

человека о мире, ровно, как и источника изучения самих этих знаний. В этой связи раскрыть проблему функционирования значения невозможно без учёта достижений в области семантики языка, главной науки о значении языковых знаков. В качестве важных шагов на пути создания «междисциплинарного союза» учёных можно назвать разработку значения как *живого знания* и выделение категории *языкового сознания*, которая оказалась востребованной в целом ряде лингвистических наук.

Таким образом, построение общей теории значения должно учитывать психологические, социокультурные и лингвистические аспекты функционирования знания и познания, что требует создания широкой междисциплинарной платформы для решения поставленных задач.

Г. С. Масютина,
канд. филол. наук,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: ma_galina@yahoo.es

ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ИСПАНСКОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Для плодотворного сотрудничества с иностранными компаниями необходимы знание и уважение базовых ценностей и национальных особенностей их деловых культур.

В рамках научного направления кросс–культурной коммуникации существуют различные классификации стереотипов сознания и поведения в процессе делового общения представителей разных культур. Так, национальные деловые культуры дифференцируются на высококонтекстные и низкоконтекстные по статусу и по степени вербальной составляющей, на монокронные и полихронные – по критериям восприятия и использования времени (Э. Холл), на моноактивные (task – oriented), полиактивные (people – oriented) и реактивные (respect – oriented) – по объекту ориентации (Р. Льюис).

Учитываются также критерии универсализма/партикуляризма, индивидуализма/коллективизма, эмоциональности/нейтральности, конкретности/диффузности (Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпден-Тернер), параметры «дистанция власти», «неприятие неопределенности» и другие (Г. Хофстеде).

Мощным стратегическим инструментом, мотивирующим работников на достижение общих целей и способствующим эффективному общению между ними, является корпоративная культура организации. Деловая корпоративная культура характеризуется общей системой базовых ценностей, норм и принципов, разделяемых сотрудниками компании и предопределяющие их поведение и характер жизнедеятельности организации.

Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпдэн-Тернер описывают четыре типа корпоративной управленческой культуры, которые отличаются степенью централизации управления, степенью формализации отношений и объектом ориентации, с условными названиями: «Инкубатор» (ориентирован на самосовершенствование и достижение личного результата), «Семья» (иерархичный тип культуры с ориентацией на указания сверху и на раскрытие личного потенциала), «Эйфелева башня» (четкое распределение обязанностей) и «Самоуправляемая ракета» (командная реализация высоко рентабельных часто краткосрочных проектов) [1, с. 1–370]. В. В. Зябриков определяет эти виды культуры как «Культура профессионалов», «Культура лидера (клановая, семейная)», «Бюрократическая культура» и «Культура предпринимателя (рыночная)» [2, с. 246].

На процесс деловой коммуникации влияют общенациональные культурные ценности и ментальные качества жителей страны, которой они принадлежат. По общепринятому мнению исследователей, характеру испанцев присущи преобладание духовности и эмоциональности над логикой и рационализмом, чувство личного и национального достоинства, гордость, свободолюбие, патриотизм. Отличительными чертами деловой корпоративной культуры Испании считаются коммуникабельность, подвижность, гибкость, которые проявляются в таких особенностях взаимодействия партнеров, как общительность, доброжелательность, энергичность, эмоциональность и раскованность. Деловая культура испанской бизнес-среды

высококонтекстна и полиактивна. Общение во многом зависит от контекста невербальной части сообщения и от статуса работника. Это культура с полихронным восприятием времени, т.е. свободным отношением к данной категории. Деловые встречи могут начинаться позже установленного времени, дедлайны нередко нарушаются.

По способу организации испанскую корпоративную культуру можно отнести к типу «Семья», при котором доминируют персональные взаимоотношения с низкой степенью формализации, но в то же время она иерархична, так как отличается высокой степенью централизации в управлении. Все важные управленческие решения в большинстве испанских компаний принимаются на высшем уровне. Одной из ключевых ценностей испанской корпоративной культуры является ориентация на личность. При этом наблюдается баланс между стремлением к коллективизму в производственных отношениях и глубокому проявлению индивидуальных качеств сотрудников.

Достижение успеха в деловом общении с испанскими партнерами на международном уровне может быть обеспечено, если рассматривать данную коммуникацию через призму национальных особенностей корпоративной культуры испанской бизнес-среды.

Список использованных источников

1. Тромпенаарс, Ф. 4 типа корпоративной культуры / Ф. Тромпенаарс, Ч. Хэмпден-Тернер. – Минск: Попурри, 2012.
2. Зябриков, В. В. Сравнительный анализ классификаций национальной деловой культуры на основе единой типологии. // Проблемы современной экономики, № 4 (56), 2015. С. 244–247. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=5639> (дата обращения: 23.02.2025).

N. A. Mikhailova,
Master of psychology,
senior lecturer

V. P. Schekutava,
student
BSEU (Minsk)

e-mail: Nadya_130@tut.by; vikaqf@gmail.com

CHATBOTS AS TOOLS FOR DEVELOPING SUPRA-PROFESSIONAL INTERCULTURAL COMMUNICATION

The modern business and economy are highly globalized, influencing the development of cross-cultural communication. New technologies are created to combat two most crucial functions: bypassing language obstacles and facilitating communication while preserving cultural heritage [2]. Respect towards one's business partners, a mutual understanding of shared goals, and effective communication are important in business partnerships. Cross-cultural communication employs the newest methods to manage these elements. As economies and businesses meet at a rapid rate, countries strive to preserve cultural identity while effectively participating in international trade. Artificial intelligence (AI) plays a vital role in facilitating international business interactions, offering mobility, convenience, and online/offline capability, distinguishing it from other cross-cultural communication channels.

The evolution of AI raises the question of what becomes of interpreters in the future. Although the profession is evolving, it is not disappearing but transforming [3]. Modern interpreter training incorporates new technologies into the digital age. Chatbots, for example, make the work of translators easier by getting them to move quicker and more effectively. Translators load texts into chatbots for initial processing and subsequently correct the output for completeness and conciseness. AI also handles tasks like synonym searches and information analysis, thereby making the translation process smoother.