

III. INFORMATIZATION AND FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF DIALOGUE BETWEEN CULTURES



СПЕЦИФИКА ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ КИТАЯ

Е. В. Шабунина

*Магистрант,
Институт
фундаментального образования,
Уральский федеральный университет,
г. Екатеринбург, Россия*

Summary. The article compares the main worldviews of the West and the East, examines the main components of Chinese business culture, the concept of stratagems and its impact on Chinese business culture, examines the language features of Chinese business communication, and analyzes the definition of "Guangxi" and "stratagem". The purpose of the article is to find a cultural and historical explanation of the specific features of Chinese business etiquette. Conclusion. Chinese business culture is deeply specific. Business culture can be understood as a system of values, norms of rules governing behavior in the process of business activity. It is important to be aware of the positions of business culture that govern human behavior so that there is an opportunity to abandon stereotypes that impede the conduct of effective business communication.

Keywords: business culture; business etiquette; Confucianism; negotiations; business communication; stratagems.

Если хочешь, чтобы люди шли за тобой, иди за ними.

Лао Цзы

Ещё совсем недавно, в эпоху экономической перестройки, русский язык выступал в качестве языка – посредника в межкультурной коммуникации предпринимателей России и Китая, а сама деловая коммуникация в основном проходила на торговых рынках. Однако уже сегодня, открывшись миру, растущая китайская экономика, придала новый импульс деловым отношениям не только с Россией, но и с Западом.

Готовясь к переговорам с Китаем, российские бизнесмены изучают китайский язык и пытаются постичь особенности китайского делового этикета, хотя, статистика результатов переговоров показывает, что формальное поверхностное следование правилам этикета не приносит результат.

Основная причина в том, что восточные и западные бизнесмены воспринимают деловой этикет, а также суть переговоров и сам процесс переговоров по-разному.

Обладая высококонтекстной культурой и действуя в рамках единой общей традиции, китайцы общаются между собой, используя многочис-

ленные прописные истины, которые не нуждаются в пояснении. Между тем, западный предприниматель смотрит на восточный мир через свою культурную линзу, не имеет опыта считывания высоко контекстной культуры, поэтому пытается «перевоспитать» жителей Поднебесной на свой лад.

За тысячелетия истории китайская цивилизация сформировала свою, отличную от остального мира систему ценностей, норм и правил. Понимание глубины культурных различий и освоение базовых понятий китайской деловой культуры имеет решающее значение для успешной деловой коммуникации Запада и Востока.

Прежде чем раскрыть специфику китайской деловой культуры необходимо рассмотреть тип логики, которая сформировала мировоззренческие установки и культуру Востока.

Логика формы.

Представления о нормах мышления и способах аргументации в Древнем Китае значительно отличались от европейских. Логические знания, возникшие в китайской философской традиции, не имеют характера теории доказательства, логического следования. Они представляют собой учение о взаимосвязи и взаимопорождении понятий, не вполне отличающихся от имен (знаков). Западная ментальность предполагает дискретность мышления: предмет делится на части и изучается последовательно. Китайцы же, наоборот, не используют ни индукцию, ни дедукцию. Для них важнейшее значение имеет форма, именно в ней – залог устойчивости всех процессов. Считается, что если правильно подобрать форму, то заложенное в нее содержание будет восприниматься как заведомо истинное. Например, если расставить предметы по своим местам, то можно заключить выгодную сделку. Таким образом, логика формы – это не логика Аристотеля, которая связывает явления причинно-следственной связью. Логика формы – знаковая. Азиатский подход называют холистическим, поскольку он включает в себя не только объект, но и контекст. Основным источником для чтения знаков в древнем Китае служила «Книга Перемен». Это своего рода труд по воспитанию управленческого мышления. В нем представлена поистине уникальная система гадания, которая позволяет не просто заглянуть в будущее, но и получить ценное наставление по поводу своей деятельности. В течении многих тысячелетий «Книга перемен» помогала разобраться, правильно ли человек мыслит, принимает решения, действует. Она не менее популярна и используется в Китае и в наши дни.

