

Чэнь Цижуй

студент

2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного

образования

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

ВЛИЯНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ

Аннотация:

Данная статья направлена на изучение проблем кросс-культурной коммуникации и решений китайских сотрудников на финансируемых США предприятиях Китая, описаны некоторые проблемы кросс-культурной коммуникации китайских сотрудников на финансируемых США предприятиях, сотрудники на финансируемых США предприятиях могут приезжать из разных стран, поэтому в статье излагаются некоторые проблемы кросс-культурной коммуникации сотрудников с трех сторон - от высокого уровня к низкому, от низкого уровня к высокому и от низкого уровня к высокому. И далее обсудите, что такое межкультурная коммуникация и что такое финансируемое США предприятие в Китае. В статье также выдвигаются некоторые соответствующие стратегии решения этой проблемы. Например, язык является первым барьером на пути межкультурной коммуникации. Поэтому интенсивная языковая подготовка

крайне важна для сотрудников. Кроме того, различные ценности, поведение и религиозные убеждения также являются причиной проблем межкультурной коммуникации. Таким образом, сотрудники узнают некоторые вопросы здравого смысла о различных ценностях и религиозных убеждениях. В конце статьи резюмируется, что не желательно устранять проблемы межкультурной коммуникации, а лучшим решением является их понимание.

Ключевые слова: Сотрудники; Межкультурная коммуникация; финансируемые США предприятия в Китае; проблемы; стратегии

Chenqirui

student

2 courses of a magistrac, Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

Russia, Moscow

The impact of cross-cultural communication on multinational companies

Summary:

This article is aimed at studying the problems of cross-cultural communication and solutions of Chinese employees in US-funded enterprises in China, describes some problems of cross-cultural communication of Chinese employees in US-funded enterprises, employees in US-funded enterprises can come from different countries, so the article outlines some problems of cross-cultural communication of employees from three sides-from high to low, from low to high,

and from low to high. And then discuss, what is cross-cultural communication and what is a US-funded enterprise in China. The article also puts forward some relevant strategies for solving this problem. For example, language is the first barrier to cross-cultural communication. Therefore, intensive language training is extremely important for employees. In addition, different values, behaviors, and religious beliefs also cause problems in cross-cultural communication. In this way, employees learn some common sense questions about different values and religious beliefs. At the end of the article, it is summarized that it is not desirable to eliminate the problems of intercultural communication, and the best solution is to understand them.

Keywords: Employees; Cross-cultural communication; US-funded enterprises in China; challenges; strategies

С появлением глобальной интеграции транснациональные компании расширяют свои команды. С момента вступления Китая во Всемирную торговую организацию (ВТО) многие транснациональные компании хотят сотрудничать с Китаем, поскольку современный бизнес Китая становится все более зрелым. В многонациональных компаниях менеджеры сталкиваются с разными сотрудниками, имеющими разные цвета кожи, разные культуры и разные языки. Поэтому в межкультурной коммуникации межкультурная коммуникация означает обмен и столкновение одной культуры и другой культуры, по определению межкультурной коммуникации, многие эксперты и

ученые достигли и конструктивных результатов от различных аспектов исследований¹.

1. Межкультурная коммуникация и транснациональные компании

"Деловой мир становится все более глобальным, и очень важно иметь эффективную межкультурную коммуникацию. Межкультурная коммуникация в деловом мире играет жизненно важную роль, объединяя международных сотрудников и выстраивая международные отношения с клиентами, сотрудниками и деловыми партнерами. Межкультурная коммуникация в бизнесе требует умения упорно трудиться, чтобы сделать коммуникацию эффективной, и технологий для решения различных препятствий. В многонациональной компании деловая межкультурная коммуникация играет жизненно важную роль в успешном построении хороших отношений между сотрудниками и высшими руководителями. Когда общение будет эффективным, молчаливое взаимопонимание между сотрудниками и начальством возрастет. Неэффективная коммуникация может сбить с толку или отправить неверно истолкованное сообщение, может привести к нарушению отношений между инвесторами и сотрудниками. Общим барьером для межкультурной коммуникации в многонациональных компаниях является использование языка. Не каждая многонациональная компания использует английский язык для ведения бизнеса. Даже если и так, одни и те же английские слова имеют разные значения. Каждая культура имеет свой язык,

¹ Чан Цзюнь Юэ . Межкультурная коммуникация [М]. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2011.

поведение, ценности, деловую этику, этикет и выражения. Различия в компаниях от страны к стране могут привести к коммуникационным барьерам. Корпоративная культура – это построение гармоничной компании. Он может иметь организационную структуру, политику и конкретные процедуры в коробке в уникальной культуре компании. Согласно исследованиям Университета Колорадо, знания являются ключом к межкультурной коммуникации в многонациональной компании. Знание должно сделать шаг назад и наблюдать различия между двумя культурами, чтобы внести коррективы, основанные на наблюдении².

