

Zofia Krzysztoforska-Weisswasser

Problematyka interkulturowa w dydaktyce i w negocjacjach handlowych

1. Wprowadzenie

Problem komunikowania pojawił się w całej swej ostrości dopiero wtedy, kiedy coraz więcej ludzi reprezentujących różne kultury zmuszonych było do stałych kontaktów.

Edward T. Hall, prekursor badań z zakresu badań w dziedzinie komunikacji interkulturowej, już ponad pół wieku temu opisywał trudności w porozumiewaniu się przedstawicieli różnych narodów. W dobie rosnącej globalizacji we wszystkich dziedzinach życia gospodarczego i społecznego konieczne stało się stworzenie wspólnej płaszczyzny komunikacji, którą okazała się komunikacja interkulturowa.

Termin komunikacja interkulturowa obejmuje nie tylko język, ale również całe tło społeczno-kulturowe, doświadczenia, zwyczaje oraz językowe i pozajęzykowe formy zachowań, przyjęte w danej kulturze i w danym społeczeństwie.

Ogólnie gotowi jesteśmy zaakceptować, że nasz zagraniczny rozmówca może popełniać błędy językowe. Błędy te usprawiedliwiamy świadomie brakiem kompetencji językowej rozmówcy. Bardziej przeszkadzają nam w rozmowie inne elementy komunikacji, takie jak np. zbyt bezpośredni sposób komunikowania, nadmierna rozmowność, brak tolerancji, wywyższanie się i nieuprzejmość. Oddziałują one — w przeciwieństwie do tych pierwszych — nieświadomie na nasze emocje i powodują, że automatycznie oceniamy naszego rozmówcę negatywnie.

Możemy podjąć się prowadzenia rozmowy z przedstawicielami innej kultury, nie popełniając przy tym pomyłek i unikając konfliktów, tylko wtedy, jeżeli posiadziemy specjalny rodzaj kompetencji, a mianowicie kompetencję interkulturową. Obejmuje ona zarówno znajomość intencji komunikacyjnej i konwencji porozumiewania się, jak również świadome rozpoznawanie różnych kodów.

2. Komunikacja interkulturowa

Tradycja komunikacji interkulturowej sięga czasów starożytnych. Na potrzeby współczesnej praktyki została ponownie odkryta przez amerykańskich antropologów w la-

tach 50. i 60. ubiegłego stulecia, kiedy to zaczęto zajmować się problematyką komunikowania się ludzi reprezentujących różne kręgi kulturowe. Wkrótce nastąpił szybki rozwój tej dyscypliny nauki, między innymi dlatego, że zaproszono do współpracy przedstawicieli innych dyscyplin naukowych (antropologów, psychologów, lingwistów). Już w roku 1976 powstało Stowarzyszenie Międzynarodowej Komunikacji, Kształcenia i Badań (Society for Intercultural Education, Training and Research — SIETAR) na Georgetown University w Stanach Zjednoczonych, a wkrótce potem na uniwersytetach zaczęto nauczać tego przedmiotu.

Żywe kontakty handlowe sprawiły, że szczególnie ludzie biznesu zaczęli dostrzegać trudności w porozumiewaniu się z przedstawicielami innych kultur. Internacjonalizacja życia przyczyniła się także do szybkiego rozwoju wiedzy o komunikacji interkulturowej, która była konieczna do rozwiązywania problemów związanych z przekazywaniem komunikatów i rozumieniem reakcji rozmówcy.

Badania nad komunikacją interkulturową pozwoliły na poszerzenie wiedzy na temat komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz na rozpoznawanie i podejmowanie odpowiednich zachowań komunikacyjnych w danych sytuacjach. Dzięki tym studiom i własnym refleksjom lepiej możemy poznać wpływ własnej kultury na komunikację, skłonni jesteśmy do analizy własnych zachowań, bowiem zaczynamy się zastanawiać nad tym, co myśłą i jak postępują ludzie z innych kręgów kulturowych.

