

УДК 008.001
ББК 71.06

DOI 10.47475/1994-2796-2021-10207

Межкультурная коммуникация в контексте делового взаимодействия: теоретические и практические аспекты

С. В. Михельсон

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В нынешнее время не хватает работ, описывающих межкультурную коммуникацию с новой точки зрения — с точки зрения эффективного межкультурного делового взаимодействия, теоретического анализа моделей классификации культур, сочетания теоретических и практических подходов в преодолении препятствий межкультурного взаимодействия. Цель статьи — проанализировать теоретические и практические аспекты эффективной межкультурной деловой коммуникации, описать барьеры в межкультурном взаимодействии и пути их преодоления.

Ключевые слова: барьеры межкультурного взаимодействия, деловая коммуникация, культура, межкультурная коммуникация, переговоры, мультикультурализм.

Межкультурное деловое взаимодействие происходит в среде различных культур с присущими им особенностями. Эффективное управление международной конструктивной коммуникацией и ведением переговоров требует опоры на адекватные теоретические решения и эффективную организацию практической коммуникативной работы. Поэтому необходимо проанализировать различные аспекты интернационализации в межкультурной коммуникации.

Несмотря на то что различные аспекты межкультурной коммуникации рассматривались в работах различных авторов, на сегодняшний день наблюдается недостаток работ, описывающих межкультурную коммуникацию с новой точки зрения — с точки зрения эффективного межкультурного делового взаимодействия, теоретического анализа моделей классификации культур, сочетания теоретических и практических подходов в преодолении барьеров межкультурного взаимодействия. По нашему мнению, без тесного синтеза этих аспектов невозможно детально понять смысл эффективного межкультурного делового взаимодействия.

Проблема — недооценка важности теоретической и практической гармонии элементов межкультурного взаимодействия.

Объект исследования — межкультурная коммуникация в контексте делового взаимодействия.

Цель работы — проанализировать теоретические и практические аспекты эффективной межкультурной деловой коммуникации.

Задачи работы: 1) проанализировать аспекты мультикультурализма в контексте межкультурного делового взаимодействия через модели классификации культур различными мировыми учеными;

2) описать препятствия на пути межкультурного взаимодействия и пути их преодоления.

По нашему мнению, только при правильном понимании аспектов, перечисленных в задачах, можно обеспечить эффективную межкультурную коммуникацию в контексте делового взаимодействия.

Методы исследования — системный, сравнительный, логический анализ и синтез научной литературы.

Коммуникация представителей различных культур в глобальном мире создает дополнительные трудности в оценке переговорных навыков, навыков делового взаимодействия общающихся субъектов и в моделировании стратегических решений. Все это предполагает необходимость поиска подходов моделирования, ориентированных на межкультурную совместимость и более эффективное знание контекста межкультурного делового взаимодействия.

Разные ученые представили различные классификации, которые показывают, как особенности делового взаимодействия и ведения переговоров одной культуры зависят от той или иной культурной среды.

Коэн [1, с. 7—32] различает две парадигмы ведения переговоров и делового взаимодействия: американскую и восточную. Кроме того, переговоры, а также различные встречи и собрания формируют основу для межкультурного делового взаимодействия, поэтому в данной статье мы уделим большее внимание переговорам.

Американская культура делового взаимодействия и переговоров основана на вербальном, эксплицитном, низкоконтекстном стиле общения. Культуры с низкой контекстуальностью

характеризуются: 1) прямой и экспрессивной речью; 2) ограниченным вниманием к использованию невербальных форм взаимодействия в общении; 3) четкой и точной оценкой всех затронутых тем и вопросов; 4) трактовкой молчаливости как недостаточной компетентности или недостатка информации; 5) открытым выражением неудовлетворенности [3]. Эта парадигма основана на принципах «Я могу делать» и «Давать и брать». В деловом взаимодействии и переговорах представители американской парадигмы, видя преимущества отдачи и принятия, могут делать многие процессы, которые не были полностью включены в повестку дня деловой встречи, а также договариваться о вещах, отличных от того, что изначально предполагалось. Во время переговоров постоянно ищут решения с партнером по переговорам, поскольку считается, что обе стороны должны быть мотивированы решать проблемы точно так же, как они заинтересованы в получении прибыли. Время для представителей этой парадигмы всегда имеет реальную ценность, особенно это касается представителей США.