Рассмотрим основные различия мировоззренческих установок Запада и Востока, на которые обратил внимание в своих лекциях известный китаевед Алексей Маслов.

Сравнение основных мировоззренческих установок Запада и Востока.

Таблица 1

Запад	Восток
1. Концепция единого бога	
Есть высшая сила, которая диктует, что хорошо, а что плохо	На месте единого бога сотни самых разных духов. Поклоняться можно всем одновременно
2. Концепция нравственного идеала	
У каждого человека есть понимание того, каким должен быть порядочный человек (честным, искренним, отзывчивым). При этом правда (истина) является абсолютной. Постоянное внутреннее сравнение «я - реальный» и «я - идеальный», при несовпадении с идеалом наступает внутренний раскол. Чтобы преодолеть внутренний раскол западный человек старается быть лучше, создает предметы искусства, произведения искусства.	Китайская традиция не предписывает нравственных идеалов, а предписывает следовать и поклоняться тому, о чем говорили предки. Важно соблюдать ритуал и сохранять гармонию. Истина зависит от ситуации, времени и контекста. Древние тексты составляют большую часть базовых предпосылок культуры. Главное – следовать установленным нормам и правилам. Основным регулятором поведения человека является общество.
3. Искусство	
В искусстве на смену классицизма приходит модернизм и постмодернизм	Следовать традиции в искусстве хорошо (копирование пейзажей просветленных)
4. Образование	
Ориентировано на познание внешнего мира с опорой на разум	Ориентировано на познание человеком самого себя с опорой на добродетель
5. Отношение к природе	
Человек доминирует над природой	Человек живёт в гармонии с природой
6. Религиозная практика	
Вся религиозная практика – это духовное совершенствование, стремление к высшему идеалу (единому богу). Необходимо следовать заповедям, нравственным законам, которые являются абсолютными.	Вся религиозная практика - это специальные методики, которые изменяют сознание и позволяют пережить божественное состояние. Принцип трансформации означает, что ничто никогда не бывает абсолютным. Необходимо постоянное телесное и духовное совершенствование. Самое главное – управлять энергией Ци, которая есть у каждого человека и стремиться быть физически здоровым.
7. Высшая ценность	
Свобода личности, социально-экономические права, современные «цивилизационные» ценности, стремление к успеху	Высшая ценность «питание жизни» (ян шэн). Нужно стремиться использовать все возможности и средства для улучшения качества жизни, повышения духовной чувствительности, «накопления жизненной энергии».

Одним из базовых аспектов китайской философии является «禮» – «ли» – ритуал. Китайские философы вкладывали в него не только

правильное поведение (этикет, церемония), но и те мировоззренческие устои, из которых проистекает правильное поведение. Ритуал – это не только почтительность, проявляемая к предкам, но и понимание того, что без этого невозможно существовать. Всякий носитель ритуала точно осознаёт, что следование этим нормам не просто необходимо, но и наиболее близко природе человека. В древнейших литературных памятниках эта категория обозначала обряды, дающие возможность преодолеть политические конфликты и отражающие единство мира [14].

Деловая культура Китая.

Слово «бизнес» и «коммерция» в Китае ассоциируется со смыслом жизни, жизнеспособностью, позитивной жизненной силой, что формирует «культурную модель» китайского бизнеса...» [10].

В старом Китае существовало понятие «управление жизнью», а менеджерская и предпринимательская деятельность неизменно воспринимаются китайцами как условие жизненного счастья, которое достигается посредством этико-ритуальной традиции деловой культуры и проявляется в строго фиксированных стереотипах поведения, нормах поведения и социальной структуре китайского бизнес сообщества. Эти традиции являются непреложными ценностями с древних времен [4].

Важнейшими характеристиками деловой культуры, являются прагматизм «实用性» shiyongxing (шиюнсин) и рациональность «合理性» helixing (хэлисин). Данные характеристики сформировались под влиянием сложного комплекса конфуцианства, даосизма и буддизма, религий с преобладанием и ведущей ролью конфуцианской составляющей. Немецкий социолог и экономист М. Вебер видел в предпринимательской деятельности воплощение данных качеств. Под рациональностью он понимал функциональную эффективность и получение максимальной выгоды от вложенных средств и приложенных усилий [10].