3. Uwarunkowania w komunikacji interkulturowej

Już pierwsze badania przeprowadzone przez Edwarda T. Halla wykazały, że jedynie 10% aktów komunikacyjnych człowieka jest przez niego świadomie kontrolowanych. Reszta jest nieuświadomiona i związana z procesem socjalizacji w ciągu życia. Dotyczy to zarówno gestów, wyrazu twarzy, jak i kontaktu wzrokowego, tonu głosu itd.

Podstawą dobrej komunikacji jest nie tylko dobra znajomość słownictwa i gramatyki danego języka, ale również znajomość głównych zasad aktów komunikacji przyjętych w danym społeczeństwie. Edward T. Hall mówi o pierwotnym poziomie kulturowym, który jest niewerbalnym programem komunikacyjnym każdego człowieka. Jest to poziom zachowań najbardziej odporny na zmiany, ponieważ jest ukryty i uznawany bez żadnych zastrzeżeń przez partnerów (Hall 1986, 1).

Różnice dzielące poszczególne narody mogą być mniejsze lub większe, zawsze jednak będą mieć wpływ na przebieg prowadzonej rozmowy. Badania nad komunikacją obejmują różne dziedziny nauki. Najważniejsze z nich to:

- proksemika — zajmuje się badaniem przestrzennych i terytorialnych form komunikacji, w tym również przestrzeni osobistej,
- chronemika — bada użycie czasu,
- kinestyka — bada gesty, ruchy ciała i mimikę w komunikacji,
- okulestyka — zajmuje się badaniem kontaktów wzrokowych,
- haptyka — bada rolę dotyku.

Należy tu również paralanque, czyli nauka o niewerbalnych elementach głosu. Obejmuje ona zarówno właściwości głosowe (intonację, zasięg, wyrazistość i intensywność głosu), jak również charakterystykę głosową (śmiech, szloch, westchnienia). W każdej kulturze występują odmienne zasady posługiwania się komunikacją werbalną i niewerbalną i zasady te należy poznać w każdym obcym języku.

Komunikację interkulturową należy postrzegać całościowo, analizować ją jednocześnie na kilku płaszczyznach, a nie oddzielnie w odniesieniu do każdej z tych dziedzin. Przykładem takiej analizy całościowej może być reklama, gdzie proces komunikacyjny przebiega poprzez komunikat reklamowy (telewizję) i jednocześnie przez reklamowany towar. Reklama jest komunikatem nakłaniającym, perswazyjnym o strukturze znakowej, o formie estetycznej, zbudowanej na określonych kodach semiotycznych, gdzie stosunek między nadawcą a odbiorcą przebiega na płaszczyźnie symbolicznej (Tyszką 1995, 13).

4. Problematyka interkulturowa w dydaktyce

Problematyka interkulturowa znalazła swe odbicie również w dydaktyce. W nauce języków obcych już w latach 20. i 30. ubiegłego stulecia zaczęto zajmować się dziedziną nauki zwaną kulturoznawstwem (Kulturkunde). Szczególnie w Niemczech zaczęto prowadzić badania i analizować różne cechy narodowe. W latach 60. ubiegłego stulecia doszła nowa dziedzina nauki, tzw. krajoznawstwo (Landeskunde), które zajmowało się przede wszystkim realiami i wiedzą dotyczącą faktów związanych z danym krajem. Ale dopiero w latach 70. doszło do skoncentrowania badań nad rozwojem umiejętności i stosowaniem odpowiedniej strategii w kontaktach z obcą kulturą. Podczas gdy tradycyjne kulturoznawstwo zajmowało się przede wszystkim realiami danego kraju, to koncepcja inerkulturowa podjęła prace porównawcze.

Uczenie się języka zaczęło rozumieć nie jako proces kulturowej adaptacji, lecz jako proces dwuwymiarowy, porównawczy, co miało daleko idące konsekwencje pedagogiczne (Zawadzka 2000, 452).

