

СПЕЦИФИКА КОММУНИКАТИВНОГО ПРОЦЕССА В ПЕРЕГОВОРАХ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ АЗИАТСКОЙ И ЕВРОПЕЙСКОЙ КУЛЬТУР

Ефимова Т.В., Сороколит О.Ю.

Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский
гуманитарный университет профсоюзов», Санкт-Петербург,
Российская Федерация

Данная статья посвящена рассмотрению культурных особенностей, влияющих на поведение человека в ходе деловых переговоров.

Цель статьи – выделить и описать характерные особенности представителей высококонтекстуального и низкоконтекстуального типа культур в делах бизнеса.

В качестве ярких представителей азиатской и европейской культур в статье рассмотрены особенности китайского и немецкого стилей поведения, влияющих непосредственно на переговорный процесс.

Особое внимание в статье уделено уникальности вербального и невербального общения представителей разных ментальностей. В статье приводятся важные особенности, на которые необходимо обратить внимание при установлении тесного сотрудничества с представителями иных культур. Так, затронута тема исторических особенностей, повлиявших на жизнь в современном Китае и современной Германии, характерных традиций и обычаев, а также акцентировано внимание на исключительности бизнес-дискурса представителей различных культур.

Ключевые слова: деловые переговоры; культурный фактор; традиции; обычаи; особенности; деловая этика; бизнес-дискурс; высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные культуры; Германия; Китай.

SPECIFICITY OF THE COMMUNICATIVE PROCESS IN NEGOTIATIONS WITH REPRESENTATIVES OF ASIAN AND EUROPEAN CULTURES

Efimova T.V., Sorokolit O.Yu.

Saint-Petersburg University of Humanities and Social Sciences,
St. Petersburg, Russian Federation

This article is devoted to the consideration of cultural features that affect human behavior during business negotiations. The purpose of the article is to identify and describe the characteristic features of representatives of the high-contextual and low-contextual types of cultures in business affairs. As prominent representatives of Asian and European cultures, the article considers the features of the Chinese and German styles of behavior that directly affect the negotiation process. Special attention is paid to the uniqueness of verbal and non-verbal communication between representatives of different mentalities.

The article provides important features that need to be paid attention to when establishing close cooperation with representatives of other cultures. Thus, the topic of historical features that influenced life in modern China and modern Germany, characteristic traditions and customs, is touched upon, as well as attention is focused on the exclusivity of the business discourse of representatives of various cultures.

Ключевые слова: *business negotiations; cultural factor; traditions; customs; features; business ethics; business discourse; high-contextual and low-contextual cultures; Germany; China.*

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена, прежде всего, современным процессом глобализации, в ходе которой дела бизнеса подразумевают под собой активное международное сотрудничество, которое, в свою очередь, строится на деловых переговорах. Успеш-

ность развития компаний, прежде всего, зависит от умения ее представителей вести диалог с иностранными компаниями. Деловые переговоры, предполагающие участие представителей различных типов культур, являются сложным коммуникативным процессом, объединившим в себе исторические особенности стран, языковую специфику, проявляющуюся в бизнес-дискурсе, а также уникальность вербального и невербального общения. Изучение культурных особенностей является основой ведения международного бизнеса.

Обзор литературы по теме исследования

По вопросу влияния культурного фактора на поведение человека в ходе деловых переговоров был изучен ряд книг и научных публикаций. В рамках темы рассмотрен труд известного китаеведа Константина Батанова «Ни хао! Как вести дела с китайскими партнерами», научные статьи: Путиловской Т.С. «Лингвокультурные особенности деловых переговоров», Булахтина М.А. «Культурные детерминанты немецкого стиля переговоров», Лебедевой Н.О. «Переговоры: китайский стиль», иная учебная и научная литература (см. список литературы).

На основе результатов литературного обзора можно сделать вывод, что проблема исследования культурного фактора в делах бизнеса актуальна и значима в современной мировой ситуации, однако, учебная и научная литература, соответствующая заявленной тематике, существует в маленьком количестве. Также можно выделить факт узкой направленности изученной литературы, то есть, чаще всего статьи посвящены одному значимому культурному фактору, а не их совокупности; следовательно, можно сделать вывод, что влияние культурного фактора на коммуникации в ходе деловых переговоров является актуальной проблемой, но разрешенной лишь частично.