Рассмотрим деловую культуру Китая посредством трёх основных смыслообразующих компонент:

- конфуцианства,
- гуанси,
- стратагемности.

Конфуцианство.

Основой деловой культуры является Конфуцианское учение. Это философское учение, заменившее религию, служит фундаментом китайского образования в течение 2500 лет. По словам современного исследователя, в области образования Цзинь Ли «Если даже бессмысленная культурная революция проникла в семью, она не разрушила её полностью. Сложно представить себе некую силу, которая смогла бы уничтожить конфуцианские семейные отношения...» [8].

Одним из главных понятий конфуцианства является человеколюбие («仁» – «рен» – «жэнь» – гуманность, «和气» – «хе қі» «хэ ци» – благоже-

лательность). Любовь к людям должна руководить поступками любого человека, особенно правителя. Верность 忠 – «zhōng» («чжун») означает, прежде всего, преданность самому себе, своим идеалам и устремлениям. Вместе с состраданием («順» «shùn» «шу» – покорность, послушание) эти понятия составляют основу Конфуцианского учения. Чрезвычайно важную регулирующую роль играет понятие «сяо ти» «孝悌» (сыновняя почтительность, благочестие, уважение и почитание старших). Именно сыновья почтительность является корнем добродетели и основой для развития остальных конфуцианских этических составляющих, а также руководством для поступков человека внутри социальной группы. Отец семейства связывает человека с предками, со всей системой рода и транслирует закрепленные в роду нормы ритуала, представляя собой некий духовный центр 中 – «zhōng» («чжун»). Сначала каждый совершенствует свои добродетели в семье. Далее, по мере социализации, человек переходит на новый круг, где продолжает выполнять предписанные нормы и правила. Глава группы (руководитель, отец, директор) обеспечивает успех и благосостояние её членов. Успешность группы сообщает её членам о правильности собственного выбора и поддерживает в них веру в свои ценности.

Таким образом, основной задачей любого человека является самосовершенствование через реализацию основных добродетелей и освоение сложного ритуала иерархических человеческих отношений.

Основные аспекты конфуцианского учения выражены в деловой культуре через три основные составляющие:

1. Строгое соблюдение социальной иерархии.

Основа иерархии в уважении возраста, власти и повиновении руководителю. Высказывание вне очереди не одобряются. Также является нормой, когда китайцы не принимают решение по переговорам самостоятельно, а полагаются на авторитет руководителя.

2. Достижение гармонии.

Самое главное – избегать конфронтации. Китайские переговорщики больше озабочены средствами и самим процессом переговоров, чем целью переговоров. Считается, что лучшие компромиссы получаются только через ритуал вперед и назад торга (то есть, через уступки и возвращения к первоначальным вопросам). По словам ученого Лао Цу, которого называют «современным Конфуцием», ключом к жизни было найти Дао – «путь» между двумя силами, середину, компромисс. Правильный путь трудно найти, поэтому для урегулирования разногласий следует полагаться на торги.

3. Сдержанное поведение.

Уничижение, умаление собственных достоинств – характерная черта общения с деловым партнером. Китайцы всегда стремятся отвлечь внимание от собственной персоны, что резко контрастирует с некоторыми привычками западных бизнесменов [13].

«Гуанси».

Бизнес в Китае в огромной степени персонифицирован и не может существовать без личностных взаимоотношений партнеров. Согласно иерархии Маслоу отношения находятся на третьей ступени иерархической лестницы. Что касается деловой культуры Китая, человеческие отношения следовало бы поместить на первое место наравне с водой и пищей.

Гуаньси (关系 – guanxi) – это социальный капитал, в основе которого лежат личные отношения, в отличие от западных компаний, которые выстраивают коммерческие отношения, основанные исполнении договоров. Понимание данной разницы имеет большую управленческую ценность [13].

