МЕЖКУЛЬТУРНАЯ БИЗНЕС КОММУНИКАЦИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ: СТРАТЕГИИ УСПЕХА

[1]Ханзадян Елена Георгиевна, [2]Сохранная Татьяна Валерьевна
[1]Ведущий преподаватель школы языка и коммуникации Сингапурского института развития менеджмента в Ташкенте
[2]Директор школы языка и коммуникации Сингапурского института развития менеджмента в Ташкенте
https://doi.org/10.5281/zenodo.13764821

Аннотация. *В статье рассмотрена роль межкультурной коммуникации в формировании имиджа предпринимателей, фактор ее влияния в современном деловом мире на примере международных компаний, а также даны практические рекомендации, направленные на улучшение бизнес отношений.*

Авторы статьи уверены, что преподаватели курса делового общения в ВУЗах бизнес ориентированности, должны уделять особое внимание развитию у своих студентов навыков межкультурного общения, осознанию важности таких знаний, а также развитию способности к саморефлексии и гибкости нормативного использования языка в их дальнейшей профессиональной деятельности.

Как показывает опыт мировых компаний, межкультурная коммуникация и владение в необходимой степени навыками делового общения играют важную роль в становлении имиджа предпринимателя и поддержании успешных бизнес отношений в современном мире.

Предложенные авторами стратегии межкультурной коммуникации, применяемые в ведении бизнеса на международном уровне, способствуют пониманию специфики общения с представителями различных культур во избежание провалов в межличностной коммуникации и улучшению бизнес отношений.

Ключевые слова: *Межкультурная коммуникация, вербальная коммуникация, паравербальная коммуникация, невербальная коммуникация, межличностная коммуникация, современный предприниматель.*

Abstract. *The article considers the role of intercultural communication on the positive image of an entrepreneur, its influence in the modern business world on the example of international companies, as well as practical recommendations aimed at improving business relations.*

The authors feel certain that teachers in business oriented universities should make emphasis on the development of intercultural communication skills and the ability for self-reflection and flexibility in their students' further professional activities.

As the experience of world companies shows, intercultural communication and the presence, to the necessary degree, of business communication skills play an important role in the formation of positive business image and maintenance of successful business relations in modern world.

Intercultural communication strategies proposed by the authors help to understand the specificity of communication with representatives of different cultures in order to avoid failures in interpersonal communication and improve business relations.

***Keywords**: Intercultural communication, verbal communication, paraverbal communication, nonverbal communication, interpersonal communication, modern entrepreneur.*

Владение языком является немаловажным фактором успеха в жизни современного предпринимателя. Это обусловлено тем, что английский язык стал так называемым lingua franca, посредником между представителями различных культур, национальностей и концессий. Свыше миллиона людей свободно владеют английским языком. Добавить к этому еще несколько миллионов с достаточно продвинутым уровнем знаний языка, в странах, где английский является официальным языком общения. И наконец, примерно 90% всех интернет источников и современных печатных материалов используют английский язык.

Данная статистика дает понимание высокого уровня значимости английского языка для общения, в частности для деловой коммуникации. Однако, наряду с этим стоит подчеркнуть и другой немаловажный аспект влияния на эффективность бизнес отношений, а именно фактор знания культурных особенностей носителя/пользователя иностранным языком. Авторы статьи ставят целью проанализировать значение межкультурной коммуникации для становления и поддержания успешного делового общения и формирования позитивного имиджа в деловой среде.

В наши дни знания английского языка, помноженные на способность к саморефлексии и нормативной гибкости в применении этих знаний, являются залогом успешного и комфортного функционирования в бизнес среде. Аспекты владения деловым английским затрагивают различные сферы деятельности и включают в себя навыки устной и письменной бизнес-коммуникации, бизнес-корреспонденции, профессионального знания языка по профилю профессии, а также межкультурную коммуникацию.