1) Межкультурная коммуникация

Межкультурная коммуникация определяется Университетом Готланда, это процесс посредничества через языковые и культурные различия, невербальные жесты, переговоры и пространственный обмен. Обмен информацией деловой коммуникации осуществляется соответствующими предприятиями посредством символов, действий и языка. В Китае межкультурная коммуникация определяется людьми из разных слоев общества, общающимися друг с другом. Проще говоря, когда вы общаетесь с иностранцем (разные культуры и языки), вы должны подумать, как с ним разговаривать, чтобы он мог вас понять. Межкультурная коммуникация – это общение людей с разным культурным фоном. Сегодня тесная межкультурная коммуникация является важной особенностью. С ускорением экономической

² Чэнь Гуомин . Межкультурная коммуникация [М]. Шанхай: East Normal University Press, 2009.

глобализации межкультурная коммуникация приобретает все большее значение. Разница в культурном происхождении - понятие широкое. Это означает различия между различными культурами, что также означает различные субкультурные круги. Но самая большая разница заключается в различиях культур между Китаем, Европой и Соединенными Штатами. Из-за разных культур Китай совершил много ошибок в межкультурном общении с европейскими и американскими странами. Однако Китаю легко общаться с некоторыми азиатскими странами, такими как Япония, Южная Корея и страны Юго-Восточной Азии. Если одна сторона использует один язык, а другая - другой, общение не может продолжаться. Поэтому обе стороны должны использовать один язык. Одна сторона использует родной язык, а другая - второй. Например, китаец и американец могут говорить по-китайски или по-английски. Они могут общаться друг с другом, им не нужен переводчик. Это имеет большой смысл, чтобы быть кросс-культурным. Она способствует изучению культурных различий и того, как различные культуры влияют на коммуникацию.

2) многонациональная корпорация

Транснациональные корпорации-продукт высокоразвитого монополистического капитализма. В конце 19-го и начале 20-го веков капитализм вступил в фазу монополии. Затем начали появляться транснациональные корпорации. В то время ряд крупных предприятий в развитых странах начали инвестировать в прямые иностранные инвестиции,

создали филиалы и дочерние компании за рубежом, швейные машины компании Westinghouse Electric Company, Edison Power Company и Британская Имперская химическая компания создали филиалы за рубежом. Во время Второй мировой войны транснациональные компании начали увеличиваться в размерах. После Второй мировой войны началось бурное развитие транснациональных компаний, американские транснациональные компании по количеству, размерам производства и продажам вышли на первое место в мире. Развитые капиталистические страны обладают монополией на большинство транснациональных компаний. Благодаря прямым инвестициям развитые страны создали множество филиалов или дочерних компаний по всему миру для участия в международных производственных и эксплуатационных монополиях. Комиссия Организации Объединенных Наций по транснациональным корпорациям считает, что транснациональные корпорации должны иметь следующие три элемента: во-первых, транснациональные корпорации относятся к предприятию. В транснациональных корпорациях существуют два или более национальных объединенных образования. Во-вторых, ТНК должны иметь централизованную систему принятия решений. Таким образом, она имеет общую политику, которая может отражать глобальные стратегические цели ТНК. В-третьих, транснациональные корпорации разделяют ресурсы, субъекты и обязанности в области информации. Транснациональные корпорации играют важную роль посредников в международной

торговле. Транснациональные корпорации являются одним из важных факторов экономической глобализации³.

2. Проблемы межкультурной коммуникации в многонациональных компаниях

Существует множество причин, которые приводят к проблемам межкультурной коммуникации транснациональных компаний. Но самые важные причины – это язык, поведение, религиозные убеждения и ценности. Общей проблемой межкультурной коммуникации для транснациональных компаний является использование языка. Не все многонациональные страны используют английский язык для общения. Даже если и так, одни и те же английские слова имеют разные значения. В многонациональных компаниях сотрудники приезжают со всего мира. Молчаливое взаимопонимание между сотрудниками может сделать работу компании более плавной. Хорошее поведение сотрудников – это фасад компании. Сотрудники не только хорошо относятся к клиентам, но и должны уважать друг друга. Религия – это часть культуры. В многонациональных компаниях сотрудники должны понимать религию разных стран, понимать их религиозные различия, способствовать взаимопониманию друг друга и уменьшать различия в межкультурном общении. Понимание религиозной культуры дает понять сотрудникам, что последняя – это ценности. В

³ Ху Вэньчжун . Введение в межкультурную коммуникацию. Пекин: Преподавание иностранных языков и исследовательская пресса ,1999.

многонациональной компании сотрудники могут иметь свои собственные ценности. Но сотрудники также должны признавать общие ценности компании. Чтобы сотрудники могли работать один за другим.

Решения для многонациональных компаний в области межкультурной коммуникации: эффективное интенсивное языковое обучение, включение различных ценностей и обучение основам здравого смысла различных религий.

Литература:

1. Чан Цзюнь Юэ . Межкультурная коммуникация [М]. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2011.
2. Чэнь Гуомин . Межкультурная коммуникация [М]. Шанхай: East Normal University Press, 2009.
3. Ху Вэньчжун . Введение в межкультурную коммуникацию. Пекин: Преподавание иностранных языков и исследовательская пресса ,1999.
4. Ци Давэй . Исследование культурных различий в управлении эффективностью многонациональных предприятий в Китае [М]. Пекин: People's Daily Press, 2016.