

важно для тех, кто хочет освоить язык не из-за сиюминутных потребностей, а в силу осознанного решения овладеть китайским. Но даже самый хороший самоучитель отличается от учебника тем, что в ограниченных рамках довольно сложно дать комплексные базовые знания языка, которые предполагается освоить в достаточно короткие сроки. Даже самые хорошие самоучители требуют систематического и достаточно длительного изучения, не говоря об учебниках. Для людей, которым необходимо срочно изучить основы языка исходя из оперативных задач, могут подойти и упрощенные самоучители.

Список использованных источников

1. Шуин Х., Крюков М.В. Давайте поговорим по-китайски! Новый самоучитель разговорного китайского языка. – М.: Восточная книга, 2009. – 255 с.
2. Heisig James W., Richardson Timothy W. Remembering simplified Hanzi: Book 1: how not to forget the meaning and writing of Chinese characters. – Hawai Press, 2009.
3. Scurfield E., Lianyi S., Teach yourself beginner's mandarin Chinese. – London: Hodder Education, 2003.
4. Карлова М. Самоучитель. Китайский язык для начинающих + CD. – СПб.: Питер, 2013. – 256 с.
5. 新编基础汉语. 口语篇. 口语速成: 汉俄对照/张朋朋著. – 北京: 华语教学出版社, 2007.
6. 新编基础汉语. 写字篇. 常用汉字部首: 汉俄对照/张朋朋著. – 北京: 华语教学出版社, 2007.
7. 新编基础汉语. 识字篇. 集中识字: 汉俄对照/张朋朋著. – 北京: 华语教学出版社, 2007.
8. ChinesePod [Сайт]. URL: <http://chinesepod.com> (дата обращения: 12.04.2014).

Научный руководитель О.Н. Уманец, ст. преподаватель ТПУ

Литина Я.Е., Сафиканова Р.Р.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ В ТАКТИКЕ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ НА ПРИМЕРЕ РОССИИ И КИТАЯ

Переговоры – это вид делового общения, целью которого является решение проблем. Переговоры предполагают наличие как минимум двух сторон, каждая из которых стремится достичь наиболее выгодных условий подписания соглашения, договора, контракта [1].

Если интересы партнеров совпадают, то обсуждение проходит быстро либо не требуется вообще. Но при полном расхождении проявляется конкуренция, состязание, противоборство или конфронтация. Случаются и такие ситуации, когда еще на одном из этапов, предшествующих переговорам, потенциальный партнер отказывается иметь дело с принимающей стороной. Причина конфликта интересов может быть совершенно непредсказуема, но во избежание подобных происшествий существует ряд гласных и негласных правил, выработанных на протяжении веков международного сотрудничества.

К гласным правилам, например, относится деловой протокол – свод норм и правил, регламентирующий порядок проведения мероприятий на высшем уровне. Это одна из важнейших частей международного делового этикета. В основном, значение делового протокола необходимо знать дипломатам и государственным служащим, занимающимся международными вопросами на государственном уровне. Поэтому среди обычных, рядовых предпринимателей протокол не получил широкого распространения.

Вместо этого более популярными стали негласные правила этикета ведения переговоров, которые охватывают больше аспектов межкультурной коммуникации с точки зрения человеческого фактора, что подразумевает наличие специфических традиций и обычаев делового общения и деловой этики в каждой стране и у каждого народа. Трудности на межкультурных переговорах зачастую обуславливаются различиями национальных культур.

По теории американского антрополога Э. Холла, все культуры разделяются на две группы на основе их отношения к контексту – информации, окружающей и сопровождающей то или иное событие, то, что вплетено в значимость происходящего: высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные культуры.

В высококонтекстуальных культурах вся необходимая информация уже заложена в сознании людей, без значения этой скрытой информации интерпретация сообщения будет неполной или неверной. Поэтому в языках высококонтекстуальных культур используется много намеков, подтекста, фигуральных выражений. К высококонтекстуальным культурам относятся страны Востока.

В низкоконтекстуальных культурах межличностные контакты строго разграничены, так, всякий раз вступая в общение, людям необходима подробная информация обо всем происходящем. В таких культурах предпочитают прямой и открытый стиль общения, когда вещи называют своими именами; большинство

информации содержится в словах, а не в контексте общения. К низкоконтекстуальным культурам относятся страны Запада.