Восточная парадигма ведения переговоров и делового взаимодействия базируется на различных переговорных характеристиках. В ней доминирует внутренний, высококонтекстный стиль коммуникации. Высокие контекстуальные культуры характеризуются: 1) непроявленным, скрытым языком, множественными паузами с множественными значениями; 2) ориентацией на невербальное общение и способностью «говорить глазами»; 3) точной, детальной передачей информации; 4) избегание открытого показа недовольства, гнева в различных условиях. Восточная парадигма характеризуется тем, что деловое взаимодействие, переговоры и принятие решений происходит в гораздо большей степени на основе коллективного мнения, а не личных установок. Установление и укрепление личных отношений во время делового взаимодействия и переговоров считается очень важным аспектом коммуникации. В этой парадигме межкультурной коммуникации большое значение придается истории, ходу встречи, атмосфере, терпению и терпимости.

Соглашение может быть достигнуто только после установления хороших отношений и без спешки с завершением переговоров. Эта парадигма представлена такими странами, как Япония, Китай и др.

Гестеланд [2] выделил классификацию типов межкультурного взаимодействия и переговоров по трактовке основных аспектов переговоров (субъективности, формальности, времени и эмоциональности). Она позволяет гибко смотреть на

особенности межкультурного взаимодействия и ведения переговоров с точки зрения страны и региона, не привязываясь только к географическому распределению.

Автор анализирует культуры в соответствии со следующими измерениями: 1) ориентация на деловые вопросы и межличностные отношения; 2) формальность и неформальность; 3) ориентация на время и повестку дня; 4) экспрессивность и сдержанность.

Приведенную выше классификацию мы рассмотрим более подробно, так как последняя, по нашему мнению, лучше всего иллюстрирует особенности мультикультурализма в межкультурном деловом взаимодействии.

Деловая ориентация и межличностная ориентация. Вводя это измерение, Гестеланд, в свою очередь, различает следующие типы культур: 1) культуры, ориентированные на деловые отношения (Северная и Германская Европа, Великобритания, Северная Америка, Австралия, Новая Зеландия, Южная Африка); 2) культуры, умеренно ориентированные на деловые отношения (Южная Европа, Восточная Европа, Средиземноморский регион, Гонконг, Сингапур); 3) культуры, ориентированные на взаимные отношения (арабские государства, большая часть Африки, Латинская Америка, большая часть Азии) [2, с. 18].

На мировых рынках подавляющее большинство составляют бизнес-культуры, ориентированные на взаимные отношения. Люди в этих культурах предпочитают работать с членами семьи, друзьями и хорошо известными людьми или их группами, и считают неудобным работать с иностранцами [2, с. 17]. Такие черты характерны, например, для Японии, которую часто называют «обществом пауков» [7, с. 378—379]. Для того чтобы установить деловой контакт с представителями деловой культуры, ориентированной на межличностные отношения, например, японцами, необходимо быть представленным третьей стороной — посредником [2, с. 21]. Это может быть бизнесмен или фирма, хорошо известная обеим сторонам.

Представители, ориентированные на деловые отношения, напротив, довольно легко выстраивают контакты с неизвестными партнерами без какой-либо предварительной подготовки, взаимодействия или отношения [2, с. 17, 19]. Лучшим примером ориентированной на бизнес культуры является США. Во многих отношениях легче всего иметь дело с представителями США, поскольку их философия делового взаимодействия основана на прагматизме и проста [7, с. 166].

Культуры, ориентированные на деловые отношения и взаимные отношения, также различаются

по способу их взаимодействия. Переговорщики, ориентированные на бизнес, обычно предпочитают прямой, открытый, простой язык, в то время как переговорщики, занимающиеся отношениями, предпочитают использовать косвенный и утонченный стиль. Последние предпочитают гармоничные и ровные взаимоотношения. Они стремятся сохранить гармонию, тщательно контролируя свой язык и действия, чтобы не оскорблять других или ставить их в неудобное положение [2, с. 35—36]. Например, японцы избегают употребления слова «нет» в переговорах, поскольку считают, что это может привести к дисгармонии в переговорах [7, с. 381, 383].

Формальность и неформальность. Существуют формальные и неформальные бизнес-культуры. Гестеланд утверждает, что формальные культуры, как правило, делятся на иерархии, отражающие положение и авторитет их членов. Между тем неформальные культуры больше ценили эгалитарные общества с меньшими различиями в статусе и власти [2, с. 45]. Возможна также более детальная разбивка вышеперечисленных культур: 1) высоко неформальные культуры (Австралия, США); 2) полностью неформальные культуры (Канада, Новая Зеландия, Дания, Норвегия); 3) формальные культуры (большинство стран Европы, Средиземноморья, арабских стран, Латинской Америки, большей части Азии [2, с. 47].