Термин «межкультурная коммуникация» был впервые введен культурным антропологом Эдвардом Холлом в середине 20 века. [1]

Холл пытался разработать программу нацеленную на обучение сотрудников дипломатического корпуса, а также военных ведомств особенностям общения с представителями других культур. [2]

С тех пор важность культурной сенсибилизации и межкультурного общения осознали и представители бизнеса. Многие крупные компании на регулярной основе проводят тренинги для своих сотрудников по обучению владением не только собственно английским языком, но и прагматическими правилами его использования в англоговорящей среде. Ведь именно прагматическая составляющая языка при незнании определенных речевых норм, зачастую ведет к так называемым коммуникативным неудачам. В подобных случаях незнание собеседником этих норм может быть интерпретировано носителем языка как неуважение, некомпетентность или даже агрессия.

С точки зрения лингвистики, речь идет о вербальной, невербальной и паравербальной межкультурной коммуникации. [3]

Вербальная коммуникация подразумевает использование собственно языка, как инструмента общения. Именно посредством вербального общения происходит обмен информацией, мнениями и эмоциями между участниками процесса. Язык является

отражением целого культурного мира собеседника, а также самым информативным каналом общения между людьми. Межкультурная коммуникация изучает пути наиболее правильной передачи информации и достижения наилучшего взаимопонимания между людьми посредством вербального общения.

Невербальная коммуникация происходит при помощи таких средств передачи сообщения, как выражение лица, язык тела и жестов, а также материальных источников информации, включающих в себя одежду, предметы, окружающую обстановку.

Третий тип межкультурной коммуникации, паравербальный, характеризуется использованием паралингвистических приемов, таких как: ритм и тембр голоса говорящего, а также интонация.

Все указанные типы межкультурного общения являются важными элементами самоидентификации представителей различных культур и стран. Допуская некоторое обобщение, можно утверждать, что представители западных стран ценят прежде всего содержание общения, в то время как в странах Азии большее внимание уделяется манере ведения разговора и церемониалу невербального общения. Возьмем, например, Узбекистан и США и проведем сравнительный анализ ценностей в профессиональной сфере. Узбекистан, по определению индивидуальной культурологической шкалы [4], является страной с высоко контекстной культурой и характеризуется высокой же степенью коллективизма. США, напротив, - страна с низким значением контекста. Американцам свойственны индивидуализм и решительность действий.

Неудивительно, что отсутствие навыков нормативной гибкости в контексте межкультурной коммуникации, может стать причиной коммуникативных неудач. [5]

Компания Yahoo! являет собой пример последствий отсутствия нормативной гибкости межличностного и межкультурного общения в рамках письменной бизнес-коммуникации. В 2013 году, Yahoo! отправила всем сотрудникам меморандум, содержащий информацию о том, что, начиная с 1 июня 2013 года, все сотрудники, работающие удаленно, должны перейти для работы в офисы или уволиться. Недовольство было вызвано не только содержанием меморандума, но и формой, в которой он был написан. По мнению экспертов в области бизнес-коммуникации, сообщение не объясняло причины действий руководства компании и было выдержано в ультимативном тоне. Как следствие, большой процент сотрудников Yahoo! отказался от дальнейшей работы в компании. [6]

Как показывает опыт мировых компаний, межкультурная коммуникация и владение в необходимой степени навыками делового общения играют важную роль в становлении и поддержании успешных бизнес отношений в современном мире. На практических занятиях, студентам Сингапурского Института Развития Менеджмента в Ташкенте было дано задание собрать информацию о крупных мировых компаниях; на основе примеров этих компаний был проведен анализ самых эпических коммуникативных неудач за последнее десятилетие, их причины и последствия. Были также рассмотрены основные потенциально полезные стратегии, направленные на практическое достижение поставленных целей.

1. Главенство выполнения принятых обязательств.

Данная стратегия подразумевает эффективное для конкретной ситуации взаимодействие управленческих кадров, направленное на нахождение нужных решений и достижение поставленных целей.

2. Приоритет межличностных отношений.

Зачастую, в современной бизнес среде эффективная коммуникация неразрывно связана с личными связями партнеров, дружескими или семейными, что, в свою очередь, является тенденцией развития современного бизнес сообщества.

3 Детальное изучение проблемы.

Предельная концентрация на обсуждении деталей международного договора характеризует его непосредственную успешную реализацию и дальнейшее плодотворное деловое сотрудничество между партнерами. Коммуникативные неудачи, возникающие вследствие ненадлежащего обсуждения деталей, могут привести к неполному выполнению или даже провалу договора.

