

Хотеева Маргарита Сергеевна

**ЭТИКА И ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ**

В статье рассматривается специфика деловых коммуникаций и переговоров в международной среде, которые стали нормой для ведения бизнеса в условиях глобализации. Оцениваются трудности межкультурного характера, с которыми сталкиваются стороны в процессе международных переговоров. Указываются моменты, которые должны быть использованы для достижения положительного исхода переговоров, а также коммуникационные стратегии при общении с международными партнерами.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2017/3-1/50.html](http://www.gramota.net/materials/3/2017/3-1/50.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2017. № 3(77): в 2-х ч. Ч. 1. С. 174-177. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2017/3-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2017/3-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [hist@gramota.net](mailto:hist@gramota.net)

3. Федоровская Н. А. Концепция «Музыки Ночи» в мюзикле Э. Л. Уэббера «Призрак оперы» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 5 (31): в 2-х ч. Ч. 1. С. 183-186.
4. Федоровская Н. А. Музыкально-риторические фигуры *catabasis* и *anabasis* в характеристике Призрака в мюзикле Э. Л. Уэббера «Призрак оперы» // Музыковедение. 2013. № 2. С. 3-9.
5. Федоровская Н. А. Мюзикл Э. Л. Уэббера «Призрак Оперы» в конструкциях и концепциях. Владивосток: Изд-во ДВФУ, 2014. 312 с.
6. Федоровская Н. А. Роль маски в формировании художественного образа главного героя мюзикла Э. Л. Уэббера «Призрак оперы» // Театр и музыка в современном обществе: материалы международного симпозиума (17-20 апреля 2013 г.). Красноярск: Изд-во КГУКИ, 2014. С. 123-126.
7. Федоровская Н. А. Роль оперных постановок в мюзикле Э. Л. Уэббера «Призрак оперы» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 10 (36): в 2-х ч. Ч. 1. С. 187-190.
8. Федоровская Н. А. Роль *circulatio* в концепции маскарада в мюзикле Э. Л. Уэббера «Призрак Оперы» // Музыка и время. 2013. № 12. С. 10-14.
9. Hogle J. E. The Undergrounds of the Phantom of the Opera: Sublimation and the Gothic in Leroux's Novel and Its Progeny. N. Y.: Palgrave Macmillan, 2002. 262 p.
10. Perry G. The Complete Phantom of the Opera. N. Y.: Henry Holt and Co, 1987. 167 p.
11. Snelson J. Andrew Lloyd Webber. Yale: Yale University Press, 2009. 267 p.
12. Webber A. L., Hart Ch., Stilgoe R. The Phantom of the Opera (conductor's piano-vocal score) [Электронный ресурс]. L.: RUG, 1987. 286 p. URL: <http://notes.tarakanov.net/instrum/webber-phantom-direktion.zip> (дата обращения: 01.01.2013).
13. Webber A. L., Hart Ch., Stilgoe R. The Phantom of the Opera (piano-vocal score). Parts I-II. N. Y.: RNU, 2010. 303 p.

#### FORMATION OF SEMANTIC SPACE OF THE SONG "WISHING YOU WERE SOMEHOW HERE AGAIN" IN THE MUSICAL BY A. L. WEBBER "THE PHANTOM OF THE OPERA"

Fedorovskaya Natal'ya Aleksandrovna, Doctor in Art Criticism, Associate Professor  
Far Eastern Federal University  
[fedorovska@mail.ru](mailto:fedorovska@mail.ru)

The article examines meaningful and semantic peculiarities of the aria of Christine Daaé "Wishing You Were Somehow Here Again" from the musical by A. L. Webber "The Phantom of the Opera". The author identifies semantic differences indicating existence of several versions of the poetical texts. It becomes evident that Christine comes to her father's grave to release herself from influence of both of them – her father and the Angel of Music. Textological differences indicate the song's semantic subtext and contribute to formation of the musical's multi-level semantic space.

*Key words and phrases:* musical; A. L. Webber; "The Phantom of the Opera"; Christine Daaé; scene at cemetery; "Wishing You Were Somehow Here Again".