По сравнению с западным обществом, китайское общество гораздо сильнее склонно делить людей на категории в зависимости от своего отношения к ним. Под «гуаньси» можно понимать принадлежность к особой группе для получения доступа к всевозможным ресурсам, обеспечения их цельности, сохранности. Существует три основные категории межличностных отношений, которые имеют совершенно разные социально-психологические значения для вовлеченных сторон и регулируются различными наборами межличностных правил. Отличительной чертой китайского общества является ориентация на семью [13].

Три основные категории межличностных отношений в Китае

Категория отношений	Тип отношений	Правило взаимодействия
<i>jiā-ren</i> (тяя жен) – члены семьи	Постоянные, стабильные отношения, в которых благополучие других является частью своего долга.	Долг – хорошо заботиться членах семьи не ожидая возврата в будущем
<i>shou-ren</i> (шоу жен) – родственники за пределами семьи, соседи, друзья, одноклассники, коллеги	дружеские отношения, которые могут варьироваться от поверхностных до очень близких	Принцип социального обязательства «жэньцин» лежит в основе большинства дружеских отношений и часто сопровождается ожиданием полной взаимности
<i>sheng-ren</i> (шен жен) – знакомые или незнакомые люди, все те, кто находится за пределами семьи и знакомые, с которым не установлены какие-либо значимые отношения по прошлым взаимодействиям	Поверхностны и временные отношения	Доминирует практический подход, основное внимание уделяется личной выгоде и потере

Иногда «гуаньси» оказываются важнее, чем профессиональные навыки, знания и опыт. Широта «гуаньси» указывает на значимость человека в обществе. Китайцы тратят много сил и энергии на выстраивание отношений. Именно этот процесс выстраивания отношений с другими и

определяет суть понятия «гуаньси». Например, вопрос 您们找了经理没有? (Nin zhao le jingli mei you? Нин джао лэ тинли мэй ёу?) дословно переводится как «Вы уже обратились к директору?», что по сути означает «вы уже получили скидку?». Но обратиться к директору можно, только если Вы с ним лично знакомы. Допустим, вы не знакомы с директором, тогда нужен посредник, который знает его лично. Если такого человека среди ваших знакомых нет, нужно постараться его найти (например, это могут быть друзья друзей, знакомые знакомых). Именно так действуют китайцы по любым социальным вопросам, будь то съём жилья для сына-студента или устройство на работу.

«Гуаньси» обязательно предусматривают ответную благодарность – «хуэйбао». Поэтому, если вы обратились за помощью к другу вашего знакомого, то в качестве ответной благодарности нужно обязательно пригласить знакомого и его друга на ужин.

С понятием «гуаньси» тесно связано понятие «лица» (面子 miànzi мяньцзы – репутация), с которым связано представление о лояльности индивида по отношению к членам своей группы. Одна из основных этических составляющих – забота о сохранении не только своей деловой репутации, но и другого члена группы, связанного «гуанси». Отказываясь от конфликта с другим, человек тем самым сохраняет его «лицо» и получает основания считать себя имеющим «лицо». Избегание конфликта и поддержание социальной гармонии является значимой самостоятельной ценностью в традиционной этической системе китайцев.

Ещё одна концепция, связанная с идеей лица – идея стоицизма или терпения (rěn). Если человек можете смириться с чем-то, это считается похвальным. И наоборот, если человек потерял самообладание, это означает, что он не проявил достаточного стоицизма и может потерять из-за этого лицо.

Стратagemность.

Деловая культура Китая опирается на философскую доктрину китайской цивилизации, сформированную конфуцианством, даосизмом и буддизмом. Такая глубокая, специфическая с западной точки зрения философская база дает особый взгляд на природу переговорного процесса, описание которой можно найти в трактате «36 стратагем» или 36 приемов военного искусства. Стратагемы в Китае имеют широкое применение как в управлении предприятием, так и в повседневной жизни. Они проявляются в виде ограниченного перечня алгоритмов поведения в зависимости от ситуации и обстоятельств.

Особенно ярко принципы стратагем проявили себя в переломные моменты истории Китая, составив существенный и необходимый компонент социально-экономических реформ.