Ни для кого не секрет, что если американец сказал «да», иного значения здесь нет. Но если китаец сказал «да», это может означать как «да», так и «нет», или «может быть». Не факт, что условия и решения, оговоренные во время встречи, будут исполнены. Имея дело с китайцами, нельзя, вплоть до фактического подписания контракта, до конца быть уверенным, что в самый последний момент всё не изменится, и они не пойдут на попятную.

Высококонтекстуальные культуры (Восток) отличает следующее:

1) характерны невыраженная, скрытая манера речи, многозначительные и многочисленные паузы;

2) серьезное значение придается невербальному общению и умению «сказать глазами»;

3) избыточность информации излишня, поскольку всё и так ясно;

4) конфликт разрушителен (представители этих культур не любят напрямую выяснять отношения и обсуждать проблемы);

5) открытое выражение недовольства неприемлемо ни при каких условиях.

Низкоконтекстуальные культуры (Запад) отличает следующее:

1) характерна прямая и выразительная манера речи, недоверие к молчанию;

2) невербальное общение менее значимо;

3) всё должно быть выражено словами и всему должна быть дана ясная оценка, недосказанность ассоциируется с недостаточной информированностью говорящего;

4) конфликт созидателен, т. к. обсуждение выявленных проблем и трудностей помогает принять правильное решение;

5) в отдельных случаях возможно открытое выражение недовольства.

Россия, в прямом и переносном смысле находящаяся между Востоком и Западом, занимает промежуточное положение.

Также существует более подробный метод сравнения культур, разработанный голландским ученым Г. Хофстеде и французским консультантом по управлению Д. Боллинже. Они выделили 5 параметров применительно к культуре:

- высокий/низкий контекст;
- дистанция власти;

- коллективизм/индивидуализм;
- мужское/женское начало;
- избегание неопределенности.

Данный метод позволяет еще глубже окунуться в специфику поведения и восприятия картины мира людей из разных стран, найти точки расхождения и соприкосновения. Метод Хофстеде-Боллинже полезен для более детального разбора конкретных ситуаций, в отличие от теории Эдварда Холла, которая состоит, в основном, из распространенных клише. Это значит, что теория Холла хоть и позволяет облегчить соприкосновение двух абсолютно разных культур, но не может внести ясности, т. к. является более общей. В ее защиту можно сказать, что углубление в культуру чужой страны не всегда необходимо, тем более когда речь идет о переговорах. Но всё же не стоит этим пренебрегать. Возможно, именно знание особенностей культуры (традиций, нравов, обычаев) потенциального партнера по бизнесу поспособствует более быстрому и выгодному заключению контракта.

Остановимся на столкновении культур Китая (высококонтекстуальной) и России (смешанной). Что происходит, когда две стороны пытаются прийти к консенсусу?

Перечислим характерные черты русских переговоров.

1. Стиль переговоров часто отличается выраженной направленностью «выигрыш – проигрыш», хотя внешне акцент делается на «взаимной» выгоде от сделки.
2. Несогласие обычно выражается сразу же с объяснением или извинениями. В ходе переговоров можно столкнуться с громкими проявлениями эмоций. Имеют место скандалы и выпады в адрес партнера.
3. Физический контакт также часто сопутствует в переговорах, но это может нести в себе как положительный мотив, так и намеренное давление на партнера.
4. Компромисс воспринимается как признак слабости, именно поэтому русские часто не идут на уступки.
5. Произвести хорошее впечатление – лучшая основа для создания хороших отношений. Русские не стыдятся своего богатства и демонстрируют свой достаток как свидетельство успеха. Это особенно проявляется в одежде и аксессуарах.
6. Хорошим тоном считается дарить и получать подарки.
7. Лесть также характерна для российских бизнесменов, а также ожидание услышать ее в ответ от партнеров.

8. Русские часто шутят на тему политики, своей страны и над самими собой. Но если это ваш потенциальный клиент / партнер по бизнесу, от шуток лучше воздержаться, т. к. это может быть воспринято в качестве оскорбления.
9. Пунктуальность не наш конек. Проблемы с транспортом и дорогами сделали опоздание нормой жизни. Конечно, опаздывать не стоит, но это не смертельно страшно. Успех заключения сделки от этого не зависит.
10. Немаловажным фактором также является место проведения деловой встречи, т. е. на чьей территории всё произойдет, кто станет принимающей стороной.