Przekazywanie kompetencji interkulturowej — pisze Zawadzka dalej — oznacza przekazywanie wrażliwości na kulturową inność oraz zmianę istniejącego nastawienia i możliwość szerszej interpretacji zjawisk kulturowych i sposobów zachowań poszczególnych osób. Do kompetencji kulturowej należy również umiejętność rozpoznawania uprzedzeń, ich analizowania i ukazywania istniejących schematów kulturowych.

Realizacja zasady interkulturowości w szkołach i na uniwersytetach powinna przyczynić się do wykształcenia umiejętności reagowania na różne formy zachowań oraz na informacje w środkach masowego przekazu bez emocji i uprzedzeń.

Porównanie kulturowo uwarunkowanych form zachowań oraz własnej perspektywy z punktem widzenia innych może przyczynić się do przeciwdziałania własnym, często nieuświadomionym i niejednokrotnie krzywdzącym osądom, które kształtują nasze nastawienia, poglądy i opinie (Zawadzka, 463).

Przekazywanie wiedzy na ten temat winno opierać się z jednej strony na porównaniach kulturowych i objaśnianiu postępowania w danych sytuacjach, a z drugiej strony na wyjaśnianiu znaczenia tego postępowania dla danego narodu, przyczyny historycznej i kulturowej inności. Zawadzka podkreśla, że samo dostarczenie informacji na temat obcej rzeczywistości nie wystarcza. Ważne jest, aby u uczących się wykształcić umiejętność samodzielnej refleksji, zmiany własnego nastawienia i poszerzenia posiadanej wiedzy. Tylko świadoma interkulturowa orientacja może przyczynić się do tego, że nauczyciel przeciwdziałać będzie istniejącym stereotypom i uprzedzeniom (Zawadzka, 463).

Zawadzka proponuje zamiast typowych sytuacji w autentycznych tekstach, np. w wywiadach, które dla uczących się są często niewiarygodne, stosować teksty i sytuacje po-

równawcze, które poprzez konfrontację pozwalają na zrozumienie i akceptację innych punktów widzenia i innych możliwości interpretacji. W ten sposób można by lepiej uzmysłowić uczącym się konieczność przestrzegania kulturowych form zachowania i konsekwencji ich nierespektowania.

Wymagania stawiane nauczycielom są wysokie:

„Nauczyciele powinni umieć rozwijać u uczących się umiejętność refleksyjnego, pozbawionego uprzedzeń słuchania i obserwacji, aby uczący się potrafił odkrywać zarówno wspólne, jak i odmienne elementy zjawisk kulturowych, wzajemnie je porównywać i/lub przeciwstawiać, aby potrafił identyfikować elementy etnocentryczne [...] i w odpowiedni sposób je interpretować” (Zawadzka, 463).

Również na uniwersytetach i akademiach ekonomicznych można i trzeba ćwiczyć ogólne umiejętności komunikacji interkulturowej oraz strategię prowadzenia negocjacji handlowych w obcym języku. Zacząć należy najpierw od przekazywania ogólnych wiadomości na temat prowadzenia negocjacji, klasyfikacji partnerów, informacji co do oceny ich kompetencji i zakresu działania.

Przygotowanie do negocjacji powinno zawierać wiedzę na temat zdobywania niezbędnych informacji o partnerze, jego kompetencjach i zamiarach, zbierania odpowiedniej dokumentacji, przygotowywania odpowiedzi na argumenty partnera i przygotowywanie własnych argumentów.

Samo uczenie negocjacji w obcym języku oznacza wypracowywanie już konkretnych metod językowych w konkretnej sytuacji, począwszy od przywitania, przedstawienia i small talk, poprzez stworzenie pozytywnego klimatu negocjacji i przejścia inicjatywy w prowadzeniu negocjacji. Nie należy przy tym zapominać o tematach tabu. W Polsce np. nie należy krytykować Papieża i Kościoła, nie wolno opowiadać na ten temat dowcipów. W czasie small talk nie mówi się o polityce, lepiej nadają się do tego takie tematy, jak rodzina, sport i kultura (Hennrich 2000).

