

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Н. Н. Алешкевич

ПРОДУКТИВНЫЙ НЕТВОРКИНГ: ИСКУССТВО УСТАНОВЛЕНИЯ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ

Самые богатые в мире люди ищут и строят сети. Вы можете иметь грандиозную идею или продукцию. Но они станут успешными только тогда, когда вы имеете сеть, через которую можно сообщать об этом людям.

Р. Кийосаки

Деловые контакты и связи занимают самую высокую позицию в ранге факторов, влияющих на развитие и процветание бизнеса. Создание деловых знакомств или нетворкинг является очень эффективным инструментом, активизирующим бизнес.

Понятие *нетворкинг* произошло от американских слов *net* – ‘сеть’ и *working* – ‘работать’. Определение быстро вошло в привычную речь деловых людей, его используют социологи, бизнес-тренеры, журналисты, бизнесмены. Они убеждены на 100 %: налаженный нетворкинг является мощным инструментом для продвижения и развития любого бизнеса.

Если проанализировать работу успешных людей в различных сферах деятельности, несложно обнаружить, что все они имеют колоссальные связи – их знает и уважает огромное количество людей. Удивительной особенностью этих персоналий является то, что на любом мероприятии – встрече, обеде, прогулке – они налаживают контакты, заводят полезные знакомства и знают о правилах нетворкинга не понаслышке. На самом деле, с нетворкингом мы постоянно сталкиваемся в обычной жизни, общаясь с разными людьми по разным вопросам. Развивая в себе навыки нетворкинга, постоянно заводя нужные бизнес-знакомства, у вас появляется больше шансов добиться успеха в любом деле.

Нетворкинг – это важная составляющая маркетингового плана. В бизнесе, передавая важную информацию из уст в уста, формируется мощная база клиентов, привлекаются потребители, инвесторы, партнеры, и создается сеть, которую можно использовать в плане эффективной рекламы. Однако следует помнить, что нетворкинг будет приносить результаты, если вы наладите бизнес-знакомства, носящие взаимовыгодный характер. Если «подача» идет только с вашей стороны, игра «в одни ворота» не принесет успеха. Сеть при таком исходе не будет сгенерирована, так как взаимоотношения требуют обязательной кооперации, участия с обеих сторон.

Еще недавно о нетворкинге не знали, хотя активно пользовались его принципами. На Руси существовало такое понятие, как «блат». Определение было введено Екатериной II в период массового переселения выходцев из

Германии в Россию. Каждому переселенцу и ребенку, рожденному в его семье, императрица выдавала лист (блат) – (в немецком языке *blatt* – ‘лист’). Владение таким документом давало человеку значительные привилегии – он освобождался от наказаний, каторги, армии, ему в первую очередь выдавался пай земли.

Общепринятое значение слова *блат* в современном мире – полезные связи, знакомства, благодаря которым можно получить какие-то блага в обход правил и законов, часто в ущерб интересам общества или государства.

В советские времена опять появилась ниша для внедрения этого слова в русский язык. В условиях угнетающего дефицита определенные товары можно было достать только через «нужных» людей, или «по благу». Только так можно было приобрести деликатесы, импортную одежду, «заграничную» технику. Имея связи, можно было съездить за границу или поступить в престижный институт. Связи многое решали тогда и решают сегодня, в современном мире. Только называется процесс их налаживания по-другому: нетворкинг. Однако эти понятия не абсолютно идентичны. В отличие от блата суть нетворкинга не строится на ущемлении чьих-то интересов (общества или государства).

Как научное течение дисциплину открыли американские психологи С. Милгрэм и Дж. Трэверс. Они выдвинули интересную гипотезу о «законе шести рукопожатий»: между двумя абсолютно незнакомыми людьми на Земле можно создать связующую цепь, состоящую из 6 уровней. Развивая эту идею и применяя ее в бизнес-среде, деловые американцы заметили, что с помощью созданной таким образом цепочки можно решить практически любую задачу или проблему.

Нетворкинг может быть профессиональным, личным или социальным.

По характеру взаимодействия нетворкинг подразделяется на такие виды:

- позитивный (деловые знакомства создаются для предоставления людям своих знаний, навыков, продуктов, исходная цель – в первую очередь быть полезным);
- негативный (знакомства используются исключительно для извлечения личной выгоды, отдача при этом с исходной стороны минимальна);
- смешанный (гармоничное соединение двух первых пунктов – не только использование связей, но и предоставление чего-то взамен).

Наиболее удачные мероприятия для нетворкинга – выставки, мастер-классы, конференции, тренинги, спортивные клубы, использование старых связей и публикации в СМИ. Совместные интересы, увлечения очень сближают людей, а общение в неформальной обстановке позволяет эффективнее и быстрее установить контакт нужного уровня.

Безусловно, нетворкинг имеет плюсы и минусы. Из положительных моментов – новые знакомства всегда интересны, вы можете использовать связи для достижения своих целей, а также проявлять искреннюю заботу, поддержку, оказывать помощь другим. Обратная «сторона монеты» нетворкинга также очевидна: заводить полезные знакомства бывает нелегко, связи

необходимо постоянно поддерживать, чтобы они не угасли, вашими возможностями могут злоупотреблять, постоянно прося о помощи и не давая ничего взамен.

Однако, несмотря на сложности, принципы деловой сети действуют практически всегда, а бизнес-нетворкинг – это незаменимый помощник в любой сфере деятельности.

К. А. Базан

НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕСТВЕ

Поиск ответа на вопрос «Кто есть я?» является одной из самых актуальных и сложных задач, стоящих перед современными гуманитарными науками. Над формулировкой понятия *идентичность* работают представители философии, антропологии и психологии. Обратившись к истории изучения вопроса, можно отметить отсутствие интереса со стороны ученых к данной проблематике до начала XVII века и стремительный его рост в массовой культуре в последние десятилетия. На протяжении нескольких столетий исследований можно говорить об идентичности как о проекции «я» и об идентичности как о социальном и коллективном «я».

Одновременно с изучением интернальных проекций себя ученые также обратили внимание на взаимосвязь личности с социумом. Коллективная идентичность подразумевает всевозможные категории, к которым может отнести себя субъект. К таким категориям могут быть отнесены «возраст», «раса», «рабочий класс», «национальность».

Национальность воспринимается как нечто врожденное, передающееся от поколения к поколению, однако нынешние реалии повлекли за собой появление новых форм национальной идентичности. Значительное количество людей относят себя к двум национальностям – речь идет о *двойственной национальной идентичности*.

Комбинацией идей национализма и двойственной идентичности можно считать *субгосударственный национализм*, т.е. самоидентификация индивида как гражданина всего государства, так и представителя национального меньшинства, обычно проживающего на его территории.

Движение за отделение автономного округа Каталонии от Испании показало, что в стране назрел новый кризис национальной идентичности.

Во время правления диктатора Ф. Франко (1939–1975) национальная идентичность базировалась исключительно на образе Кастилии, полностью игнорируя культуру и языковое разнообразие других регионов страны. После его смерти в 1975 году была принята Конституция, где, помимо обязанности гражданами владеть испанским языком, ею признается право пользования языками национальных меньшинств на территории определенных автономных округов. На территории Испании таковыми являются каталанский на территории Каталонии, Валенсии и Балеарских островов, баскский в Стране Басков и Наварон и галисийский в Галисии.