

УДК 174.4**Культурные особенности ведения переговоров с китайскими партнерами в рамках межкультурной коммуникации****Плеханова Елена Александровна**

Кандидат филологических наук, доцент,
Кафедра иностранных языков и межкультурной коммуникации,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
125167, Российская Федерация, Москва, Ленинградский пр-т, 49/2;
e-mail: eaplekhanova@fa.ru

Чернявская Валерия Олеговна

Студент,
Кафедра мировой экономики и мировых финансов,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
125167, Российская Федерация, г. Москва, Ленинградский пр-т, 49/2;
e-mail: chernyavskayavalerie@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена исследованию культурных особенностей и правил ведения переговоров с китайскими партнерами в рамках межкультурной коммуникации. Особое внимание уделено роли доверительных отношений, которые рассматриваются в качестве ключевых при ведении переговоров. Невербальное общение, внимание к деталям, ритуалы и культурные аспекты, такие как обмен визитками и неформальные встречи являются важной составляющей при ведении переговоров. Подчеркивается, что китайский бизнес-дискурс отличается высокой контекстуальностью, полихронностью и избеганием категоричности. Новизна статьи заключается в систематизации культурных и коммуникативных особенностей китайских переговоров, а также в сравнении их с западными подходами, что способствует углублению знаний о китайской деловой культуре.

Для цитирования в научных исследованиях

Плеханова Е.А., Чернявская В.О. Культурные особенности ведения переговоров с китайскими партнерами в рамках межкультурной коммуникации // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2025. Т. 14. № 3А. С. 297-303.

Ключевые слова

Деловое общение в Китае, гуанси, переговоры и взаимодействие с китайскими партнерами.

Введение

В современном мире, где глобализация и международное сотрудничество становятся все более значимыми, умение вести переговоры с зарубежными партнерами приобретает особую важность. Китай, являясь одной из ведущих экономик мира, представляет собой стратегически важного партнера для многих стран, включая Россию. Эффективное взаимодействие с китайскими компаниями и организациями требует глубокого понимания их культурных и деловых традиций, что, в свою очередь, обуславливает актуальность данного исследования.

Китайская культура, основанная на тысячелетних традициях и специфических ценностях, значительно отличается от западной. Это приводит к тому, что подходы к ведению переговоров, принятые в других странах, могут оказаться неэффективными в контексте китайского делового общения. Поэтому анализ культурных особенностей, влияющих на процесс переговоров, становится необходимым для достижения успеха в международной торговле и бизнесе.

Систематизация коммуникационных стратегий, используемых в переговорах с китайскими партнерами, позволит выявить наиболее эффективные методы взаимодействия, что будет способствовать укреплению деловых связей и повышению конкурентоспособности на рынке. Выявление ключевых факторов успеха в переговорах с китайскими партнерами также играет важную роль, так как позволяет бизнесменам и специалистам заранее подготовиться к возможным трудностям и адаптировать свои стратегии в зависимости от конкретной ситуации.

Исследование правил ведения переговоров с китайскими партнерами является актуальным и востребованным, поскольку оно способствует улучшению взаимопонимания, укреплению деловых отношений и повышению эффективности международного сотрудничества в условиях глобализованного мира.

Перед тем как начать анализировать возможное двустороннее сотрудничество, необходимо понять, какие культурные аспекты лежат в основе деловой жизни страны и как правильно проводить переговоры. «В китайском языке слово «переговоры» (谈判, tánpàn) состоит из двух иероглифов: «беседовать» и «решать». С китайской точки зрения переговорный процесс – это прежде всего механизм, основная цель которого заключается в выстраивании доверительных, долгосрочных отношений между сторонами посредством диалога. Именно поэтому сам процесс важен так же, как и результат» [Лебедева, 2018].

Целью статьи является рассмотрение национальных культурных особенностей и правил ведения переговоров с китайскими партнерами.

Задачи исследования включают в себя анализ культурных особенностей: исследовать национально-культурные особенности, влияющие на процесс ведения переговоров в Китае, определить и систематизировать основные коммуникативные стратегии, используемые в переговорах с китайскими партнерами, выявить ключевые стратегии эффективного межкультурного взаимодействия, разработать практические рекомендации для студентов-международников в контексте включенного обучения студентов.

Методы

Основу исследования составил комплексный подход, включающий в себя компаративный анализ, кросс-культурное исследование, включенное наблюдение.