Стратагемность – одна из значимых характеристик китайского мышления в деловой культуре Китая, она подразумевает применение хитро-

стей, уловок и гибкое использование стратегий, которые могут помочь участникам переговоров занять выгодную позицию и в итоге выиграть переговоры. Механизм стратагемности запускается в основном при взаимодействии с чужаком (врагом) Причиной для создания и применения стратагем служит конфликт либо спорный вопрос, который невозможно решить общепринятыми в китайской традиции методами и правилами [5].

Маскировка истинных целей и дезинформация противника – самые важные условия реализации успешной стратагемы.

Одним из достоинств совершенного человека, согласно конфуцианскому учению являлось такое качество как «линь» – ум, смекалка, ведь владеть искусством составления стратагем может только по-настоящему умный человек.

Лучшая победа – та, которую одерживают благодаря расчетам и правильно составленным планам. В отличие от европейских теоретиков войны китайские мастера стратегии ни в малейшей степени не надеются на удачу или случай. К так называемой романтике войны они питают искреннее отвращение, их не прельщают фантазии на тему героической смерти. Они ищут стратегию без риска и делают ставку на надежность и эффективность, которые определены, определены мерой детализации. Бегство с поля боя не считается трусостью, а считается высшей мудростью. Убежать – значит, перегруппироваться.

Разработка стратегии начинается с получения информации о противнике, поэтому, китайский партнер, скорее всего, займет выжидательную позицию и будет слушать, чтобы узнать как можно больше сведений о своём деловом партнере. Ему необходимо понимать Ваши основные цели и желания для того, чтобы узнать Ваши слабые стороны. Это могут быть не только сведения о конкурентах и компромат, но и Ваши временные и финансовые ограничения. Любая случайно брошенная с вашей стороны фраза будет иметь ценность. Такой стиль ведения переговоров для китайского партнёра является основной стратегией «инь». Китайцы чаще всего пользуются стратегией «инь», когда первый раз начинают переговоры и партнёр им не знаком.

Однако знание обстоятельств, как бы обширно оно ни было, само по себе не принесет победы. Решающее значение имеет способность вырабатывать синтетически всеобъемлющее видение, или, как сказано в «Книге Перемен», «великое видение» (да гуань), которое превосходит или включает в себя все частные перспективы созерцания. Достижение этого идеала предполагает умение сводить воедино различные виды информации, сопоставлять отдельные факты и выводить из этого общее и притом уникальное качество ситуации, ее, так сказать, символический тип. При рассмотрении вещей под разными углами зрения, и критической оценки собственных взглядов, план становится той самой «разумностью», которую китайская стратегическая мысль превыше всего ценит в полководце. Вершины разума достигает тот полководец, который одновременно видит силь-

ные слабые стороны, «знает противника и знает себя». Такой стратег никогда не будет знать горечи поражения [3].

В процессе переговоров китайский партнёр будет просто ожидать благоприятных для себя обстоятельств, и это для него абсолютно естественное, культурно поощряемое поведение. Стратегема № 4 гласит: «В покое ожидать утомленного врага» [5]. Это высказывание объясняет применяемые китайцами тактики: ориентация на продолжительное обсуждение незначительных вопросов, перерывы в переговорах, их перенос, нечеткое обозначение позиции, а также требование дать пояснение по проработанным проблемам и повторная постановка вопросов. Затягивание переговоров создает атмосферу неопределенности, заставляет сомневаться в силе своей позиции оппонента, тем самым провоцирует ускорение им переговорного процесса путем изменения своих предложений в пользу китайцев.

Примером наступательной стратегемы может служить стратегема № 15 «Сманить тигра с вершины на равнину» (означает – выманить противника с выигрышной позиции, чтобы самому занять гору). «Идти вперед туда, где не ждут; атаковать там, где не подготовились...» (Сунь Цзы). Следует подчеркнуть, что такое поведение не является отсутствием совести или добродетели в ее западном понимании, а является хорошей предпринимательской смекалкой.