Противоположно воспринимаемые ценности могут привести к конфликтам и недоверию за столом переговоров. Например, при переговорах с немецкими бизнесменами настоятельно рекомендуется называть их по фамилиям и не забывать их должности и титулы. Не рекомендуется шутить во время деловых встреч с немцами. Немецкий формализм не ограничивается переговорами: даже на рабочих местах, где они работают вместе уже много лет, они обращаются к своим коллегам по фамилиям [7, с. 197, 199, 201]. Американцы совсем другое дело; хотя они всегда чувствуют себя непринужденно, им не нравится официальная атмосфера при взаимодействии с партнерами.

Ориентация на время и повестку дня. Разные культуры по-разному воспринимают время и повестку дня. Последний аспект мешает эффективной конструктивной коммуникации. В обществах, которые строго относятся ко времени, пунктуальность является обязательной, повестка дня неприкосновенна, а деловые встречи редко прерываются. Гестеланд описывает эти культуры как монохромные в своей модели делового взаимодействия между разными культурами. Их оппозиция — полихромные общества, которые меньше обращают внимания на пунктуальность. В полих-

ромных культурах ценится более свободная повестка дня или деловые встречи, которые могут включать несколько «встреч в рамках встреч».

Гестеланд подразделяет эти различные культуры дальше: 1) высоко монохромные культуры (скандинавская и германская Европа, Северная Америка, Япония); 2) средние монохромные культуры (Австралия, Новая Зеландия, Восточная Европа, Южная Европа, Гонконг, Сингапур, Тайвань, Китай, Южная Корея); 3) полихромные культуры (арабские государства, Африка, Латинская Америка, Южная и Юго-Восточная Азия) [2, с. 57].

Различное восприятие времени и повестки дня приводит к конфликтам. Редко кто-либо из Северной Европы или Северной Америки принимает полихромное использование времени.

Экспрессивность и сдержанность. Гестеланд дает следующую подклассификацию таких культур: 1) высокоэкспрессивные культуры: Средиземноморский регион, Южная Европа, Латинская Америка; 2) среднеэкспрессивные культуры: США и Канада, Австралия и Новая Зеландия, Восточная Европа, Южная Азия; 3) сдержанные культуры: Восток и Юго-Восточная Азия, Северная и Германская Европа [2, с. 68].

Представители сдержанной культуры не любят много говорить, они предпочитают слушать. Слушание — необходимый атрибут их взаимодействия с другими. Представители этой культуры — интроверты, недоверчивые к излишним словам и поэтому умеют общаться без слов. Этому способствует тонкое выражение тела, которое в корне отличается от буйного махания руками у романских народов и африканцев.

Герт Хофстеде [5] характеризует китайское общество как сдержанное. Это означает, что члены китайского общества подчиняют свои желания существующим социальным нормам. По сравнению с западными странами они проводят гораздо меньше времени в отпуске и придают меньше значения этой части жизни.

На рубеже веков Холл [3] разделил культуры на: 1) культуры высокого и низкого контекста; 2) монохромные и полихромные. Характеристики культур с низким и высоким контекстом обсуждались при анализе парадигм ведения переговоров и делового общения: американской и восточной. Характеристики монохронных и полихронных культур обсуждались при анализе классификации типов межкультурной коммуникации и переговоров Гестленда, в которые автор включил некоторые элементы из модели культурной классификации Холла.

По словам Холла, разные культуры по-разному воспринимают пространство. Есть культуры, для

которых характерна потребность в определенном личном пространстве между собой и другими (США, Япония). В отличие от этих культур — латиноамериканские и арабские страны с присутствием им чувством общности. Представители этих культур чувствуют себя комфортно в общем пространстве с другими [9, с. 5].

Льюис делит культуры на три группы в соответствии с их ориентацией на внешний мир: 1) ориентация на достижение цели (представители — высокоорганизованные планировщики (единый план)); 2) ориентация на людей (представители — разговорчивые, ищущие взаимосвязи (многоплановые)); 3) ориентация на уважение к людям (представители — сдержанные, интровертные) [7, с. 42—56]. Классификация моноплоскостных и многоплоскостных культур здесь по существу соответствует вышеупомянутой классификации Холла монохромных и полихромных культур.

Герт Хофстеде [5, с. 53—298] предложил парадигму, в которой выделил шесть культурных измерений (проблем, с которыми каждая культура сталкивается и решает по-своему), с помощью которых можно описать и сравнить отдельные культуры: 1) дистанция власти; 2) избегание неопределенности; 3) индивидуализм — коллективизм; 4) маскулинность — фемининность; 5) долгосрочная — краткосрочная ориентация; 6) удовлетворение и ограничение. Эти измерения должны учитываться в стремлении к эффективному межкультурному деловому и экономическому взаимодействию, а также к продуктивным переговорам. Очевидно, что только лучшее понимание менталитета различных культур позволит нам более эффективно применять нашу коммуникативную стратегию с другими культурами.