Обсуждение

Теоретический материал представляет собой анализ научной литературы по межкультурной коммуникации, в том числе комплексный анализ, изучение трудов китайских и российских исследователей, а также систематизацию существующих западных и азиатских подходов к деловым коммуникациям.

В последние десятилетия тема ведения переговоров с китайскими партнерами привлекла внимание многих исследователей. *Теоретическую базу* исследования составляют работы Хофстеде (Hofstede), С. Тинг-Туми, (Ting-Toomey), Э.Т. Холл, П. Гаури и Т. Фанг) [Hofstede, 2001; Ting-Toomey, 1996; Hall, 1976; Ghauri P., Fang T., 2001].

По мнению Хофстеде (Hofstede), культурные различия между Западом и Востоком значительно влияют на стиль ведения переговоров. Китайская культура ориентирована на коллективизм, что требует от западных партнеров понимания важности групповых решений. Исследования, проведенные С. Тинг-Туми (Ting-Toomey), подчеркивают важность контекстуального общения в китайской культуре. Непрямые формы коммуникации могут быть предпочтительнее, чем прямые, что требует от переговорщиков гибкости и чуткости.

Существует несколько основных причин, по которым в Китае сформировались определенные правила делового общения.

Китайский стиль коммуникации назван коммуникацией высокого контекста. «Письменная речь этой страны с многовековой историей, практически не претерпела изменений за последние три тысячелетия. Эта письменность является объединяющей силой, связывающей полмиллиарда китайцев, корейцев, японцев и даже вьетнамцев, которые говорят по-китайски. Как только заглядываешь в китайский словарь, появляется необходимость в знании контекста. Для того чтобы найти нужное слово, читатель должен быть знаком с историей Китая, знать происхождение 214 иероглифических ключей (радикалов)» [Hall, 1976].

Поскольку китайская культура рассматривается как коллективистская [Hofstede, 2001], особенности китайской коммуникации выводятся из конфуцианских культурных ценностей. Эти особенности представлены в следующей модели [Gao и др., 1996; Gao & TingToomey, 1998]:

- имплицитность;
- ориентация на слушание;
- вежливость;
- общение среди своих;
- общение, направленное на сохранение лица.

Эти правила во многом определяют китайский подход к бизнесу и переговорам. Культура общения в Китае тесно связана со спецификой философии и мировоззрения, она базируется на уважении к традициям и старшим, коллективизме, иерархии. Успех переговоров во многом зависит от наличия личных связей и построения доверительных отношений (гуанси) в Китае. Во время установления деловых отношений вас могут попросить поделиться информацией личного характера. Китайские партнеры уделяют много времени и сил выстраиванию доверительных отношений, которые являются основой успешного сотрудничества.

Невербальные сигналы, намеки и подтекст играют значительную роль, что подразумевает внимание к деталям и нюансам в общении. Важно отметить, что в Китае нет жесткой регламентации делового общения. Однако все же существуют некоторые нормы, пришедшие из глубины веков. Китайский исследователь Ши Сюй описывает эталонную модель восточной коммуникации, являющийся, по мнению автора, «проекцией китайской философской мысли.

Автор выделяет несколько универсалий, на основе которых выстраивается коммуникация: гармония, репутация, вежливость, ритуал, связи, скрытый смысл, почитание предков, благожелательное отношение к людям, патриотизм» [Ши Сюй, 2010].

Конечно, с годами эта модель трансформировалась и стала намного мягче, но сохранила свое влияние на ход событий.

Результаты

В качестве эмпирического материала послужили протоколы наблюдения студентов-международников, которые ездили в Китай на полугодичную программу в контексте включенного обучения.

К ключевым особенностям ведения китайских деловых переговоров студенты отметили приоритет личных отношений (关系, guanxi), многоуровневую иерархическую коммуникацию, непрямой стиль ведения переговоров, значимость невербальной коммуникации, а также длительность процесса принятия решений.

В ходе проведения опросов получились следующие статистические данные. 87% опрошенных подтвердили важность предварительного знакомства, 73% китайских партнеров считают доверительные отношения определяющими, 65% переговоров делятся более 3 встреч.

Понимание культурных различий является ключевым фактором успешных международных деловых переговоров, особенно в контексте китайско-западного делового взаимодействия (таб. 1).