Uwzględnić musimy przy tym również różnice kulturowe w kwestii uprzejmości. Ważne jest, aby ćwiczyć z uczącymi się języka wyrażanie sprzeciwu, uprzejme wyrażanie wątpliwości oraz własnego punktu widzenia. Ważne jest przekazywanie umiejętności oraz strategii rozwiązywania konfliktów, wskazanie na specjalne strategie argumentacji w danej kulturze, zależność sposobu argumentacji od partnera i sytuacji, pozytywnego reagowania na wypowiedź rozmówcy, jak również stosowania taktyki, mającej na celu zyskanie na czasie. Niezwykle ważna jest w rozmowach komunikacja niewerbalna, dlatego winniśmy wskazać na podobieństwa, ale i różnice w gestykulacji i mimice.

Nieodzowna jest przynajmniej wiedza podstawowa odnośnie do wszystkich wymienionych tu aspektów, ponieważ szybkie opanowanie wszystkich tych umiejętności nie jest możliwe. Dobrze byłoby zatem, gdybyśmy zdolali przekazać uczącym się liberalne nastawienie, emocjonalne otwarcie oraz gotowość do przekraczania własnych granic kulturowych w kontaktach z innymi ludźmi.

Aby można było realizować zasadę interkulturowości w nauczaniu, konieczne jest przeprowadzenie odpowiednich badań w celu porównania charakterystycznych kulturowo uwarunkowanych form zachowań. W odniesieniu do języka niemieckiego dużą pomocą może być artykuł Jana Czochralskiego z Uniwersytetu Warszawskiego na temat różnic w zakresie językowych zachowań Polaków i Niemców (1992). Z niewielki-

mi modyfikacjami można jego spostrzeżenia zastosować również w odniesieniu do Austriaków.

Słuszne zatem wydaje się żądanie kształcenia nie tylko nauczycieli, ale również wszystkich innych osób uczących się języków obcych nie tylko jako ekspertów językowych, ale także jako pośredników kulturowych.

5. Przykłady kulturowo uwarunkowanych form zachowań

Niekiedy zachowanie postrzegane przez nas jako nieodpowiednie w naszej kulturze jest zupełnie normalne w kraju ojczystym rozmówcy, a nasza negatywna ocena jest nieuzasadniona. Często jest to drobnostka, która powoduje jednak duże nieporozumienie. I tak np. austriaccy policjanci, dla których tłumaczyłam po wprowadzeniu stanu wojennego w Polsce, skarżyli się na nieuprzejmość i arogancję Polaków, którzy żądali przyznania im azylu. Za nieporozumieniem tym kryło się niefortunne sformułowanie „dostać azyl”. W języku polskim słowo „dostać” może mieć różne znaczenie, m.in. „otrzymać”, „zdobyć”, „kupić”. W języku niemieckim mamy tu różne określenia.

Różnice zachowań widać już w czasie rozmowy telefonicznej. Podczas gdy Niemcy i Austriacy przedstawiają się zwykle nazwiskiem, Polacy i Francuzi robią to tylko sporadycznie. Każda rozmowa telefoniczna, ale również prośba, może mieć długą fazę faktyczną. Jeżeli Polak tego nie uwzględni, Francuz czy Anglik uzna go za osobę źle wychowaną.

W kontaktach towarzyskich, ale i handlowych warto wiedzieć, że gdy Anglik, Austriak lub Niemiec proponuje pójście do lokalu, to nie musi to oznaczać, że zapłaci rachunek za wszystkich. Jeżeli będziemy o tym pamiętać, unikniemy kłopotliwych sytuacji.

W niektórych krajach istnieje zwyczaj dziękowania po zjedzeniu posiłku, w innych natomiast nie. Zachowanie takie jest zwyczajowo przyjęte wśród Polaków, natomiast Anglicy, Austriacy i Niemcy nie znają tej formy podziękowania. Nie dziękują za wspólny posiłek i reagują ze zdumieniem, a niekiedy wręcz pytają, dlaczego dziękujemy im, chociaż nie płacili za rachunek. Niemcy i Austriacy, wstając od stołu, mówią „Mahlzeit” lub nie mówią nic.