Дистанция власти. Эта дистанция связана с существованием / отсутствием неравенства в обществе, а также с уровнями зависимости и взаимозависимости. Это измерение показывает, в какой степени сотрудники осознают, что те, кто выше их в иерархии управления, обладают властью. В культурах с более высоким уровнем власти руководители и подчиненные считают друг друга неравными. Они не чувствуют себя неловко в конечном результате, а скорее принимают как неизбежность то, что должно быть принято. Здесь власть централизована, и подчиненные должны следовать инструкциям. В культурах с меньшей дистанцией власти к руководителям и подчиненным относятся более справедливо, и между ними нет строгих границ. В качестве контраста — культуры, основанные на разной дистанции власти, мы можем идентифицировать Китай, Малайзию, Индонезию, Филиппины, Индию, арабские стра-

ны, Мексику, Венесуэлу, Эквадор (очень сильная дистанция власти) и Швейцарию, Финляндию, Норвегию, Швецию, Ирландию, Новую Зеландия, Дания, Австрия, Израиль (очень слабая дистанция власти) [5, с. 57—59].

Избегание неопределенности. Избегание неопределенности выражает двусмысленность, отсутствие терпимости и потребность в формальных правилах. Оно показывает, в какой степени люди в обществе чувствуют угрозу неопределенных ситуаций и пытаются их избежать. Высокое избегание неопределенности существует в таких странах, как Греция, Португалия, Бельгия, Испания, Франция, Япония, Гватемала, Уругвай, Сальвадор, Перу, Аргентине, Панаме, Чили, Коста-Рика, низкое избегание неопределенности — США, Великобритания, Ирландия, Швеция, Дания, Ямайка, Индия, Малайзия, Филиппины, Гонконг, Сингапур [5, с. 192—194].

Измерение индивидуализм — коллективизм. Измерение индивидуализма — коллективизма указывает на степень, в которой индивидуальные интересы получают приоритет по отношению к общим интересам. Сильный индивидуализм существует в таких странах как США, Канада, Великобритания, Италия, Бельгия, Дания, Швеция, Франция, Нидерланды, Австралия, Новая Зеландия. Слабый индивидуализм или сильный коллективизм встречается в таких странах, как Китай, Тайвань, Индонезия, Сингапур, Таиланд, Южная Корея, Пакистан, Западная Африка, Колумбия, Венесуэла, Сальвадор, Панама, Эквадор, Гватемала, Коста-Рика, Перу [5, с. 95—97].

На пример, в китайской культуре семья является основным социальным образованием. Китайцы ориентированы на группу, и это иллюстрирует то, как индивид видит себя частью группы. В Китае большое значение придается выгодам и целям всей группы, а не самому себе. Организацию часто называют семьей. Это сообщество, которое развивается и заботится о своих членах, которые обещают свою лояльность в ответ. Что также характерно для китайской коллективистской культуры, так это то, что решение принимается группой, рассматриваемой представителями культуры индивидуализма как медленный процесс. В ходе консультаций члены группы принимают единодушное решение. Много времени уделяется составлению контрактов и рассмотрению каждой возможности для достижения желаемых долгосрочных результатов в будущем. Эта концепция также связана с идеей Хофстеде о долгосрочной ориентации и измерениях избегания неопределенности. Китайское общество, между тем, столь же прагматично, когда люди верят, что истина

очень сильно зависит от ситуации, контекста и времени.

Измерение маскулинность — фемининность.

В терминах этого измерения мужественность и женственность (маскулинность — фемининность) понимаются здесь не в биологических терминах, а в социальном смысле. Исследование IBM показало, что почти везде женщины считают более важными социальные цели, такие как хорошие отношения, уважение к другим и физическому окружению, в то время как мужчины предпочитают так называемые цели эго, такие как карьера и деньги. Таким образом, это измерение описывает то, на что члены общества делают больший акцент: настойчивость и рабочие цели (такие как зарплата и продвижение по службе) или забота и личные цели (например, дружеская атмосфера, хорошие отношения с руководством и другими сотрудниками). По этой причине более фемининные общества лучше адаптируются к гендерным различиям, чем маскулинные общества. Очень слабая маскулинность или, другими словами, очень сильная фемининность наблюдается в таких странах, как Швеция, Норвегия, Нидерланды, Дания, Финляндия, Португалия, Чили, Коста-Рика, Таиланд; очень сильная маскулинность, или, другими словами, очень слабая фемининность, преобладает в таких странах, как Япония, Австрия, Италия, Швейцария, Ирландия, Великобритания, Германия, Венесуэла, Мексика, Ямайка [5, с. 141—143].