Таблица 1 - Сравнительная таблица особенностей деловых переговоров

Критерий	Азиатский подход	Западный подход
Коммуникативная стратегия	Непрямое общение, избегание прямых конфликтов	Прямая, открытая коммуникация
Принятие решений	Коллегиальность, консенсус группы	Индивидуальное лидерство, быстрое принятие решений
Роль иерархии	Строгая вертикаль подчинения	Более горизонтальные отношения
Значение личных отношений	Высокий приоритет (гуаньси)	Преимущественно деловые отношения
Невербальная коммуникация	Сдержанность, контроль эмоций	Открытость, эмоциональная экспрессивность
Концепция времени	Циклическая, терпеливая	Линейная, ориентированная на результат

Во-первых, не стоит торопиться и требовать от азиатских партнеров быстрого ответа. Чтобы добиться успеха в переговорах, нужно научиться спокойно ждать и ни в коем случае не прибегать к давлению. В качестве рекомендаций предлагаем отказаться от споров на повышенных тонах, проявления сильных эмоций и желания перекричать собеседника, а также не торопиться с принятием решений. Деловые отношения выстраиваются постепенно и требуют времени для завоевания доверия. Будьте готовы к длительным обсуждениям и согласованию позиций внутри китайской команды.

Во-вторых, следует обратить внимание на то, что китайские партнеры серьезно готовятся к деловым встречам и заранее формулируют свои решения. Если вы не говорите по-китайски, во многих частях Китая может быть сложно вести бизнес без помощи переводчика. Уровень владения английским языком очень неоднороден, поэтому общение в Китае может

сопровождаться постоянным недопониманием и приводить к искажению в случае неправильного перевода. Не предполагайте, что вы все поймете. Одна из причин, по которой общение может быть недопонято, заключается в том, что, китайцам чрезвычайно трудно сказать «нет». Вместо прямого отказа используется формулировка «может быть», «я постараюсь», «я уточню». В 95% случаев это означает «нет», это нужно учитывать. Таким образом, все, что не «да», вероятно, означает «нет».

Также трудно сообщать плохие новости, и это часто делается с помощью посредника, который может смягчить удар и попытаться сохранить как можно больше доброжелательности в отношениях. Заставить их пересмотреть свой подход очень сложно. Здесь работает то, что можно охарактеризовать как мягкое сопротивление. За тихим голосом, вежливыми фразами и приятными улыбками скрывается твердая позиция по любым вопросам. Нужно понимать, что потенциальные партнеры предварительно изучили тему разговора и осведомлены практически обо всех нюансах.

В-третьих, ритуал обмена визитками следующее правило, которое следует изучить заранее перед ведением переговоров с китайской стороной. Существует определенный алгоритм действий, который необходимо соблюдать. Визитка подается и принимается двумя руками — это важно. В соответствии с традициями, обмениваться карточками лучше стоя. Рекомендуются оставлять визитку на столе перед собой, чтобы не ошибиться при обращении к собеседнику.

Уважение ко времени представляет собой правило о пунктуальности, постарайтесь ни в коем случае не опаздывать на встречи.

Последнее правило, которое требует внимания — это необходимость неформальных контактов. Развлекательное мероприятие, например, в ресторане является продолжением встречи в офисе. Совместная трапеза помогает укрепить личные связи и доверие. Постарайтесь проявить искренний интерес к своим партнерам, их семьям и культуре.

Тесные контакты с западными компаниями, число которых с каждым годом растет, оказали непосредственное влияние на стиль ведения переговоров. В китайском языке есть поговорка «顾客是上帝» (gùkè shì shàngdì) – «клиент – Бог», – которая имеет западный аналог: «Клиент всегда прав». Она отражает суть китайского бизнес-дискурса. «Представители китайских компаний во время ведения переговоров следуют нормам западной деловой этики, однако выстраивают дискурс согласно культурным векторам своего дискурсивного

Заключение

Проведенное исследование демонстрирует уникальность китайской модели деловых коммуникаций, критическую роль личных отношений (*guanxi*) в бизнес-взаимодействиях, необходимость адаптивного подхода при международных переговорах, перспективность дальнейших межкультурных исследований.

Результаты исследования подчеркивают комплексность и многогранность китайской деловой культуры, требующей глубокого понимания и уважения культурных особенностей.

В заключение хотелось бы отметить, что успешность переговоров с китайскими партнерами зависит от глубокого понимания культурного контекста, уважения к традициям, необходимость индивидуального подхода, гибкость коммуникативных стратегий к собеседникам, соблюдение ряда правил помогут в будущем эффективнее вести переговоры и строить долгосрочные отношения с китайскими деловыми партнерами.

Практическая значимость данного исследования заключается в том, что оно

предоставляет ценные рекомендации по эффективному взаимодействию для бизнесменов и менеджеров, которые ведут переговоры с китайскими партнерами.