УДК 159.9.01

#### Философские науки

*В статье рассматривается специфика деловых коммуникаций и переговоров в международной среде, которые стали нормой для ведения бизнеса в условиях глобализации. Оцениваются трудности межкультурного характера, с которыми сталкиваются стороны в процессе международных переговоров. Указываются моменты, которые должны быть использованы для достижения положительного исхода переговоров, а также коммуникационные стратегии при общении с международными партнерами.*

*Ключевые слова и фразы:* коммуникации; межкультурное общение; переговоры; взаимодействие; культура; этика переговоров.

Хотеева Маргарита Сергеевна, к. филос. н., доцент  
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»  
[MSKhoteyeva@mephi.ru](mailto:MSKhoteyeva@mephi.ru)

#### ЭТИКА И ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ

С развитием мировой торговли конкуренция на мировом уровне растет, все организации стремятся расширить сферу своих операций и продаж до мирового уровня, что требует привлечения международных партнеров. В связи с этим появляется необходимость проведения межкультурного общения и налаживания международных связей [8, p. 103].

При подготовке к переговорам на международном уровне представители международных организаций должны анализировать особенности тех стран, с представителями которых будет осуществляться взаимодействие.

Выделяются следующие культурные особенности, с которыми часто сталкиваются стороны переговорного процесса: отношение к длительности процесса коммуникации, распределение ролей в переговорном процессе, избегание неопределенности, эмоциональные особенности различных культур [6, р. 91]. Эти вопросы могут вызывать непонимание и неправильное принятие решений сторонами переговорного процесса, что может привести к заключению сделки на невыгодных условиях или незаключению ее вообще.

Международная торговля – это область обширных международных переговоров и коммуникаций, поэтому профессионалам, работающим в данной сфере, необходимо понимать, что такое международные переговоры, какими особенностями и трудностями они характеризуются и как эти трудности можно преодолеть.

#### **Международные коммуникации в бизнес-переговорах в межкультурном контексте**

Для того чтобы понять природу международного бизнес-общения, необходимо определить понятие бизнес-переговоров. Как отмечают авторы К. Алавойн и К. Батацци [1, р. 104] в своей статье, «переговоры – это процесс совместного принятия решений, посредством которого стороны переговоров приспособливают свои конфликтующие интересы к общеприемлемому результату». Таким образом, это определение представляет три основных аспекта любых переговоров: идея процесса, наличие конфликтующих интересов и окончательное решение, включающее интересы всех сторон [Ibidem, р. 105].

Для того чтобы переговоры состоялись, необходимо наличие следующих элементов:

- две или более стороны с конфликтующими интересами;
- необходимость достижения соглашения;
- первоначально неопределенный результат;
- установленный порядок общения между сторонами;
- наличие лица, принимающего решение, с каждой стороны.

После того, как было определено, что международные переговоры отвечают всем предъявляемым к ним требованиям, можно переходить к вопросу влияния культурных особенностей стран на международные переговоры.

Переговоры с контрагентами, находящимися за границей, имеют отличия от переговоров с контрагентами из одной страны или региона [5, р. 356]. Стороны должны принимать во внимание такие факторы, как разные языки у сторон, культурные особенности, разные законодательные системы и налоговые режимы, различия в обычаях делового оборота, а также различия в трудовом праве. Международные переговоры могут усложняться также за счет бюрократических формальностей разных стран, законов, препятствующих международному взаимодействию, политической обстановки, экономических трудностей, идеологических различий между странами, представляющими бизнес [Ibidem, р. 357].

К. Пелекис [6, р. 91] в своей статье отмечает, что межкультурные различия могут влиять на переговорный процесс между представителями бизнеса из разных стран, так как в разных культурах может быть большая разница в понимании действий или символов, используемых в поведении или в речи отдельных представителей этих культур. Культура влияет на каждую стадию переговоров [4, р. 153], так как она руководит поведением людей, проводя четкую линию между тем, что приемлемо, а что нет в переговорном процессе. Для того чтобы понять, как культура может влиять на международные переговоры, необходимо разобраться, что такое культура.