Так, например, космический корабль Mars Climate Orbiter, стоимостью 125 миллионов долларов, сгорел в марсианской атмосфере из-за коммуникативной ошибки, произошедшей между его конструктором, Мартином Локхидом, и проектировщиками NASA. Измеряя силу малых двигателей аппарата, Локхид использовал Британскую единицу измерения – фунт, в то время как проектировщики корабля из NASA подразумевали другую единицу измерения – ньютон, в результате чего дорогостоящий проект потерпел крах [5].

4 Тактика выжидания.

Одной из основополагающих составляющих межличностной коммуникации представителей азиатского региона является тактика выжидания, в результате которой проводится подробный анализ выдвинутых партнерами условий и оценка реальной выгоды. Плодотворность межкультурной коммуникации напрямую зависит от способности противоположной стороны к принятию взаимовыгодных договоренностей.

5 Точность и пунктуальность.

Точность и пунктуальность в ведении переговоров и выполнении всех пунктов договоров играют важную роль в успехе на международном уровне. Так, например, большое значение точности и пунктуальности уделяют японские бизнесмены. Точность в назначении времени начала и окончания переговоров играет немаловажную роль в успешном сотрудничестве с представителями японской культуры [8].

6 Уход от открытых противоречий.

Во избежание конфликтов с иностранными партнерами, бизнес представители некоторых стран предпочитают избегать ответа “нет”, заменяя его на молчание или более мягкую форму несогласия. Представители японской культуры скорее скажут “это трудно реализовать” нежели слово “нет” [9].

7. Проявление вежливости.

Несмотря на традиционное проявление искренности и уважения в межличностном общении, представители азиатской бизнес среды не всегда отождествляют их с заинтересованностью в предложенных условиях контракта.

Исходя из рассмотренных авторами на практических занятиях вышеперечисленных стратегий межкультурной коммуникации, применимых в ведении бизнеса на международном уровне, был сделан вывод о том, что успешное деловое общение на международном уровне зависит не только от владения языком на должном уровне, но и от способности сторон быть толерантными с представителями других культур. Во избежание провалов в межличностном общении, партнерам необходимо иметь четкое представление о культуре, специфике общения и языковой картине мира друг друга, что, в свою очередь,

позволит осуществить поставленные цели без болезненных последствий, вызываемых отсутствием взаимопонимания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Hall, E.T. and Hall M.R. (1990) – *Understanding Cultural Differences*. Intercultural Press, Inc. [online pdf] Available at: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://teaching.up.edu/bus511/xculture/Hall%2520and%2520Hall%25201990,%2520ch1.pdf&ved=2ahUKEwjMssPr1q3dAhUCkSwKHU0DDzYQFjAJegQIBhAB&usg=AOvVaw2j3xW52qDLJUmIqRxbg3h4 [Accessed 13 July 2024].
2. Rogers, Everett M.(Miike, Yoshitaka) Hart, William B. (2002) - *Edward T. Hall and the history of intercultural communication : the United States and Japan*. Available at: http://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA0026 6091-20020300-0003 [Accessed 13 July 2024]
3. *Forms, Types and Elements of Intercultural Communication* [online]
4. Available at: https://testmyprep.com/subject/culturology/forms-types-and-elements-of-intercultural [Accessed 15 July 2024]
5. Hofstede, G. (2002) - *Individualistic Scores of Various Countries* [Table] as reported in Hamilton C., Communicating for Results, p.96 (Thomson Higher Education, Belmont, 2008).
6. Hamilton, C. (2008) – *Communicating for Results: A Guide for Business and the Professions.* Thomson Higher Education, Belmont, USA.
7. *Epic Failures of Communication.* [online]
8. Available at: https://grasshopper.com/blog/8-epic-failures-of-communication/ [Accessed 8 July 2024]
9. Мишкевич, М.В. (2015) - *Межкультурная коммуникация в контексте международного бизнеса*. Белорусский государственный экономический университет. Материалы конференции, 2015.
10. Itarni, H. (1981) – *The Theory of Corporate Strategy*. Nihon Keizai Shiblin, Tokyo.
11. Pascale, R. T., Athos, A.G. (1981) - The Art of Japanese Management. Simon &Schuster, N.Y.