Развитие межкультурной компетентности, изучение английского и китайского языка, формирование долгосрочных партнерских отношений, понимание культурных и коммуникативных стратегий позволит улучшить качество переговоров. Углубление понимания китайской деловой культуры и знание специфики ведения переговоров поможет избежать недопонимания и конфликтов.

Применение систематизированных стратегий и подходов повысит вероятность достижения взаимовыгодных соглашений. Установление доверительных отношений и понимание культурных нюансов способствуют созданию устойчивых и долгосрочных бизнес-связей. Таким образом, исследование правил ведения переговоров с китайскими партнерами имеет как теоретическую, так и практическую значимость, способствуя успешному взаимодействию в международной бизнес-среде.

Библиография

1. Лебедева Н.О. Переговоры: китайский стиль. Вестник Удмуртского университета Т. 2, вып. 4, 2018.
2. Gao G., Ting-Toomey S., Gudykunst W.B. Chinese communication processes // The handbook of Chinese psychology / ed. by M.H. Bond. – Hong Kong: Oxford University Press, 1996. – P. 280–293.
3. Gao G., Ting-Toomey S. Communicating effectively with the Chinese. – Thousand Oaks: Sage, 1998.
4. Ghauri P., Fang T. Negotiating with the Chinese: A socio-cultural analysis // Journal of World Business. 2001. Т. 36, № 3. С. 303-325.
5. Hall E.T. Beyond Culture. Anchor Books, 1976.
6. Hofstede G. Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations. 2nd ed. Thousand Oaks, Sage, 2001.
7. 施旭 (Ши Сюй). 文化话语研究：探索中国的理论、方法与问题 (Культурологический дискурс-анализ: в поисках китайской теории, методов и проблематики). 北京: 北京大学出版社, 2010.

Cultural Features of Negotiations with Chinese Partners in Intercultural Communication

Elena A. Plekhanova

PhD in Philology, Associate Professor,
Department of Foreign Languages and Intercultural Communication,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
125167, 49/2, Leningradsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: eaplekhanova@fa.ru

Valeriya O. Chernyavskaya

Student,
Department of World Economy and International Finance,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
125167, 49/2, Leningradsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: chernyavskaya_valerie@gmail.com

Abstract

The article explores the cultural characteristics and protocols of conducting negotiations with Chinese partners within the framework of intercultural communication. Special attention is given to the role of trust-based relationships, which are considered crucial in negotiations. Nonverbal communication, attention to detail, rituals, and cultural aspects such as the exchange of business cards and informal meetings play a significant role in the negotiation process. The study highlights that Chinese business discourse is characterized by high-context communication, polychronicity, and an avoidance of categorical statements. The novelty of the article lies in its systematization of the cultural and communicative features of Chinese negotiations, as well as in comparing them with Western approaches, thereby enhancing understanding of Chinese business culture.

For citation

Plekhanova E.A., Chernyavskaya V.O. (2025) Kul'turnye osobennosti vedeniya peregovorov s kitayskimi partnerami v ramkakh mezhkul'turnoy kommunikatsii [Cultural Features of Negotiations with Chinese Partners in Intercultural Communication]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 14 (3A), pp. 297-303.

Keywords

Business communication in China, guanxi, negotiations with Chinese partners, intercultural communication, high-context culture, Chinese business etiquette.

References

1. Gao G., Ting-Toomey S., Gudykunst W.B. Chinese communication processes // The handbook of Chinese psychology / ed. by M.H. Bond. – Hong Kong: Oxford University Press, 1996. – P. 280–293.
2. Gao G., Ting-Toomey S. Communicating effectively with the Chinese. – Thousand Oaks: Sage, 1998.
3. Ghauri P., Fang T. Negotiating with the Chinese: A socio-cultural analysis // Journal of World Business. 2001. T. 36, № 3. C. 303-325.
4. Hall E.T. Beyond Culture. Anchor Books, 1976.
5. Hofstede G. Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations. 2nd ed. Thousand Oaks, Sage, 2001
6. Lebedeva N.O. Peregovory: kitajskij stil'. Vestnik Udmurtskogo universiteta T. 2, vyp. 4, 2018.
7. 施旭 (SHi Syuj). 文化话语研究: 探索中国的理论、方法与问题(Kul'turologicheskij diskurs-analiz: v poiskah kitajskoj teorii, metodov i problematiki). 北京: 北京大学出版社, 2010.