Проблема исследования заключается в недостаточном развитии коммуникативных навыков в переговорах с представителями разных типов культур, а также в отсутствии акцента на необходимость учета совокупности культурных факторов на поведение людей европейской и азиатской культур.

Цель исследования: выделить и описать совокупность характерных особенностей представителей высококонтекстуального и низкоконтекстуального типов культур в деловых переговорах.

Задачи исследования:

- описать особенности китайской культуры;
- охарактеризовать особенности немецкой культуры;
- выделить важные аспекты рассмотренных азиатской и европейской культур, влияющих на поведение людей в процессе ведения бизнеса;
- показать существенные различия и необходимость их учета для установления конструктивного межкультурного диалога.

Материалы и методы исследования.

Теоретический анализ материалов по теме исследования, синтез, индукция, обобщение.

Результаты исследования

Одним из древних и универсальных способов человеческого общения являются переговоры. На первый взгляд, переговоры как способ коммуникации являются довольно обыденным и простым, так как в принципе «переговоры – это факт нашей повседневной жизни» [1, с. 3]. Каждый день человек вступает в переговоры со своими близкими, когда решает, куда пойти, что купить; на работе, когда обсуждает с начальником свои рабочие планы.

Каждый день в процессе общения людям необходимо о чем-то договариваться, поэтому люди и ведут переговоры большую часть своего общения с другими людьми. Однако, когда мы переходим от фактора повседневности до момента, когда договоренность определенного плана влияет на человеческую жизнь, жизнь его семьи, то, соответственно, каждый человек хочет получить желаемое в процессе обсуждения какой-либо темы. В процессе коммуникации каждый хочет, чтобы все было так, как ему это выгодно, но этого хочет и другая сторона: обе стороны хотят участвовать в принятии какого-либо решения и, желательно, наиболее выгодно-

го, но это будет возможно только при обоюдном и качественном обсуждении проблемы.

Обсуждение

Чтобы добиться желаемого, необходимо учитывать ряд важнейших особенностей предстоящих переговоров, которые обладают наличием достаточно сложных моментов речевой и вербальной коммуникации.

В современном мире наиболее распространенной является практика деловых переговоров, успешность которых, в свою очередь, влияет на успешность развития компании, а, следовательно, и на жизнь некоторых людей. Деловые переговоры – это процесс коммуникации, чаще всего представляющий взаимный интерес с целью выработки совместного плана сотрудничества. Каждый человек ведет переговоры, исходя из своих психологических особенностей, своего жизненного опыта, но, кроме того, результативность переговоров зависит и от совокупности поведенческих характеристик человека, а также речевых и языковых особенностей [2, с. 168].

В современном процессе глобализации большинство компаний сотрудничают с обилием иностранных фирм, предприятий. Прежде всего, для начала совместной деловой деятельности, а впоследствии для поддержания взаимоотношений представители компаний ведут переговоры. Однако, переговоры, предполагающие участие представителей различных культур, становятся еще более сложными. Помимо ситуативного и индивидуального факторов, влияющих на переговорный процесс, в данном случае одно из главенствующих мест начинает занимать фактор влияния определенной культуры на человека.

Изначально каждый народ имеет свои обычаи, традиции и ценности, а также устоявшиеся нормы, которые влияют на манеру поведения, манеру речи. Так, Лебедева М.М. российский психолог, политолог, выделяет такое понятие как «национальный стиль ведения переговоров». Данное понятие является сложным и до конца научно не изучено. В истории взаимодействия представителей различных стран существуют примеры недопонимания друг друга из-за различ-

ного восприятия жестов, фраз и вариаций поведения. Конечно же в анализе поведения человека нельзя отталкиваться только лишь от знания культуры, представителем которой он является, но данный фактор не стоит упускать, чтобы не быть неправильно понятым.

Для сравнения специфики коммуникативного процесса в переговорах с представителями азиатской и европейской культур рассмотрим Китайский и Немецкий стили поведения.