С опорой на исследования теоретиков в области деловых коммуникаций Т. Жанга и Х. Жу [8, р. 104], в антропологии понятие культуры означает способ жизни группы индивидов, населяющих отдельную страну или регион, и социальное преемство, которое индивиды получают от всей группы. Другое определение культуры в работе Жанга и Жу [Ibidem] звучит так: «собрание верований, привычек, образа жизни и поведения, которые представляются более или менее общими для людей, населяющих отдельную территорию». Таким образом, начиная переговоры в другой стране, переговорщики должны понять и принять основные элементы, составляющие культуру противоположной стороны переговоров. Как пишет С. Холлсен [4, р. 151] в своей работе, изучая культуру и традиции противоположной стороны переговорного процесса, можно увеличить шансы на положительный исход переговоров. Это особенно важно для переговоров по вопросу продажи товаров или услуг отдельной компании на международный рынок, так как в быстром процессе переговоров по продажам ни у кого нет времени на ошибку. Таким образом, удачные переговоры требуют использования стратегии, соответствующей особенностям культуры противоположной стороны переговорного процесса [Ibidem, р. 154]. Например, переговорщики из Японии зачастую изучают всю информацию о компании из США и о ее представителях для того, чтобы перед переговорами проанализировать, какую стратегию и тактику лучше применить.

В соответствии с работой Т. Жанга и Х. Жу [8, р. 104], культура так же, как и язык, определяет «стиль переговоров», используемый сторонами. Именно поэтому западный стиль переговоров так отличается от восточного. Интересно отметить, например, что представители США в переговорах опираются на свои личные качества, представляя себя как автономную, независимую и самодостаточную бизнес-единицу. Т. Жанг и Х. Жу отмечают, что американцы «имеют дух соревнований в подходе к переговорам, включая первоначальные слишком завышенные требования, также они энергичные, уверенные в себе и настойчивые; им нравится отстаивать свою позицию, и они видят вещи в общем виде, например, им нравится говорить об общих идеях. Конечно, они прямые и честные в том, что касается негативных оценок» [Ibidem, р. 105].

Международный переговорщик, для того чтобы быть успешным, должен иметь определенные качества, которые помогают ему/ей справляться с трудностями, представляемыми культурными различиями между

разными странами. Б. Хэрн в своей работе [5, р. 356] обобщает эти качества следующим образом: умение слушать, умение чувствовать культурные различия людей, направленность на взаимодействие с людьми, желание использовать помощь команды, самоуверенность, высокие стремления и ориентированность на человека. Это основополагающие требования для любого международного переговорщика, к которым необходимо также добавить высокую степень осведомленности о стране, где переговоры будут проходить, об экономической и политической ситуации, а также необходимы хотя бы начальные знания языка.

### Стратегия международных деловых переговоров

Работа Г. Хофстеде [3, р. 127] (*Geert Hofstede* – голландский социопсихолог и антрополог, занимающийся изучением взаимодействия культур; удостоен множества наград за проведение межкультурных исследований по всему миру) представляет собой систему оценки различий между национальными культурами. Одним из наиболее значительных его достижений является разработка теории измерений культур, которая помогает увидеть и оценить, с представителями какой культуры придется взаимодействовать в процессе деловых переговоров. Используя систему измерений Хофстеде, к которым относятся власть (равенство против неравенства), коллективизм (против индивидуализма), избегание неопределенности (против толерантности к неопределенности), «мужской» тип (против «женского»), стратегическое мышление и потворство своим желаниям (против сдержанности), возможно сделать выводы о том, как процесс межкультурного взаимодействия различается в разных странах [4, р. 153].

Рассматривая «мужской» тип культур, можно определить, что они обладают такими характеристиками, как настойчивость, независимость, нацеленность на результат. В стратегии переговоров в стране с «мужским» типом культуры обычно преобладает дух соперничества. Конфликты разрешаются посредством напора, а не с помощью компромисса. В такой ситуации человек с наиболее развитым духом соперничества может получить наибольшую выгоду. «Женский» тип культур ценит совместную работу, скромность, заботу, эмпатию и социальное взаимодействие. Этот тип культуры также предпочитает достигать компромисса, чтобы найти наиболее приемлемые решения для всех сторон.

