

## Mirosława Pluta-Olearnik

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
e-mail: mirosława.pluta-olearnik@ue.wroc.pl

---

### RECENZJA KSIĄŻKI PT. *KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA W BIZNESIE* AUTORSTWA GRAŻYNY ROSY, IZABELI OSTROWSKIEJ, KAMILI SŁUPIŃSKIEJ, LESZKA GRACZA

---

DOI: 10.15611/nit.2018.1.05

## Waga tematyki



Książka, którą polecam czytelnikom, została przygotowana przez zespół badaczy reprezentujących Uniwersytet Szczeciński, specjalistów w zakresie marketingu, usług, nowych technologii i dobrze wpisuje się we współczesny nurt praktycznego kształcenia na wielu kierunkach studiów w Polsce. Nurt ten dotyczy takiego kształcenia studentów i słuchaczy (w tym np. technologów żywności), by w przyszłości podolali wyzwaniom międzynarodowego środowiska, zróżnicowanego nie tylko pod względem ekonomicznym, prawnym, technologicznym, społecznym, ale też kulturowym. Lektura tej książki może być również przydatna dla aktywnych badaczy i pracowników instytucji współpracujących z zagranicznymi partnerami np. w zakresie doskonalenia jakości i bezpieczeństwa

produktów żywnościowych, a także kształcących w tym obszarze.

Trudno sobie obecnie wyobrazić funkcjonowanie profesjonalistów w wielu dziedzinach bez znajomości warunków środowiska międzynarodowego i umiejętności skutecznego komunikowania się w kulturowo odmiennym otoczeniu. Wyzwania te powstają zarówno w branżach przemysłowych (o różnym zaawansowaniu technologicznym), jak i konsumpcyjnych (w tym w branży żywnościowej czy usługach). Obserwowana od lat ekspansja na rynki zagraniczne polskich przedsiębiorstw, jak i obecność na rodzimym rynku światowych dostawców produktów i usług wyraźnie

uświadamiają potrzebę rozwoju konkretnych umiejętności kadry pracowników, w tym konieczność skutecznej komunikacji międzykulturowej nie tylko w biznesie, ale też w różnych formach współpracy, np. w badaniach.

Prezentowana publikacja jest cenna jako źródło usystematyzowanej, przydatnej i aktualnej wiedzy wymaganej w kontaktach między dostawcami, partnerami, klientami i pracownikami wszystkich branż obecnych na współczesnych rynkach.

### **Krótką charakterystyka treści**

*Komunikacja międzykulturowa w biznesie* (Wydawnictwo edu-Libri, Kraków 2018) jest dziełem zbiorowym czworga autorów, którzy przygotowali sześć rozdziałów o przemyślanej, logicznej konstrukcji. Książka opatrzona jest wstępem, zakończeniem i bibliografią. Całość opracowania liczy 167 stron.

Pierwsza część książki ma charakter teoretycznego wprowadzenia do zagadnień dotyczących różnic kulturowych oraz komunikacji i zawiera trzy rozdziały na temat: istoty komunikacji i komunikacji marketingowej (G. Rosa – rozdział 1), znaczenia kultury oraz różnic kulturowych w kontekście zachowań społecznych (G. Rosa – rozdział 2), zjawiska komunikacji międzykulturowej (I. Ostrowska – rozdział 3).

Natomiast druga część zawiera trzy rozdziały o charakterze praktycznym. Ta część jest konsekwentnie prezentowana według tzw. kryterium narodowego, które wprawdzie nie jest najlepszym wyznacznikiem granic kulturowych, ale odnosi się do większych obszarów (tutaj: regionów świata) i jednocześnie jest to kryterium czytelne i łatwe do zastosowania w praktyce. Autorzy analizują kulturowe aspekty komunikacji w określonych regionach świata, czyli w czterech krajach Ameryki Północnej i Łacińskiej (K. Słupińska – rozdział 4), w pięciu krajach azjatyckich (I. Ostrowska – rozdział 5) oraz w piętnastu krajach europejskich (L. Gracz – rozdział 6).

Autorzy książki koncentrują swoje rozważania przede wszystkim na wyróżnikach kultury istotnych w procesie współpracy czy negocjowania, jak: podejście do transakcji (kultury propartnerskie i kultury protransakcyjne), stosunki międzyludzkie i status społeczny (kultury ceremonialne i hierarchiczne oraz kultury nieceremonialne i egalitarne), podejście do czasu (kultury polichromiczne i kultury monochromiczne) oraz sposób wyrażania emocji w kontaktach międzyludzkich (kultury powściągliwe i kultury ekspresyjne). Tym, co szczególnie wyróżnia zawartość tej publikacji, są liczne opisy konkretnych sytuacji biznesowych, podczas których wymagana jest znajomość zasad komunikacji międzykulturowej.

Trzeba podkreślić, że układ treści i zawartość merytoryczną książki charakteryzują logika i czytelność wywodu oraz znajomość wyników badań światowych i praktyki komunikacji w międzynarodowym środowisku. W rezultacie czytelnik poznaje specyfikę zachowań społecznych w wyjątkowo dużej liczbie opisanych krajów o odmiennych kulturach. Lekturze publikacji sprzyja ponadto komunikatywny, przyjazny dla czytelnika styl pisarski.

## **Konkluzja**

Polecane opracowanie stanowi kompendium wiedzy na temat kulturowych uwarunkowań działania w międzynarodowym otoczeniu, których znajomość może decydować o sukcesie rynkowym firm, produktów, technologii czy inwestycji. Struktura treści umożliwia zasięgnięcie informacji o konkretnym kraju zlokalizowanym na kontynencie amerykańskim, azjatyckim oraz europejskim i pozyskanie wiedzy niezbędnej w kontaktach zawodowych. Trudno sobie dziś wyobrazić nie tylko efektywne negocjacje, ale też wspólne badania lub branżowe spotkania bez dobrej znajomości specyficznych zachowań osób reprezentujących odmienne kulturowo kraje. Posiadanie wrażliwości kulturowej jest obecnie oznaką profesjonalnego podejścia do kształcenia, biznesu i współpracy na gruncie zawodowym.