Ниже рассмотрены две стратегемы, которые обычно используются китайской стороной при проведении деловых переговоров:

1. Стратегема «выбросить кирпич, чтобы получить нефритовый камень» состоит в том, что «приманить оппонента, заставив поверить, что он что-то приобретает, либо заставить его реагировать на «выбрасываемый кирпич», при этом самому получить взамен что-то более ценное («нефритовый камень»). Это можно трактовать как «привлечь противника со схожими, но меньшими интересами».

2. Стратегема «Пожертвуй сливовое дерево, чтобы сохранить персиковое дерево» используется, когда переговоры зашли в тупик (стороны не готовы идти на уступки). В соответствии с китайской культурной традицией о сохранении гармонии, когда одна сторона уступает, другая сторона также пойдет на соответствующую уступку, чтобы сохранить баланс. Считается, что применение этой теории может создавать различные возможности в деловых переговорах и привести к ожидаемой цели. Таким образом, стратегема «пожертвования сливовым деревом ради сохранения персикового дерева» является хорошей демонстрацией теории справедливости полезным руководством для деловых переговорщиков.

Таким образом, необходимые условия для составления и успешной реализации стратегем является всесторонний анализ, а именно:

- знание психологических особенностей оппонента;
- умение прогнозировать, рассчитывать ходы и предвидеть их последствия;
- упорство автора плана в реализации стратегемы.

По мнению китайцев, переговорщики, которые используют стратагемы, проявляя мудрость и выдержку, позволяют обеим сторонам достигать соглашение путём осознания перспективы получать выгоду, основанную на достижении компромисса во время переговоров. Стратагемы можно сравнить с теорией игр. Вести переговоры означает играть в игру, нацеленную на взаимную выгоду на основе сотрудничества друг с другом.

Основные составляющие делового этикета с Китаем.

Статус переговорщиков.

На переговорах должности переговорщиков должны соответствовать друг другу. Например, недопустимо, чтобы, глава компании - директор проводил переговоры с менеджером.

Обращение.

Следует помнить, что чрезвычайно важную роль играет правильное обращение к человеку (в соответствии с его должностью, статусом, социальной ролью). Исправление имён, (正名zhèngmíng, чжэнмин) – одна из центральных концепций конфуцианской философии. Чжэнмин – это императив, утверждающий необходимость правильно выстраивать понятия (míng). «Если имена неправильны, то слова не имеют под собой оснований. Если слова не имеют под собой оснований, то дела не могут осуществляться». В разговоре следует использовать только фамилию и официальную должность оппонента, если он не попросит называть его по имени, что происходит, как правило, после длительного знакомства и установления дружеских отношений.

Подарки.

Согласно «Своду правил о собственности» в китайской «Книге обрядов» «вежливость только с одной стороны длится недолго» и «дружба не может стоять всегда на одной стороне. Если вы дарите подарки другим, а другие ничего не делают – это очень невежливо. Этикет вежливости требует взаимности, которая является важным фактором в жизни китайского народа. Это может способствовать дружбе и обмену необходимыми товарами. Кроме того, в зависимости от степени ценности подарка, люди могут измерить глубину дружбы. Чем ценнее подарок, тем большее значение вы придаете человеку.

Китайцы любят делать все парами, и это отражается в принесении даров. Лучше делать по два подарка одного и того же вида: две коробки конфет, две бутылки вина и т. д. Китайцы часто отказываются от подарка, чтобы показать, что они не могут принять, но на самом деле это тип этикета. При получении подарка от китайской стороны вам также следует отказываться, иначе вы можете произвести впечатление невежливого и даже жадного человека.

Самое главное, нужно помнить, что после принятия подарков нельзя открывать его перед гостями. Его можно открыть только после того, как гости покинут вас, иначе гости будут смущены. Это описано в современной китайской литературе. Один из романов описывает хозяйку дома,

названную «необразованной», которая сразу после ухода гостей открыла коробку с печеньем и начала его пробовать. Неожиданно за забытой вещью вернулись гости и «просто наткнулись на эту сцену, которые заставляют обе части чувствовать себя очень неловко». Смысл этикета в том, что принесенных подарков может быть недостаточно, и это нельзя ни в коем случае дать почувствовать второй стороне. Таким образом, нужно всегда заботиться о своем «лице», а также о чувствах и «лице» другого человека.