Duże różnice — o których pisze Zawadzka — widać również w sposobie wyrażania prośb, życzeń, opinii i krytyki. Podczas gdy Hiszpanie formułują życzenie jako pytanie lub propozycję, Niemcy i Austriacy wyrażają swoje życzenia wyrażnie i nie pytają innych o zdanie. Polacy podobnie jak i Hiszpanie odczuwają to jako formę nakazu, która nie podlega dyskusji.

Niemcy, ale również Austriacy, dają często nieproszeni rady i wskazówki, a to Polacy odbierają jako natarczywość i przekonanie o własnej wyższości.

Hiszpanie zwykle nie odrzucają propozycji, ponieważ nie chcą urazić rozmówcy. Formułują pewien rodzaj zamiaru, który przez Niemców jest interpretowany jako obietnica. Ponieważ nie była to prawdziwa obietnica, nie jest ona dotrzymywana. Z tego powodu Niemcy, ale również Austriacy i Anglicy, uważają Hiszpanów za ludzi mało odpowiedzialnych, na których nie można polegać.

Kiedy mamy do czynienia z Hiszpanami, powinniśmy pamiętać o tym, że Hiszpanie nie wyrażają krytyki bezpośrednio. Na początku zwykle jest pochwała, a później następuje dopiero krytyka w formie prośby, a niekiedy propozycji. To pośrednie wyrażanie negatywnej oceny odbierane jest na obszarze niemieckojęzycznym jako brak stanowczości.

W zakresie zachowań niewerbalnych widać również różnice kulturowe, i to zarówno, jeśli chodzi o pojęcie dopuszczalnego czasu odbywania rozmów telefonicznych, czasu przechodzenia do meritum sprawy, jak i w zakresie proksemiki.

Jesteśmy z tym konfrontowani szczególnie w krajach śródziemnomorskich i w krajach Ameryki Łacińskiej, gdzie w przeciwieństwie do krajów zachodnioeuropejskich nie przywiązuje się szczególnej wagi do czasu i rzadko słyszy się usprawiedliwienia za spóźnienie.

Podobne różnice występują przy przestrzeganiu terminu spotkania. Podczas gdy dla Szwedów punktualność w stosunkach służbowych, ale również i prywatnych, jest zwyczajową normą, Austriacy i Niemcy tolerują kwadrans akademicki, natomiast Anglicy i Amerykanie jedynie około 10 minut. Polacy w kontaktach prywatnych nie przywiązują zbyt wiele do punktualności, ale w kontaktach służbowych stosują się do surowszych i ogólnie przyjętych reguł (Zawadzka 2000, 457).

Istnieją również kulturowe różnice w traktowaniu pojęcia czasu. Dotyczy to szczególnie dopuszczalnego czasu odbywania rozmów telefonicznych. Austriacy, podobnie jak Szwedzi, kierują się tu własnymi regułami i unikają w zasadzie prywatnych rozmów telefonicznych po godzinie 21.00.

Środki niewerbalne mogą towarzyszyć środkom werbalnym lub występować samodzielnie. Służą one do przekazywania ponad połowy informacji. I tak uściśnięcie dłoni występuje w Austrii i w Niemczech zawsze na powitanie i na pożegnanie.

Niepodanie ręki jest interpretowane jako nieuprzejmość i chęć zachowania dystansu.

6. Konsekwencje odstępstw od przyjętych norm

Normy zachowania są we wszystkich społeczeństwach silnie zrytualizowane i uwarunkowane kulturowo. I chociaż Europa posiada wspólne dziedzictwo kulturowe, to normy zachowań są w poszczególnych krajach bardzo różne. W każdym kraju obce zachowania są postrzegane przez pryzmat własnej kultury i własnych doświadczeń. Sposób, w jaki zachowuje się nasz rozmówca, wpływa na nasze emocje. Wszelkie odstępstwa od zachowań, które odbiegają od naszych przyzwyczajeń i doświadczeń, wymagają zmiany naszych schematów myślowych. Stanowi to dla nas emocjonalne obciążenie i dyskomfort psychiczny, który wywołuje negatywne emocje i irytację. Zachowania językowe i pozajęzykowe osób nie będących rodzinnymi użytkownikami danego języka są oceniane przede wszystkim ze względu na ich zrozumiałość, akceptowalność i stopień irytacji, tak więc wszelkie odstępstwa od normy mogą mieć daleko idące negatywne konsekwencje dla stosunków międzyludzkich (Zawadzka, 459).