Что касается ведения переговоров с китайскими коллегами, тут существует ряд тонкостей. Обращаясь к известному китаеведу Константину Батанову [3, с. 20–40], можно узнать много информации об особенностях китайской культуры, чтобы не испортить сразу первое впечатление в самом начале деловых переговоров. Слово «переговоры», в китайском языке (谈判, tánpàn), является слиянием двух иероглифов, которые, в свою очередь, переводятся как «беседовать» и «решать» [4, с. 450–451]. Отсюда можно сделать вывод о китайском восприятии данного понятия: для их культуры переговоры являются не просто механизмом беседы, а скорее способом наладить длительные плодотворные отношения; для них важен как факт общения, так и результат проходящих переговоров. Известные исследователи переговорного процесса с китайцами П. Гаури и Т. Фанг дали название китайскому стилю проведения переговоров «Пинг Понг». Данное название свидетельствует о постоянно идущем переговорном процессе с коллегами даже после достигнутого соглашения с целью поддержания постоянного диалога.

Модель «Пинг-Понг» состоит из трех частей: концепция Гуокин (国勤 (guóqín)), религиозная составляющая и 36 страгем Сунь-Цзы. Концепция Гуокин (国勤 (guóqín)), то есть совокупность исторических культурных особенностей, повлиявших на жизнь в современном Китае. Религия в Китае является основой китайской нравственности. Все три религии: буддизм, конфуцианство, даосизм оказали большое влияние на государство в целом, а также на все общество и его культуру.

36 страгем Сунь-Цзы – это китайское учение, следуя которому человек может довольно хитро достигнуть своих планов. В качестве

возможного примера следованию данному учению можно привести пример, когда в 2008 году китайская сторона отложила на неопределенный срок проведение намеченного саммита ЕС-Китай, связанного с недовольством Китая из-за произошедшей встречи – на тот момент президента Франции Николя Саркози с Далай-ламой. Можно допустить, что такое решение было принято в соответствии с 16 стратегемой «если хочешь что-нибудь поймать, сначала отпусти». В данной ситуации это можно трактовать как желание Китая потребовать большего уважения к себе в отношении сотрудничества с ЕС.

Традиционно выделяются следующие этапы переговорного процесса [5, с. 119–145]:

Первый этап – предпереговоры. Данный этап является непосредственной подготовкой к самим переговорам. Так, Фишер считал, что главной причиной неудачных переговоров является именно неподготовленность сторон. Процесс подготовки можно разделить на два этапа: организационный и теоретический. На первом этапе стороны непосредственно договариваются о самом факте переговоров, о месте и времени их проведения. На втором же этапе происходит непосредственная подготовка к самому переговорному процессу. Теоретическая подготовка является очень важным этапом перед переговорным процессом, так как итог переговоров зависит как раз от подготовленности сторон к ним.

Следующим этапом является начальный этап переговоров. На данном этапе стороны деловых взаимоотношений вступают в диалог друг с другом, поэтому этот этап является ключевым в переговорном процессе. Сторонам необходимо для начала выработать план дискуссии.

Следующий этап – согласование позиций. Стороны еще раз обсуждают, правильно ли они поняли суть поднимающихся вопросов, также они могут вновь обратиться к обсуждению и выбору той или иной альтернативы выхода из сложившейся ситуации [6, с. 38]. Стороны также проверяют принятое решение на его реалистичность. Переговорный процесс сам по себе достаточно гибкий, поэтому стороны сами могут принимать решения по установлению диалога между ними, чтобы прийти к соглашению.

Когда стороны обсудили все необходимые вопросы и предложения, тогда переговоры переходят на следующий этап – заключительный. Данный этап является окончанием переговоров, где стороны могут проанализировать происходящее, а также заключить устное или же письменное соглашение о дальнейших действиях сторон. Конечно же, данное соглашение должно выполняться обеими сторонами и быть справедливым по отношению к каждой из сторон.

Однако, с китайской позиции, необходимы следующие этапы: лоббирование, презентация и неформальные встречи, которые должны идти еще до этапа предпереговоров.

Презентация и лоббирование необходимы для ознакомления сторон друг с другом. Китайцы хотят увидеть от своих коллег особую заинтересованность в сотрудничестве с ними, которое подразумевает отношения на долгосрочной перспективе. Неофициальные встречи подразумевают, например, деловой обед. Они проводятся с целью сближения с новыми возможными коллегами, а также с целью завоевания взаимного доверия.