Долгосрочная — краткосрочная ориентации.

Это измерение основано на учении китайского философа Конфуция. Оно описывает, как быстро члены общества ожидают результатов. Долгосрочная ориентация предусматривает продвижение качеств, ориентированных на вознаграждение в будущем, а именно выносливость и экономическую эффективность. Краткосрочная ориентация предусматривает развитие черт, связанных с прошлым и настоящим, а именно уважение традиций и выполнение социальных обязательств. Долгосрочная ориентация характерна для таких стран, как Китай, Тайвань, Гонконг, Япония, Южная Корея, краткосрочная — США, Канада, Великобритания, Филиппины, Пакистан, Нигерия, Зимбабве.

Измерение удовлетворения — ограничения.

Сообщества с высоким уровнем удовлетворенности могут относительно свободно наслаждаться жизнью и получать от нее удовольствие, в то время как сдержанные (ограниченные) общества подавляют личное удовлетворение личных потребностей и управляются строгими социальными нормами. Полнос удовлетворенности представлен Северной и Южной Америкой, Западной Европой, некоторыми африканскими странами, Юго

— Восточной Европой, Азией, мусульманскими странами.

Шварц выделил семь аспектов при анализе различий в ценностях между странами: 1) консерватизм (или зависимость); 2) иерархичность; 3) превосходство; 4) эмоциональная автономия; 5) интеллектуальная автономия; 6) приверженность эгалитаризму (эквивалентность); 7) гармония. Теория культурных различий Шварца, основанная на исследованиях, проведенных в 54 странах, также используется при исследовании ценностей в странах Европейского союза [10, с. 140—142].

Результаты этого исследования по странам показывают значительную корреляцию с результатами, полученными Гертом Хофстеде.

Классификация мировых культур рассматривается в работах другими учеными, такими как Стинкамп [11], Цанг [13], Хилис, Джавидан [6], Тромпенаарс и Хэмпден-Тернера [12], однако их исследования не будут более подробно проанализированы в данной работе, поскольку, по нашему мнению, классификации ученых, обсуждаемые в данной публикации, достаточно репрезентативны для культурных различий.

С нашей точки зрения, проанализировав классификационные модели культур разных ученых всего мира, предложенная Гестеландом классификация культур является, пожалуй, лучшей в отражении культурных различий стран мира и позволяет легко соотнести ее с репрезентацией этих различий в процессе межкультурного делового взаимодействия.

Само собой разумеется, что классификации культур других обсуждаемых ученых не менее значимы и могут быть использованы при подготовке разработки эффективных стратегий международного делового взаимодействия.

Барьеры межкультурного взаимодействия и пути их преодоления: теоретические и практические выводы

Эффективная межкультурная конструктивная коммуникация невозможна, если мы не воспринимаем барьеры межкультурного взаимодействия и не знаем путей их устранения.

Тревожность и неуверенность в общении с представителями других культур могут быть снижены, если мы обладаем разнообразными межкультурными коммуникативными компетенциями. Межкультурная компетенция может пониматься, как способность общаться с людьми из других культурных слоев. Она охватывает три аспекта: формирование культурного сознания (включая всестороннее понимание собственной культуры и отношения к другим культурам); осознание

культурных знаний; развитие навыков межкультурного взаимодействия и умения эффективно использовать их в межкультурных ситуациях. Существует три основные области, в которых важна межкультурная коммуникативная компетентность: коммуникация, бизнес и военное дело.

В области коммуникации, межкультурная коммуникативная компетенция охватывает такие области, как личность (важны человеческие черты, влияющие на межкультурное человеческое общение), коммуникативные навыки (индивиды должны быть компетентны как в вербальном, так и в невербальном общении), психологическая поддержка (компетентный человек должен уметь акклиматизироваться в новой среде), культурная осведомленность (индивиды должны понимать социальные обычаи, социальную систему других культур и т. д.).

Существует утверждение, что межкультурная компетентность индивида в области бизнеса проявляется в: 1) знании деловой культуры, а также обычаев, традиций и переговорных стратегий других стран; 2) способности анализировать и адекватно понимать различные культурные контексты и реагировать на них; 3) знании политической и деловой философии и тенденций других стран, умении устанавливать контакт с деловыми и политическими лидерами, представляющими различные культуры; 4) способности эффективно работать в мультикультурных командах или в мультикультурной среде; 5) знание языков.