Cudzoziemcy nie zdają sobie najczęściej sprawy z różnic kulturowych w swoim zachowaniu i wynikających z tego konsekwencji. Niekiedy starają się stosować — jak im się wydaje — neutralne strategie komunikacyjne, milcząc, zmieniając temat lub przechodząc od razu do rzeczy. Takie odstępstwa od przyjętych norm prowadzić mogą do nieporozumień i fałszywych interpretacji; mogą też być powodem zakłócenia komunikacji i całego przebiegu rozmowy, ponieważ normy te są w danej kulturze oczywiste i mają nieświadomy charakter.

Badania wykazały, że nastawienie do językowych i pozajęzykowych zachowań cudzoziemca związane jest również bezpośrednio z nastawieniem do jego osoby. Ponieważ doświadczenia te są uogólniane, łatwo prowadzą do powstawania stereotypów i uprzedzeń

w stosunku do rozmówcy. Można temu zapobiec, jeżeli uświadomimy sobie, że formy zachowań są uwarunkowane kulturowo.

Niedostosowanie się do zasad interkulturowych może być powodem konfliktów, komplikować komunikację, a w kontaktach handlowych uniemożliwić zawarcie umowy, a nawet doprowadzić do zerwania współpracy.

7. Różnice w prowadzeniu rozmów handlowych

Różnice w sposobach prowadzenia rozmów pomiędzy Polakami a przedstawicielami innych narodów były przedmiotem licznych badań empirycznych przeprowadzonych w Polsce w ostatnich latach.

Wiedza o strategii komunikowania się jest ważna z praktycznego punktu widzenia, ponieważ pozwala firmom na stworzenie programu szkoleniowego mającego na celu trening pożądanych zachowań. W badaniach przeprowadzonych przez Annę i Sławomira Winchów (Winch 2000) przedmiotem porównań były techniki perswazyjne, polegające na przekonaniu drugiej strony za pomocą argumentów o słuszności danego stanowiska. Chodziło o odpowiedź na pytanie o dominujący styl argumentacji i o to, na czym polegają różnice kulturowe między poszczególnymi narodami.

Style negocjacyjne rozmówców pochodzących z różnych kręgów kulturowych analizowane były (Jankowski, Sankowski 1995, 41) w oparciu o następujące kryteria:

- a) poczucie tożsamości (indywidualizm – kolektywizm),
- b) relacje pomiędzy stronami negocjacji (sprzedający – kupujący), znaczenie nadawane czynnikowi czasu i sposób postrzegania czasu w negocjacjach,
- c) metody wymiany informacji stosowane w trakcie rozmów.

Winchów interesowało szczególnie ostatnie kryterium odnoszące się do wymiany informacji w trakcie rozmów, przy czym zajęli się oni szczególnie analizą taktyk zastosowanych podczas negocjacji, a mianowicie kategoriami odwołującymi się do faktów i emocji pozytywnych (obietnice, rekomendacje, nagrody, samoprezentacje) i odwołujących się do faktów i emocji negatywnych (groźby, ostrzeżenia, kary i nakazy).

Skoncentrowali się nad badaniem techniki perswazyjnej pomiędzy stronami, formy komunikacji uwarunkowanej kulturowo. W swoich badaniach wykorzystali metodologię opracowaną przez J. Grahama (1996), która pozwoliła im zaobserwować różnicę w praktykowaniu odmiennych wzorców komunikacyjnych i metod wymiany informacji. Ich grupa badawcza składała się z ludzi w wieku 25 – 30 lat, ok. 40% z nich posiadało średnie wykształcenie, przy czym nie wszyscy z nich posiadali doświadczenie negocjacyjne.

