

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
Rozdział 1. NAUKA O KOMUNIKACJI	9
1.1. Definicja komunikacji	9
1.2. Komunikacja w różnych systemach ewolucyjnych	10
1.3. Historyczne etapy rozwoju nauki o komunikacji	11
1.4. Podsumowanie	13
Rozdział 2. SPECYFIKA PROCESU KOMUNIKACYJNEGO	15
2.1. Budowa procesu komunikacji	15
2.2. Poziomy komunikacji	16
2.3. Formy komunikacji	17
2.4. Typy komunikacji	18
2.5. Sposoby realizacji aktu komunikacji	19
2.6. Modele komunikacji	20
2.7. Podsumowanie	30
Rozdział 3. KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA BIZNESOWA	32
3.1. Komunikacja a kultura	32
3.2. Ukraińskie środowisko kulturowe	36
3.3. Specyfika komunikacji biznesowej	44
3.4. Formy komunikacji biznesowej	47
3.5. Dwa składniki aktu mownego	48
3.6. Bariery w międzykulturowej komunikacji biznesowej	51
3.7. Podsumowanie	52
Rozdział 4. STEREOTYPY W PRZESTRZENI KOMUNIKACYJNEJ	54
4.1. Stereotyp i proces komunikacji	54
4.2. Definiowanie stereotypów	55
4.3. Podstawowe różnice między stereotypem a nastawieniem, pojęciem, schematem i uprzedzeniem	61
4.4. Źródła stereotypów	63
4.5. Funkcje stereotypów	65
4.6. Cechy stereotypów	67
4.7. Typologia stereotypów	68

4.8. Podejście do stereotypu w biznesie i jego rola w międzykulturowej komunikacji biznesowej	70
4.9. Podsumowanie	71
Rozdział 5. ROLA STEREOTYPÓW W KOMUNIKACJI MIĘDZYKULTUROWEJ BIZNESOWEJ: STUDIUM PORÓWNAWCZE POLSKO-UKRAIŃSKIE	73
5.1. Aktualność tematu i cele badawcze	73
5.2. Opis układania kwestionariuszy dla badania autostereotypu i heterostereotypu. Wybór rodzajów pytań. Grupa docelowa	73
5.3. Heterostereotyp Ukraińca ze środowiska biznesowego w polskim środowisku biznesowym	76
5.4. Opis treści rozdziałów ankiety	76
5.5. Stereotypy w ocenach ukraińskich przedsiębiorców przez polskich respondentów. Studium porównawcze	78
5.6. Podsumowanie	107
ZAKOŃCZENIE	110
ZAŁĄCZNIKI	115
Załącznik 1. Dane statystyczno-demograficzne	115
Załącznik 2. Cechy osobowości przedstawicieli biznesu z Ukrainy	118
Załącznik 3. Komponent afektywny: odpowiedzi respondentów – kobiety	121
Załącznik 4. Komponent afektywny: odpowiedzi respondentów – mężczyźni	124
Załącznik 5. Komponent poznawczy: grupa I	127
Załącznik 6. Komponent poznawczy: grupa II	133
Załącznik 7. Komponent behawioralny: stanowisko „specjalista”	139
Załącznik 8. Komponent behawioralny: stanowisko wyższe od „specjalista”	145
Załącznik 9. Krzyżowanie dwóch zmiennych: stanowisko/wiek	151
Załącznik 10. Odpowiedzi otwarte	152
BIBLIOGRAFIA	161
SPIS RYSUNKÓW	173
SPIS TABEL	175
STEREOTYPES IN INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATION (on a basis of Polish-Ukrainian business relations) (Summary)	177