В переговорах представители «мужского» типа стран более нацелены обсуждать отдельные характеристики соглашений или контрактов и не показывают заинтересованности во влиянии такого поведения на другую сторону. В то же время представители культур «женского» типа более озабочены влиянием соглашения на долгосрочное сотрудничество, при этом они склонны думать, что детали не так важны и могут быть уточнены позже. Используя механизм сравнения центра Хофстеде [2], можно провести сравнение стран по измерениям. Например, сравнивая Великобританию и Чили по измерению «мужской»/«женский» тип, видно, что Великобритания имеет более высокий балл (66 пунктов) по сравнению с Чили (28 пунктов). Это значит, что в переговорах между представителями этих двух стран англичане будут более независимые, настойчивые, уверенные в себе, их будут интересовать в основном отдельные аспекты заключаемого соглашения, в то время как представители Чили будут волновать больше общий эффект переговоров, а не специфика соглашения.

Измерение избегания неопределенности показывает степень того, как уверенно себя чувствуют индивиды в обществе в состоянии неопределенности или двойственности ситуации. Основополагающая проблема в этом случае связана с тем, как общество справляется с тем, что будущее неизвестно: нужно ли его контролировать или пусть идет само по себе? Страны с высоким показателем избегания неопределенности имеют более выраженные бюрократические правила переговоров, они уделяют большее внимание стандартам и правилам, семья и друзья являются важной частью их области доверия. Таким культурам обычно требуется четко определенная структура и порядок. С другой стороны, страны с низким уровнем избегания неопределенности отличаются более неформальным подходом и гибкостью, они отрицают иерархию и идут на компромисс или ищут совместное решение без конфликта.

Относительно переговоров со странами с высоким уровнем избегания неопределенности можно говорить, что они хотят видеть четкие временные рамки результата, четкие требования к процессу, объему, прибыли и т.д. Их деловые партнеры из культур с низкой степенью избегания неопределенности охотно принимают приблизительные расчеты времени достижения результата, объемы выполняемых работ или поставляемого товара и постоянно меняющиеся условия. Например, если переговоры совершаются между представителями компаний из США (низкий уровень избегания неопределенности – 46 пунктов) и Франции (высокий уровень избегания неопределенности – 86 пунктов), можно с уверенностью сказать, что французы будут хотеть получить четкие решения, сроки, объемы, результаты и т.д. от американских партнеров, в то время как американцам будет достаточно достигнуть соглашения по более широким, общим аспектам сделки.

Власть (равенство против неравенства) является еще одним измерением, определяющим то, как представители различных культур ведут себя в переговорном процессе. Это измерение показывает степень принятия неравенства между начальниками и подчиненными [4, р. 154]. Высокая степень неравенства говорит о формальности процедур и жесткой иерархии. Это ведет к ситуации, когда в странах с высоким уровнем неравенства руководитель компании зачастую является единственным лицом, принимающим окончательное решение и прямо вовлеченным в переговорный процесс. Высокая степень неравенства встречается в странах со статус-ориентированным обществом, таких как Корея, Япония и Россия. Страны Северной Америки и Западной Европы считаются странами с низким уровнем неравенства, поэтому представители компаний этих стран более неформальны в отношениях с руководителем, самостоятельны в процессе переговоров и в принятии решения. Представителям культур с низким уровнем неравенства может быть непонятно и странно, что их партнеры из стран с высоким уровнем неравенства всегда спрашивают одобрение руководства

для принятия решения. Последние же могут чувствовать давление и неудобство, вызванное скоростью принятия решений представителями другой стороны переговоров и их самостоятельностью в процессе.