В военной сфере эффективность межкультурной коммуникации обеспечивают следующие аспекты компетентности межкультурного взаимодействия: 1) осведомленность; 2) доверие; 3) взаимодействие; 4) взаимопонимание; 5) адаптивность; 6) определенность; 7) инициатива; 8) одобрение.

Отличное владение компетенциями не может в полной мере гарантировать отсутствие конфликтных ситуаций, которые могут возникнуть в межкультурном деловом взаимодействии, особенно на деловых встречах и переговорах. Поэтому необходимо знать различные стили разрешения конфликтов в межкультурном деловом взаимодействии, переговорах и, где это уместно, выбирать правильную стратегию разрешения конфликтов.

Ниже приводится описание пяти стилей разрешения конфликтов в международных переговорах и деловом взаимодействии в целом [8, с. 202]:

1. Конкурирующий стиль. Это стиль, который имеет черты отказа от сотрудничества и категоризации. Участники преследуют свои цели за счет других. Это модель, ориентированная на использование полномочий, кото-

рая использует то, что требуется для победы. В рамках этого стиля обычно одна сторона переговоров выигрывает, другая проигрывает.

2. Адаптивный стиль. Этот стиль обладает качествами сотрудничества и некатегоризации, в отличие от конкурирующего стиля. Участники игнорируют свои собственные проблемы, чтобы удовлетворить различные интересы участников, это самоотверженный стиль. Адаптационный настрой выбирается в процессе переговоров, когда жертвуешь чем-то сейчас, чтобы добиться будущих выгод, решить проблему быстрее.
3. Стиль избегания. Этот стиль обладает свойствами некатегоризации и отказа от сотрудничества. Участники не стремятся решить свои проблемы немедленно, и они не стремятся к конфликту. Избегание происходит путем откладывания проблемной темы, ожидания лучшего момента или избегания опасной ситуации. Этот стиль отражает смысл стратегии «один выигрывает — другой проигрывает», или «оба проигрывают».
4. Стиль сотрудничества. Этот стиль обладает как категоричностью, так и способностью к сотрудничеству, в отличие от избегания. Данный стиль предполагает цель сотрудничества с другим участником в поиске решений, полностью удовлетворяющих целям двух участников переговоров. Это означает, что участники глубоко рассматривают вопросы переговоров, как в определении основных проблем, так и в поиске ключевых альтернатив для решения вопросов, которые удовлетворяли бы целям обоих участников. Этот стиль выражает стратегию переговоров с обоюдным выигрышем, когда каждая сторона стремится к соглашению, которое удовлетворяет их обоих.
5. Стиль компромисса. Этот стиль занимает промежуточное положение между категоризацией и сотрудничеством. Его цель — найти взаимоприемлемые решения проблемы, которые являются взаимоприемлемыми и частично отвечают ожиданиям участников. Этот стиль также обладает свойствами соревновательного и адаптивного стилей. Здесь проблемы решаются более активно, чем в стиле избегания, но не так основательно и полно, как в стиле сотрудничества.

Если эти стили разрешения конфликтов больше подходят деловых переговоров, то эти практические советы по разрешению конфликтов, возникающих в межкультурном деловом взаимодействии,

являются более универсальными, а именно: 1) оставаться сосредоточенным на главном и не поляризоваться (хорошо — плохо, позитивно — негативно); 2) поддерживать контакт: не разрывать отношения, поощрять диалог, не изолироваться друг от друга; 3) признавать существование других стилей: у каждого человека есть свой собственный стиль разрешения конфликтов, который также обладает хорошими качествами; 4) выбрать собственный стиль разрешения конфликтов: большинство людей используют один и тот же стиль в схожих ситуациях; необходимо распознать и назвать свой собственный стиль; 5) проявить творческий подход и расширить репертуар стилей; 6) признание важности контекста конфликта: понимание более широкого социального, экономического, культурного, политического контекста, который является фоном для многих конфликтов; 7) готовность прощать: это особенно полезно при решении межкультурных конфликтов, так как обвинение приводит к стрессу, физическим проблемам и даже синдрому выгорания.

Серьезными препятствиями для межкультурного делового взаимодействия могут стать не только проблемы тревожности и неуверенности, недостаточная компетентность в межкультурной коммуникации, отсутствие адекватной стратегии разрешения конфликтов, возникающих в межкультурном взаимодействии или переговорах.

Существует еще ряд причин, вызывающих недопонимания и конфликты в межкультурной деловой коммуникации: 1) чувство превосходства; 2) этноцентризм; 3) культурный релятивизм, предпосылка универсальности; 4) стереотипы.

Таким образом, существует опасность недооценки важных особенностей индивидов, видов деятельности, групп, возникающих в контексте вненациональных культур.