Языковые особенности деловой коммуникации в Китае.

Четыре основных максимы устной речи:

1. Максима скудности – говорить мало.

Скудность речи в Азии может быть признаком интеллекта. Отказ от речи несет в себе позитивный образ. Исследования, проведенные учёными Ши-Ин Янг и Робертом Штрэнбергом, выявили, что азиаты считают интеллектуалом того, кто обладает знанием о том, «когда утверждать себя, а когда отстраниться», помимо обладания прочими общими атрибутами, такими, как острый ум.

Когда китайцы решают говорить, они, как правило, делают это двумя способами:

Первый способ – говорить медленно, осторожно, неохотно и скромно. Этот стиль посылает слушателю сигнал, что оратор хорошо осознает ответственность, и согласен пересмотреть то, о чем он говорит, не готов взять на себя обязательства по совершению ожидаемых действий.

Второй способ – говорить уверенно и определенно, но в то же время с оговорками, не слишком категорично. Этот стиль указывает на то, что говорящий несет ответственность и обладает полномочиями в данном вопросе. Поскольку такая речь выражает уверенность, слушатель, вероятно, примет идеи и предложения говорящего.

2. Максима неоднозначности – говорить неопределенно.

Как отмечает Агнес Хэ, азиатская неоднозначность – это не семантический или логический недостаток, а преимущество [8]. Хуэй Чин Чан в своем исследовании повседневной коммуникации в Китае пришла к выводу, что такой стиль благоприятствует китайцам, поскольку он хорошо сочетается с их потребностью поддерживать общественную систему с четко определенными ролями, а также хорошо сочетается с потребностью сохранять пространство для коммуникативной неопределенности [8]. Этот особый стиль может брать своё начало в даосизме как диалектической философии.

3. Максима уклончивости – говорить дружелюбно.

Эта максима основана на том факте, что в восточноазиатских культурах высоко ценится гармония.

4. Максима слушания – сначала выслушать, потом говорить.

Исследования показывают, что слушание не пассивно, а активно.

При коммуникации китайцам необходимо выявлять «ясные и скрытые смыслы» слов говорящего, прежде чем он сможет ответить. В китайском языке есть множество изречений, в которых говорится о требовании

к слушателю. Ожидается, что слушатель будет восприимчив и постарается расшифровать подразумеваемый, но невыраженный смысл. Китайская художественная и эстетическая философия создания произведений искусства соответствует тому же стилю, наводящему на размышления, но не высказывающемуся до конца. Так слушателю необходимо «прислушиваться к речам и приглядываться к выражению лица», выводя смысл из «того, что сказано личным чувством» «созерцания (обдумывания)». Данные принципы переданы в афоризмах «слова конечны, смысл бесконечен» и «теперь лучше помолчать, чем говорить» [8].

Нужно учитывать, что китайцы в первую очередь будут выслушивать другую сторону, прежде чем принимать решения. Потребность восточного человека во внимательном выслушивании является естественной частью максим устной речи [8].

Помимо умения слушать, для китайцев важно уметь высказывать замечания в нужный момент, уметь планировать время для замечаний [8].

Косвенный отказ.

Сказать прямое «нет» для китайца – значит поплыть против течения. Если же они прямо откажут в просьбе, то партнер в их глазах потеряет лицо. Поэтому в ответ на предложение чаще всего можно услышать «да».

«Да» может быть косвенным отказом, эквивалентом «нет» – уклонением от прямого ответа, представленным как сигнал о получении информации («я слышу вас», «я понимаю вас»).

В рамках теории речевых жанров выделяют несколько способов выражения косвенного речевого жанра отказа [13]:

1. При неуверенности говорящего в сообщаемой им информации «может быть», «возможно», «вероятно», «наверное».

2. Смена предмета обсуждения.

3. Ссылка на отказ третьей стороны, например, ссылка на руководителя.