Важнейшее значение для китайцев имеет статусность, авторитет, поэтому, прежде всего, стоит заметить важную особенность, что обращение по имени к собеседнику-китайцу является дурным тоном, так как это не считается уважительным обращением. Чтобы завоевать доверие и уважение со стороны коллеги-китайца, правильным будет прежде всего назвать его фамилию, а затем должность. Китайцы придерживаются строгой манеры поведения, поэтому использование шуток чаще всего является неуместным или же стоит соблюдать определенную осторожность, так как есть риск, что шутка может быть не понятой или понятой неправильно – китайская сторона может воспринять такое поведение как несерьезное, неуважительное. Для китайцев особое значение имеет иерархия. Среди группы представителей их компании всегда есть лидер, занимающий должность выше остальных, который идет на шаг впереди своих коллег. Наблюдая за китайской делегацией непосредственно во время переговоров, безошибочно можно выделить старшего по должности – он молчит большую часть времени, но он начинает пе-

реговоры и заканчивает их. Важным пунктом в переговорном процессе является рассадка. Главные представители компаний должны сидеть напротив друг друга, по правую и левую руку вторые по важности лица и так далее. Кроме того, говоря непосредственно о самом коммуникативном взаимодействии, необходимо затронуть тему бизнес-дискурса. Термин «дискурс» имеет тесную связь с функционированием языка и широко распространен во многих научных областях, таких как: лингвистика, политология, социология, и философия. Одной из трудностей международного общения является интертекстуальность, то есть общность используемых текстов в рамках определенной культуры. В большинстве культур, а особенно в китайской, интертекстуальность текстов подкреплена известностью и неоднократным повторением. Ю.Н. Караулов назвал данный феномен «прецедентным текстом». Использование «прецедентных текстов» в речи является неотъемлемой особенностью китайских переговорщиков: как, например, использование краткого цитирования китайских стратегий, о которых было упомянуто выше. Особенностью китайского бизнес-дискурса является полное отсутствие категоричных высказываний, полное отсутствие демонстрации недовольства, что помогает им избежать конфронтации, что также соответствует их культуре: легче избежать спора, просто прекратив сотрудничество. Китайцы очень монотонные переговорщики, они любят обсуждать малейшие детали, для них важна вовлеченность в переговорный процесс; любая спешка, любое секундное опоздание расценивается ими как несерьезность и нежелание вести с ними длительные, плодотворные отношения. Китайский стиль переговоров очень сдержанный, его особенностью является практически полное отсутствие невербального общения, однако большое значение имеет язык тела. Так, расслабленные позы, неподобающие жесты, например, указание пальцем на собеседника – все это опять же может значить для китайской стороны, что их собеседники не настроены на серьезное сотрудничество. Отсюда следует, что китайский бизнес-дискурс относится к высококонтекстуальному, центральное место в котором занимает коллективизм.

Еще одной важной деталью в общении с китайскими партнерами являются подарки. Делать подарки является их традицией, особенной частью их культуры. Самым лучшим вариантом подарка являются сувениры, связанные со своей культурой, ценится простота и символика подарка. Не следует изощряться в этом вопросе, так как можно легко прогадать и испортить отношения: например, часы не воспримутся китайской стороной как дорогой, ценный подарок, так как часы нельзя дарить в китайской культуре, ведь это является «счетчиком жизни». Ведение переговоров с китайскими коллегами – это своего рода искусство, в которое необходимо погрузиться, при желании наладить качественный диалог, а также завести длительное сотрудничество.

Переходя к специфике коммуникации с представителями западной культуры – немцам, обратимся сразу же к особенностям их менталитета и культуры. Прежде всего, особое влияние на формирование немецкой культуры оказал протестантизм, а именно Мартин Лютер с распространением установок о первостепенности интеллекта и рациональности, и вытеснению на второй план эмоциональности среди населения Германии. Одним из важных элементов немецкой культуры является порядок. Концепт немецкой культуры *Ordnung* («Порядок») охватывает все сферы общества [7, с. 145–146]. Порядок имеет такие значения, как: упорядоченный образ жизни, полное подчинение установленными государством правилами. Порядок – высшая добродетель. В современной Германии такая ситуация сохраняется. Такой четкий порядок, а также следующие из него дисциплина, пунктуальность чаще всего удивляют иностранца. Отсюда следует, что если немец требует от себя такой строгости, то в деловых взаимоотношениях такое же требование будет предъявлено и к другой стороне. Тем более немцы очень трепетно относятся к деловой коммуникации. Немцы очень экономно относятся к своему времени, поэтому любое опоздание будет воспринято как несерьезность. Лучше всего приходить минимум за 10 минут до назначенной встречи, так как для них опоздание даже на 5 минут равно возможности такой же неточности в самой работе,

как и в планировании своего времени, исходящим от опоздавшей стороны. Исходя из их любви к порядку, немецкая сторона будет тщательнейшим образом подготовлена к переговорам, поэтому к началу переговоров с немецкой стороной необходимо быть «во всеоружии», если существует расчёт на плодотворное сотрудничество. Для немцев одни переговоры равны обсуждению одного вопроса, они любят концентрироваться на обсуждении одной детали, четко и детально ее обсудив.