Говоря на тему китайских переговоров, следует отметить, что китайский народ имеет свой собственный стиль, который обусловлен его этническими особенностями. Китайцы – одни из сильнейших переговорщиков в мире. Садясь с китайцами за стол переговоров, важно знать, что прежде чем они захотят сотрудничать с вами, вы должны заслужить их доверие. Это можно сделать с помощью нескольких простых правил, которыми мы пользуемся при общении и в нашей обычной жизни при встрече с близкими друзьями. Но есть одно «но»: ни в коем случае нельзя позволять неуважения по отношению к партнеру. Важно соблюдать золотую середину и не выходить за рамки приличия. На деловых переговорах, как и в обычной жизни китайцев, всегда есть место подаркам. Причем не важна их ценность, важно показать этим свое отношение и уважение. Необходимо отметить, что подарки должны различаться, в зависимости от важности человека, которому адресован подарок. Чтобы серьезно не ошибиться, можно заранее узнать о предпочтениях будущих партнеров.

Также не будет являться чем-то из ряда вон выходящим распаковывание подарков прямо на глазах у партнеров. Покажите им, насколько вам приятно, и обязательно поблагодарите. Ни одни подобные переговоры не могут обойтись без чая. В зависимости от сорта чая может измениться время переговоров. Если китайский партнер решит выбрать мочегонный сорт чая, значит, скорее всего, он не хочет, чтобы переговоры затянулись. В коллективе западных партнеров каждый человек играет свою определенную роль. Определить самого главного человека можно наблюдательным путем. Все члены команды будут взглядом искать одобрения своего начальника, во время его речи никто из его подчиненных не перебьет его. Рассадка гостей – также важное правило. Если переговоры проходят не на территории Китая, то важно предложить

главе китайской делегации сесть напротив входа. Это самое почетное место [1].

Во время переговоров не стоит скрывать от партнеров сотрудничества еще с одной или несколькими компаниями. Нужно дать понять, что существует несколько вариантов развития событий. Всегда следует искать нескольких партнеров. Китайцы любят проверять своих иностранных партнеров, проявляя контролируемый гнев, тем самым пытаясь надавить и добиться для себя более выгодных условий. Они могут льстить, тянуть время, тщательно конспектировать каждое ваше слово, искусственно завышать и занижать цену. В этом деле нельзя спешить, нужно тщательно подбирать слова. Чтобы разрядить напряженную обстановку, можно подготовить какую-нибудь шутку на китайском языке. Это позабавит партнеров и поможет расположить их к себе [2].

Каждые переговоры уникальны, не существует единой универсальной системы. Но основные тактические приемы знать не помешает.

1. В любых переговорах с китайцами необходимо наличие посредника с каждой из сторон. Это немаловажный фактор, т. к. правильно выбранный посредник (переводчик) – залог успеха всей кампании. У них идет четкое деление на «свой» и «чужой», хотя «свой» не обязательно значит китаец. Это связано с тем, что китайцы не доверяют «белым людям», и европейцам в частности, во всем пытаются найти подвох и уловку. Посредник – инструмент построения грамотных отношений, проводник ваших мыслей [3].

2. Переговоры с китайцами больше походят на запутанную пьесу с очень долгой постановкой. Они никогда не спешат при заключении сделки. Временной фактор – тот козырь, которым они неизменно пользуются. Тратить время – дорогое удовольствие, тем более у каждой информации есть свой «срок годности», т. е. в определенный момент она становится неактуальна. На этом китайцы часто играют себе на руку. Они специально могут затягивать переговоры и по многу раз переносить время и место встречи, чтобы запутать, обыграть и выведать необходимую информацию.

3. Соблюдение определенных ритуалов взаимоотношений – основа основ китайского бизнеса. Примерно за месяц до начала ведения переговоров необходимо выслать уведомление, в котором будет сказано о намерении партнера начать деловые отношения.

4. Так как они относятся к высококонтекстуальным культурам, для них очень важна иерархия отношений. Если китайцы считают, что вы недостаточно хороши в своем деле или

находитесь на уровень ниже, чем они сами, то ваши шансы получить выгодное предложение с их стороны практически равно нулю. Возможно, они совсем откажутся от сотрудничества.