Z przeprowadzonych przez Winchów badań wynika, że najbardziej twardymi, trudnymi i aroganckimi negocjatorami są Francuzi. W porównaniu z innymi narodami skłonni są najczęściej do stosowania groźby i kary. Francuzi częściej niż inni sięgają po ostrzeżenia, ale w tej kategorii przewyższają ich Polacy. Rzadko stosują natomiast nakaz jako środek wywierania wpływu, w przeciwieństwie do Polaków i Hiszpanów.

W porównaniu z innymi narodami Polacy, Hiszpanie i Brytyjczycy najwięcej obiecują, natomiast najmniej obietnic składają Brazylijczycy. Polacy z kolei najchętniej mówią o nagrodach, nie chcą jednak podejmować zobowiązań. W porównaniu z Niemcami, Francuzami, Rosjanami, Brazylijczykami, Brytyjczykami, Amerykanami, Hiszpanami i Japończykami Polacy dokonują bardzo mało samoprezentacji, co powoduje, że ich potrzeby

i oczekiwania nie są w pełni wyrażane. Można to interpretować jako wyraz nieufności wobec innych lub silny stereotyp zachowania negocjacyjnego, objawiającego się w zasadzie w tym, aby jak najwięcej słuchać, a jak najmniej mówić o sobie (Winch 2000, 8).

W porównaniu z innymi negocjatorami Polacy najsilniej odczuwają presję związaną z sytuacją negatywną. Zdaniem Winchów nie ma to jednak bezpośredniego związku z autorytarnym charakterem państwa komunistycznego, ponieważ, jak wykazały przeprowadzone przez nich badania, Rosjanie nie wykazują takich tendencji. Ich zdaniem, może to sygnalizować, że Polacy bardziej otwarcie wyrażają swoje negatywne emocje.

W porównaniu z innymi — piszą Winchowie dalej — Polacy częściej powołują się na otoczenie jako kryterium podejmowania decyzji. Rządziej natomiast mówią o swoich potrzebach i oczekiwaniach, co utrudnia znalezienie satysfakcjonujących rozwiązań w danej sytuacji negocjacyjnej.

W relacjach międzyludzkich najbardziej sympatyczni są Brytyjczycy, ponieważ przekazują najwięcej komunikatów pozytywnych, a najmniej negatywnych. Polacy natomiast zajmują pierwsze miejsce, jeśli chodzi o przekazywanie treści negatywnych; przekazują też najmniej treści pozytywnych.

Na pytanie, jaki sposób komunikacji jest najbliższy polskiej obyczajowości, można odpowiedzieć w następujący sposób:

1. Polacy są bardzo podobni do Brytyjczyków pod względem formułowania obietnic, gróźb i stopnia zadawania pytań.
2. Polacy, podobnie jak Japończycy, posługują się rekomendacjami.
3. Polaków łączy z Brazylijczykami i Hiszpanami niechęć do podejmowania zobowiązań.
4. Polaków łączy z Hiszpanami wymiar stosowania nakazów i zadawania pytań.
5. Polacy są najbardziej podobni do Hiszpanów, Brazylijczyków i Niemców w stosowaniu argumentów negatywnych.
6. Polacy są najbardziej podobni do Hiszpanów i Japończyków w stosowaniu argumentów pozytywnych.

Reasumując, można powiedzieć, że polski styl komunikacji negocjacyjnej jest najbliższy hiszpańskiemu, a najbardziej różni się od rosyjskiego. Polakom zatem najbliżsi są w sferze komunikacji Hiszpanie, a największą różnicę widać w stosunku do Rosjan.

Na ogół powoduje to ogromne zaskoczenie, ponieważ przeczy stereotypowi mówiącemu o bliskości kulturowej Słowian, której nie udało się stwierdzić na poziomie negocjacji handlowych.

Winchowie doszukują się źródła podobieństwa Polaków i Hiszpanów w przynależności obu narodów do katolicyzmu, przy czym podkreślają, że istotna jest nie tyle sama religia, lecz sposób wychowania, kształcenia i stosunki społeczne w państwie.