Еще один важный культурный аспект, который необходимо учитывать при переговорах, это тип страны по шкале индивидуализм/коллективизм. В индивидуалистических обществах дело всегда стоит перед личными отношениями и независимость ценится очень высоко. В переговорах представители индивидуалистических культур ожидают, что другая сторона будет принимать решения самостоятельно. Обычно в таких культурах считается приемлемым для людей преследовать свои интересы без учета интересов других. Примером высокоиндивидуалистического общества являются США.

В Китае, наоборот, в обществе сильно развит коллективизм, что означает желание управленческого звена компании выстраивать долгосрочные стабильные отношения, ориентируясь на личные отношения и связи. Коллективистское общество ценит солидарность, верность и зависимость между людьми. Управленцы ориентируются на групповой результат и показывают заинтересованность нуждами другой стороны переговоров; их может раздражать, когда представители индивидуалистических обществ представляют свои собственные идеи и интересы во время переговоров.

Таким образом, ключ к успешным переговорам лежит в понимании менталитета людей, с которыми проводятся переговоры. Описанные выше измерения должны изучаться при подготовке к международным деловым переговорам, однако нужно понимать, что у каждой культуры есть определенная степень гибкости в отношении использования данных измерений из-за происходящих процессов глобализации. Конечно, представители разных стран не действуют только в соответствии с установленными критериями, но их нужно изучать, чтобы иметь представление, с каким менталитетом придется столкнуться на переговорах.

Информация, представленная в данной статье, важна для понимания специфики переговоров на международном уровне, для межкультурных связей и общения в деловой среде. Вступая в переговоры, нужно знать особенности культуры другой стороны, собрать полную информацию об обычаях делового оборота в другой стране, о подходах к ведению переговоров или общению. Международные коммуникации представляют собой сложный многоаспектный феномен, где должны быть учтены разные культурные аспекты. Разные стратегии межкультурного общения создаются с целью проведения успешных переговоров в международной среде. Как было показано в статье, несмотря на то, что страны принимают универсальную манеру коммуникаций, до сих пор остаются сильно выраженные особенности каждой страны, связанные с менталитетом и культурными обычаями. Понимание разницы культур является ключом к успешным международным деловым связям в настоящее время.

#### *Список литературы*

1. **Alavoine C., Batazzi C.** Nature and Exchange of Information in Intercultural Negotiations // International Journal of Business and Management Studies. 2011. Vol. 3. № 1. P. 103-114.
2. **Geert Hofstede** [Электронный ресурс]. URL: <http://geert-hofstede.com> (дата обращения: 27.01.2017).
3. **Hofstede G.** Cultures and Organisations: Software of the Mind: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. McGraw Hill, 2010. 576 p.
4. **Hollensen S.** Essentials of Global Marketing. L.: Pearson Education, Ltd., 2008. 528 p.
5. **Hurn B.** The Influence of Culture on International Business Negotiations // Industrial and Commercial Training. 2007. Vol. 39. № 7. P. 354-360.
6. **Peleckis K.** International Business Negotiations: Culture, Dimensions, Context // International Journal of Business, Humanities and Technology. 2013. Vol. 3. № 7. P. 91-99.
7. **The International Negotiations Handbook. Success through Preparation, Strategy, and Planning.** Chicago: The Public International Law & Policy Group and Baker & McKenzie, 2007. 73 p.
8. **Zhang T., Zhou H.** The Significance of Cross-cultural Communication in International Business Negotiations // International Journal of Business and Management. 2008. Vol. 3. № 2. P. 103-109.

#### **ETHICS AND PSYCHOLOGY OF BUSINESS COMMUNICATION IN INTERCULTURAL CONTEXT**

**Khoteeva Margarita Sergeevna**, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor  
*National Research Nuclear University MEPhI*  
*MSKhoteyeva@mephi.ru*

The article considers specifics of business communication and negotiations in international environment, which have become a norm for doing business in the conditions of globalization. Difficulties of intercultural nature that parties face with in the process of international negotiations are estimated. The paper specifies points, which must be used to achieve a positive outcome of negotiations, as well as communication strategies when dealing with international partners.

*Key words and phrases:* communication; intercultural communication; negotiations; collaboration; culture; ethics of negotiations.