Учитывая особенности китайского способа ведения бизнес-переговоров, следует избегать так называемых «закрытых» вопросов, требующих однозначных ответов «да» / «нет».

Отношение к иностранцам.

Слово «иностранец» 外国人 звучит как wàiguó rén (вайгуожен), где иероглиф 外(wài) – означает «чужой», «посторонний», «внешний», «чужеземец»

Считается, что истинные отношения проявляются только между добрыми друзьями. К незнакомым людям следует относиться с осторожностью.

Иностранцы подсознательно воспринимаются как незваные гости, чужаки. Но в обычной жизни китайцы, как правило, приветливы и доброжелательны.

Коммуникативные барьеры.

Во время переговоров недоверие к оппонентам может проявляться в уточнении одного того же вопроса несколько раз. Например, западный человек может считать, что по какому-то определенному пункту точно существует договоренность, так как его много раз обсуждали и пришли к полному обоюдному согласию. Однако китайская сторона на следующий день может продолжить переговоры, начав именно с этого «закрытого» для западного переговорщика. Именно таким образом проверяются намерения сторон в исполнении обязательств. Относиться к этому нужно спокойно и терпеливо, подробно разъяснить все оговоренные до этого моменты. Делать это нужно столько раз, сколько потребует переговорный процесс.

Выводы:

На Востоке подходы к деловой культуре во многом отличаются от европейского по стилю, тактике и стратегии ведения переговоров. Китайскому обществу присуща большая дистанция власти, социальное неравенство и привилегии руководителя. При ведении переговоров крайне важен статус переговорщика. Решения чаще всего принимаются сверху. Китайская культура требует высокого внимания к мелочам, многим тонкостям и нюансам.

Китайцы могут быстро и часто менять планы, ценят гибкость и адаптивность. Обман не является «обманом» или непорядочным действием в его западном понимании, а является предпринимательской смекалкой.

Правила западного переговорщика:

- Любые переговоры должны основываться на «гуанси».
- Важно помнить о приоритете «лица» над результатом переговоров (лучше проиграть, чем потерять лицо).
- Нужно обращать внимание на невербальное общение.
- Необходимо быть внимательным к невысказанным потребностям азиатских партнеров.
- В любой ситуации необходимо проявлять терпение сохранять спокойствие.
- Следует более глубоко изучать особенности китайской культуры и делового этикета.

Библиографический список

1. Китай в XXI веке. Глобализация интересов безопасности. / РАН, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений, под ред. Чуфрина Г.И. - М.: Наука, 2007. -326 с.
2. Маслов А.А. Китай и китайцы. О чём молчат путеводители. Изд-во Рипол-Классик, 2014.- 288с.
3. Малявин В.В. Тайный канон Китая. Изд-во Рипол-Классик, 2015.-304с.
4. Малявин В.В. Китай управляемый: старый добрый менеджмент. Изд-во Европа, 2007. - 304с
5. Харро фон Зенгер. Полное собрание 36 знаменитых китайских стратагем в одном томе. Изд-во Эксмо, 2018. – 1040с.

6. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения. Изд-во Рипол-Классик, 2010 г.- 288 с.
7. Буров В.Г. Китай и китайцы глазами российского ученого. ИФ РАН, 2000.-206с.
8. Цзинь Ли Культурные основы обучения. Восток и Запад, Пер. с англ. под науч. ред. С.Р. Филоновича, изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 464с.
9. Одд Арне Вестаф Беспокойная империя, Центрполиграф, 2014 г. – 639с.
10. Очиров О.Р. Введение в современную деловую культуру Китая: учебное пособие. О.р. Очиров; Забайкал. гос. гум.-пед. Ун-т - Чита, 2008.-149с.
11. Лукин А.В. Возвышающийся Китай и будущее России. Международные отношения, 2015.-792
12. Российское китаеведение - устная история. Сборник интервью с ведущими российскими китаеводами XX – XXI вв. под ред. Головачёва В.Ц.Том 2, М. ИВ РАН, 2015. - 572с
13. Yadong Luo Guanxi and Business, University of Hawaii, Honolulu, 2000.-356p.