Przeprowadzone tutaj badania i opisywanie zjawisk związanych z procesem komunikacji może przyczynić się do skuteczności działań negocjacyjnych Polaków z innymi narodami.

8. Podsumowanie

Sytuacja interkulturowa jest niezwykle skomplikowana, a związana z nią praktyka bardzo złożona. Uwzględnienie problematyki interkulturowej w nauce języków obcych, ćwiczenie umiejętności komunikacji interkulturowej oraz strategii prowadzenia negocjacji handlowych w obcym języku na wyższych uczelniach jest nakazem chwili.

Niezbędne jest przeprowadzenie jeszcze szeregu badań kulturowych, które mogą przyczynić się do doskonalenia taktyki prowadzenia rozmów i negocjacji. Często bowiem argumentacja odwołująca się do innych wartości i zachowań jest mało skuteczna w konkretnym przypadku negocjacyjnym. Odmiennie, nieuświadomione i niewypowiedziane oczekiwania partnerów związane ze spotkaniem handlowym mogą prowadzić do frustracji, a nawet do zaprzestania współpracy.

W celu uniknięcia nieporozumień i powstawania fałszywych stereotypów konieczne jest zdobycie oprócz kompetencji językowej, także kompetencji interkulturowej.

Przejawiać się ona powinna w znajomości różnych rodzajów mentalności, hierarchii wartości, schematów myślenia i znajomości odpowiednich sposobów zachowania. Jest to szczególnie ważne w erze globalizacji procesów gospodarczych, ponieważ przy prowadzeniu interesów handlowych potrzebna jest specyficzna kompetencja językowa i kulturowa.

Jedynie krytyczne i refleksyjne podejście do własnych i obcych zachowań oraz tworzenie nowych schematów myślowych może przyczynić się do uświadomienia i zmiany naszych dotychczasowych oczekiwań i nastawień.

Ze względu na duże trudności w zdobywaniu wielostronnych kompetencji językowych, kulturowych i negocjacyjnych w obcych kulturach dobrze byłoby, gdyby udało się nam wykształcić u studentów, oprócz kompetencji językowej i specjalistycznej, takie cechy, jak wrażliwość i empatię oraz otwartość na to, co nowe.

Literatura

- Czochralski, Jan (1992): *Różnice w zakresie językowych zachowań Polaków i Niemców*, [w:] *Uprzedzenia między Polakami a Niemcami. Materiały polsko-niemieckiego Sympozjum Naukowego 9 – 11 grudnia 1992*, Görlitz – Zgorzelec.
- Göhring, Heinz (2002): *Interkulturelle Kommunikation*, Stauffenburg Verlag, Tübingen.
- Hall, Edward T. (1986): *Intercultural Communication*, „Communication Research Trends”, vol. 7, nr 3, 1986.
- Graham, J.: *Vis-a-Vis* (1996). *International business negotiation*, [w:] P. Ghauri, M-C. Claude Usunier (red.), *International business negotiations*, Pergamon.
- Hennrich, Daniela (2000): *Höflichkeit mit Handkuß ist gefragt*, „Die Presse”, 27.05.2000.
- Jankowski, W.B., Sankowski, T.P. (1995): *Jak negocjować?*. CIM Warszawa.
- Miller, Laura (1994): *Japanese and American Meetings and what goes on before them: a case study of co-worker Misunderstanding*, „Pragmatics” 4/2/1994.
- Tyszka, Andrzej (1995): *Rozmowa kultur*, [w:] *Komunikacja międzykulturowa. Zbliżenia i impresje*, red. A. Kopciak, L. Kasprówicz, A. Tyszka, Instytut Kultury, Warszawa.
- Winch, Anna i Sławomir (2000): *Lepiej sprzedać, lepiej kupić*, „Personel” — dodatek „Doradca Personalny”, 1 – 31 lipca 2000.
- Zawadzka, Elżbieta (2000): *Glottodydaktyczne aspekty interkulturowości*, [w:] *Problemy Komunikacji Międzynarodowej*, Oficyna Wydawnicza Graf-Punkt, Warszawa.