены в арабских странах, Латинской Америке, Конфуцианской Азии, Южной Азии и странах Африки к югу от Сахары.

Следующий аспект связан с отношением к иерархии, так называемое низкое и высокое. Измерение дистанции власти в культурной ценности во многом зависит от авторитета и иерархии. Дистанция между властью предрешающими и народом зависит от того, насколько ожидаются и принимаются различия в мощности и состоянии.

Человек с малой дистанцией власти думает, что чем формальнее, тем лучше. Они предпочитают отказываться от формальностей и готовы с уважением расспросить или оппорить авторитет. Титулы и должности власти и лидерства не важны для человека с низким уровнем власти.

Человек с большой дистанцией власти чувствует себя обязанным строго следовать цепочке командования и гораздо реже подвергает сомнению власти или руководство. Уважение и уважение руководящей позиции очень важны в обществе с большой дистанцией власти.

Еще один аспект – это отношение между неопределенностью и определенностью. Измерение культурных ценностей, связанных с избеганием неопределенности с низкой или высокой неопределенностью, связано с вопросом: следует ли нам пытаться контроли-

ровать будущее или просто позволить будущему случиться? Как нам поступить с будущим, когда будущее никогда не может быть точно известно?

Люди с низким уровнем неопределенности действуют сначала, а затем получают информацию. Им очень удобно с неопределенностью и неопределенностью. Кластеры культурных ценностей с низким уровнем неопределенности прилагают все усилия, чтобы свести к минимуму правила и законы, которые затрагивают различные точки зрения людей.

В англо-говорящих странах, Восточной Европе и Северной Европе предпочитают избегать малой неопределенности. Латинская Европа и Латинская Америка делают упор на планирование и предсказуемость или возможность избежать неопределенности.

Следующий кластер – это совместные и конкурентные измерения. Общество, где высоко развиты совместные культурные ценности, делает упор на сотрудничество, воспитание и семью. Общество, имеющие измерение конкурентной ценности, подчеркивает конкуренцию, уверенность в себе и достижения. Измерение культурной ценности, основанное на кооперативе и конкуренции, учитывает, способы достижения результатов и целей. Сотрудничающий человек считает, что лучший способ достичь цели или достичь результата - это заставить людей работать вместе. Тем не менее, конкурентоспособный человек считает, что люди лучше мотивированы для достижения цели, когда конкуренция участвует в этом процессе.

Еще один аспект – это краткосрочность и долгосрочность. Культурные аспекты краткосрочного и долгосрочного имеют несколько интересных географических кластеров. Это культурное измерение основано на том, как культура рассматривает время и важность прошлого, настоящего и будущего. Краткосрочность – это культурное измерение, которое подчеркивает немедленные результаты и успех в настоящее время. Долгосрочное планирование и успех позднее определяют долгосрочное культурное измерение. Конфуцианская Азия входит в долгосрочный географический кластер. Интересно, что Китай планирует на следующие 500 лет, в то время как другие страны имеют пятилетний план. Англоязычные страны, арабские страны, Восточная Европа, Северная Европа и Африка к югу от Сахары находятся в краткосрочном географическом кластере. Восточная Европа, Латинская Америка и Латинская Европа используют как краткосрочное, так и долгосрочное измерение.

Таким образом, рассмотренные аспекты и их особенности необходимы, прежде всего, для планирования международных взаимоотношений и должны быть обязательны к изучению как будущих политиков, экономистов, юристов, бизнесменов, живущих в современном глобальном мире. Успех будущей деятельности будет зависеть от правильно выстраиваемых взаимоотношений с партнерами, принадлежащих к той или иной культуре. Кроме того, эти знания необходимы для процветания собственной страны.

Список литературы:

1. Ang S, Van Dyne L, Koh Ch, Ng K.Y., Templer K.J., Tay Ch and Chandrasekar N.A. Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance // *Management and organization review*. 2007. № 3. 335-371.
2. Ang, S., Dyne, L.V. Conceptualization of cultural intelligence. 2008.
3. Ang, Soon & Dyne, Line Van & Koh Christine. Personality Correlates of the For - Factor Model of Cultural Intelligence // *Organization Management*. 2006. Vol. 31 No. 1. pp. 100-123.
4. Brislin, R., Worthley, R., MacNab, B. Cultural Intelligence: understanding behaviors that serve people's goals // *Journal of Group Organization Management*. 2006. № 31. Pp. 40-55.
5. Earley p.c & Mosakwtski, E. Cultural intelligence // *Harvard business review*. 2004. Oct.
6. Livermore D., *Leading with Cultural Intelligence: The Real Secret to Success* // AMACOM; Second edition, 2015.