5. Одним из самых странных, с точки зрения морали, обычаев у китайцев является лезть, неприкрытая, откровенная и наигранная. Они любят лезть и получать лезть в ответ, и не важно, за какие именно «заслуги». Правильная лезть расположит китайскую сторону к вам, что впоследствии принесет свои плоды.

6. Трапеза – неизбежная часть переговоров. О ней всегда нужно договариваться заранее. Если о совместном обеде ранее не договаривались, и вдруг выясняется всё в последний момент, то это будет тяжелым нарушением делового этикета, как с китайской, так и с русской стороны [4].

7. Китайцы очень любят получать и дарить подарки. При этом их совершенно не смутит, если они обнаружат на подарке чек. Если вы изрядно потратились – китаец не оставит это без внимания. Это покажет, насколько хорошо и серьезно вы относитесь к человеку. Можно не сомневаться, что если русский человек найдет чек рядом с подарком – его это повергнет в шок. Опять же, это и есть разница между культурами Запада и Востока.

8. Проявление агрессии недопустимо при переговорах. Если вас посчитают морально неустойчивым или неуравновешенным – сделка сорвалась.

9. Китайские бизнесмены не позволяют себе ярких и вызывающих нарядов. Всё должно быть со вкусом и стилем. Если человек состоятелен, это не выставляется напоказ [5].

10. Пунктуальность – залог хорошего завершения переговоров. Опоздание расценивается как неуважение.

В конце переговоров можно поинтересоваться об увлечениях партнеров и об их семьях, это будет приятным завершением длинных и утомительных переговоров.

Таким образом, сравнив Россию и Китай с точки зрения этикета, мы увидели, что разница между двумя этими странами огромна. Но если существует намерение строить свой бизнес с Китаем, прежде всего, стоит понять людей, его населяющих. В ходе подготовки к переговорам с китайскими партнерами следует учесть множество вышеприведенных нюансов. Стоит проявить немного упорства и терпения, внимательности и скрупулезности, осторожности и предусмотрительности, пунктуальности и настойчивости, выносливости и невозмутимости, что поможет избежать множества ошибок и выручить максимум пользы.

Список использованных источников

1. Баженова Е.В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе. – М.: АСТ, 2009. – 190 с.
2. Маслов А.А. Китай и китайцы. О чем молчат путеводители. – М.: РИПОЛ классик, 2013. – 288 с.
3. Сергеев Д. «По ту сторону баррикад» в переговорах с китайцами // Ма-газета. 08.07.2011. URL: <http://magazeta.com/2011/07/po-tu-storonu-barrikad/> (дата обращения: 24.04.2014).
4. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения. – М.: Рипол Классик, 2010. – 288 с.
5. Мажаров И.В. Как вести переговоры с китайцами // Туристическая компания «Мир». URL: <http://mirchina.ru/biznes-v-kitae/kak-vesti-peregovori/> (дата обращения: 24.04.2014).

Научный руководитель А.В. Ручина, ст. преподаватель ТПУ

Черненко Я.В.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

АРХЕТИП ПРОИГРАВШЕГО ГЕРОЯ В ЯПОНСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Япония обладает богатой и сложной системой мифологических воззрений, сформировавшихся из пантеонов племен архипелага, а также под влиянием буддизма и даосизма, что, в свою очередь, дало рождение сложной японской культуре и сформировало многие традиционные архетипы. Изучение традиционных архетипов достаточно актуально, т. к. позволяет лучше понять внутреннюю специфику создавшего их народа и помочь в установлении дружественных контактов, в нашем случае, с Японией.

Для западной культуры характерно восхищение героем-победителем, есть такой архетип и у японцев. Однако существует и герой-проигравший. Задачей данного доклада и является рассмотрение этого архетипа, занимающего в культуре Японии особое место.

Айван Моррис, американо-британский специалист по Японии, в 1975 г. написал знаковую для тематики нашего доклада книгу «Благородство поражения. Трагический герой в японской истории». В данном произведении автор дал описание архетипу проигравшего героя, привел многочисленные историко-мифологические примеры такого персонажа, произвел некоторые