Для того чтобы выработать стереотипное поведение на практике, индивид в межкультурном взаимодействии должен уметь: 1) адекватно принимать и интерпретировать различные культурные ценности; 2) сделать сознательные усилия, чтобы преодолеть барьеры на пути к культуре и увидеть не только различия, но также общность со своей культурой в чужой культуре; 3) рассмотреть различные культурные явления и представителей других культур с добросовестностью для того, чтобы понять их; 4) уметь сравнивать существующие этно-культурные стереотипы с личным опытом и сделать самостоятельные выводы; 5) уметь критически оценивать и изменять свое отношение в отношении чуждых культур, накопления навыков и опыта межкультурного взаимодействия; 6) стремиться к лучшему знанию чужой культу-

ры, чтобы получить более глубокое и критическое понимание своей собственной, а также преодолеть сложившиеся стереотипы и предрассудки; 7) систематизировать факты культурной жизни; 8) синтезировать и обобщить собственный личный опыт межкультурного диалога.

Важно помнить, что все нации и культуры могут процветать только в том случае, если они следуют принципу терпимости. Требование толерантности в условиях глобализации является объективной необходимостью, поскольку мир очень разнообразен и его процессы по-разному трактуются разными культурами.

Выводы

1. Межкультурное деловое взаимодействие происходит в среде различных культур с присущими им особенностями. В своих работах мировые ученые приводят различные классификации типов межкультурного делового взаимодействия. В данной статье анализируются классификации различных теоретических культур в контексте делового взаимодействия.

2. При описании типов межкультурного делового взаимодействия был сделан вывод о том, что предложенная Гестеландом классификация культур, вероятно, лучше всего отражает культурные различия разных стран мира, что позволяет легко связать их представление об этих различиях в процессе межкультурного делового взаимодействия и переговоров. Гестеланд выделил классификацию типов межкультурного взаимодействия и переговоров в соответствии с трактовкой основных аспектов переговоров (субъективность, формальность, время и эмоциональность). Это позволяет гибко рассматривать особенности межкультурного взаимодействия и ведения переговоров с точки зрения страны и региона, не привязываясь только к географическому распределению.

3. Полезно использовать культурные измерения Герта Хофстеде и его коллег для анализа несовместимости различных культур. Эти аспекты также необходимо учитывать в стремлении к эффективному межкультурному деловому и экономическому взаимодействию, а также к продуктивному ходу деловых переговоров.

4. Не менее важны классификации других ученых (Холл, Льюис, Шварц). Классификация культур этих ученых, такая же, как у Гестеланда и Хофстеде, должна использоваться при оценке международного делового взаимодействия, включая переговоры, конструктивную коммуникацию и переговорную силу участников, а также в разработке международных коммуникационных стратегий. Стратегия должна предусматривать способы

избегания различных возможных мультикультурных недоразумений/несовместимостей.

5. Основные препятствия для межкультурной коммуникации являются неспособностью освоить тревоги и неуверенность при общении с представителями других культур, отсутствие межкультурной коммуникативной компетенции, неспособность разрешать конфликты, возникающие в межкультурном взаимодействии, отсутствие надежных стратегий в разрешении конфликтов и стилей, наших собственных враждебных реакций например, чувство превосходства, этноцентризм,

культурный релятивизм, предпосылка всеобщности, стереотипы и т. д.

6. Эти препятствия должны быть устранены, и это достигается путем приобретения знаний о других, постоянного поиска информации о других культурах, соответствующей адаптации общения с другими и развития внимательности. Также важно уметь выбирать соответствующую стратегию и стиль разрешения конфликтов в межкультурном деловом взаимодействии. Не менее важно преодолеть наши индивидуальные враждебные реакции на другие культуры, быть терпимыми.

Список литературы

1. Cohen, R. *Negotiating across cultures: Communication obstacles in international diplomacy*. / R. Cohen. New York : United States Institute of Peace Press, 1991.
2. Gesteland, R. R. *Cross-cultural business behavior: marketing, negotiating, sourcing a. managing across cultures* / R. R. Gesteland. Copenhagen : Copenhagen Business School Press, 1999.
3. Hall, E. T. *The dance of life: The other dimension of time* / E. T. Hall. New York : Anchor Books, 1983.
4. Heales, J. The influence of national culture on the level and outcome of IS development decisions / J. Heales, S. Cockcroft, C. Radulescu // *Journal of Global Information Technology Management*. 2004. Vol. 7 (4). P. 3—28.
5. Hofstede, G. *Cultures and organizations: Software of the mind. Intercultural cooperation and its importance for survival* / G. Hofstede. Maidenhead : McGraw-Hill, 1991.
6. Javidan, M. Performance orientation / M. Javidan // *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies* / eds. R. J. House, P. J. Hanges, M. Javidan, P. W. Dorfman, V. Gupta. New York : Sage Publications, 2004. P. 239—281.
7. Lewis, R. D. *When cultures collide: leading across cultures* / R. D. Lewis. London : Nicholas Brealey Publishing, 2003. 462 p.
8. Miller, O. The negotiation style: A comparative study between the stated and in practice negotiation style / O. Miller // *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. 2014. Vol. 124. P. 200—209.
9. Nardon, L. The culture theory jungle: Divergence and convergence in models of national culture / L. Nardon, R. M. Steers // *Cambridge handbook of culture, organizations, and work* / eds. R. S. Bhagat, R. M. Steers. Cambridge : Cambridge University Press, 2009. P. 3—22.
10. Schwartz, Sh. H. A theory of cultural value orientations: Explication and applications / Sh. H. Schwartz // *Comparative Sociology*. 2006. Vol. 5 (2—3). P. 137—182.
11. Steenkamp, J.-B. E. M. The role of national culture in international marketing research / J.-B. E. M. Steenkamp // *International Marketing Review*. 2001. Vol. 18(1). P. 30—44.
12. Trompenaars, F. *Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business* / F. Trompenaars, Ch. Hampden-Turner. New York : McGraw-Hill Education, 2012.
13. Tsang, N. K. F. Dimensions of Chinese culture values in relation to service provision in hospitality and tourism industry / N. K. F. Tsang // *International Journal of Hospitality Management*. 2011. Vol. 30(3). P. 670—679.

Сведения об авторе

Михельсон Светлана Викторовна — преподаватель кафедры иностранного языка, Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия. autel@inbox.ru

*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2021. No. 2 (448).
Philosophy Sciences. Iss. 59. Pp. 45—53.*

Cross-cultural communication in the context of business interaction: theoretical and practical aspects

S.V. Mikhelson

Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia. autel@inbox.ru

Despite the fact that various aspects of intercultural communication were considered in the works of various authors, it is still not enough describing intercultural communication from a new perspective — from the point of view of effective intercultural business interaction, theoretical analysis, models of classification of cultures, a combination of theoretical and practical approaches in overcoming the obstacles of intercultural communication. The purpose of the article is to analyze the theoretical and practical aspects of effective cross-cultural business communication. The publication also describes barriers in cross-cultural interaction and ways to overcome them.

Keywords: *barriers to cross-cultural interaction, business communication, culture, cross-cultural communication, negotiations, multiculturalism.*

References

1. Cohen R. *Negotiating across cultures: Communication obstacles in international diplomacy*. New York, United States Institute of Peace Press, 1991.
2. Gesteland R.R. *Cross-cultural business behavior: marketing, negotiating, sourcing a. managing across cultures*. Copenhagen, Copenhagen Business School Press, 1999.
3. Hall E.T. *The dance of life: The other dimension of time*. New York, Anchor Books, 1983.
4. Heales J., Cockcroft S., Radulescu C. The influence of national culture on the level and outcome of IS development decisions. *Journal of Global Information Technology Management*, 2004, vol. 7 (4), pp. 3—28.
5. Hofstede G. *Cultures and organizations: Software of the mind. Intercultural cooperation and its importance for survival*. Maidenhead, McGraw-Hill, 1991.
6. Javidan M. Performance orientation. *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. New York, Sage Publications, 2004. Pp. 239—281.
7. Lewis R.D. *When cultures collide: leading across cultures*. London, Nicholas Brealey Publishing, 2003. 462 p.
8. Miller O. The negotiation style: A comparative study between the stated and in practice negotiation style. *Procedia — Social and Behavioral Sciences*, 2014, vol. 124, pp. 200—209.
9. Nardon L., Steers R.M. The culture theory jungle: Divergence and convergence in models of national culture. *Cambridge handbook of culture, organizations, and work*. Cambridge, Cambridge University Press, 2009. Pp. 3—22.
10. Schwartz Sh.H. A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology*, 2006, vol. 5 (2—3), pp. 137—182.
11. Steenkamp J.-B.E.M. The role of national culture in international marketing research. *International Marketing Review*, 2001, vol. 18 (1). P. 30—44.
12. Trompenaars F., Hampden-Turner Ch. *Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business*. New York, McGraw-Hill Education, 2012.
13. Tsang N.K.F. Dimensions of Chinese culture values in relation to service provision in hospitality and tourism industry. *International Journal of Hospitality Management*, 2011, vol. 30(3), pp. 670—679.