Во время делового общения немцы проявляют сдержанность, строгость. Отсутствует активная невербальная коммуникация. Все свои идеи, предложения, недовольства принято высказывать сразу, четко, прямо. Это также связано с любовью немцев к экономии времени.

Для немцев важно четкое соблюдение всех переговорных этапов. Все должно идти четко, без остановки:

- предпереговоры – первый этап. Каждая из сторон должна четко полностью подготовиться к переговорам;
- начальный этап переговоров. Стороны выбирают главный вопрос данной встречи, детально, максимально подробно обсуждают его;
- следующий этап – согласование позиций. Стороны уточняют, правильно ли они поняли суть того, что было вынесено на обсуждение, проверяют реалистичность выработанного решения.

Далее идет заключительный этап, подразумевающий заключение соглашения. Также стороны могут договориться о следующих переговорах, если необходимо обсудить иные важные вопросы.

Так как немцы являются сдержанными переговорщиками, то необходимо отказаться от использования юмора полностью – это не является способом расположить к себе немецкого коллегу, скорее, наоборот, данный факт может быть не понят, воспринят как легкомысленность.

Важной деталью в участии в переговорах с немцами является одежда. Их мнению соответствует известнейшая поговорка, согласно которой «встречают по одежке». Отношение к деловому виду

коллег настолько трепетное, что немцы могут обратить внимание даже на обувь собеседника.

Обращение в Германии также имеет нюанс, например, если представитель немецкой компании имеет научное звание, то это необходимо упоминать при обращении к человеку. Встречаются переговорщики при помощи рукопожатия – первым же необходимо поприветствовать высшего по должности, так как в немецкой культуре присутствует ценность иерархии.

Если говорить о немецком бизнес-дискурсе, то он является низкоконтекстуальным, где важность приобретает именно точность сказанных слов, прямолинейность. Людям свойственно высказываться полностью и открыто. Кроме того, можно выделить, что индивидуализм в данном случае преобладает над коллективизмом. Направленность идет больше на качественное сотрудничество, нежели на долгосрочное. Присутствует выражение возможного недовольства плюс обсуждение всех возникающих спорных моментов. То есть, исходя из этого, немцы не пытаются избежать возможного спора – для них важным является тотальное обсуждение любого вопроса. Речь во время переговорного процесса поставлена четко, структурированно, присутствует жестикуляция, важным фактором является разделение сфер общения на деловую и индивидуально-личностную. Можно отметить, что немецкому бизнес-дискурсу свойственна маскулинность.

Важно отметить, что деловая коммуникация у немцев не предполагает никаких подарков, так как опять же существует четкое разделение сфер жизни. Однако при всей своей четкости и строгости немцы оказывают довольно теплые приемы иностранным гостям, организовываются совместные обеды или же ланчи. На данных приемах не принято обсуждать деловые взаимоотношения, только после самого обеда или же ланча. Также, снова возвращаясь к тотальной пунктуальности немцев, на организуемые неформальные встречи не стоит опаздывать.

Сравнивая представителей азиатской и европейской культур, а именно китайцев и немцев, можно проследить явные отличия в специфике коммуникативного процесса. Сильные культурные раз-

личия положили основу для различного межличностного общения, для различного подхода к делам бизнеса.

Заключение

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что в современном мире переговоры являются неотъемлемой частью деловой коммуникации. Необходимо учитывать специфику коммуникативного процесса представителей азиатской и европейской культур. Прежде всего, необходимо обратить внимание на контекст культуры, к которой относится сторона, с которой, в свою очередь, предстоят переговоры – так, существуют высококонтекстуальные культуры и низкоконтекстуальные. Для того, чтобы грамотно и успешно провести переговоры с представителями другой страны, необходимо учитывать особенности культуры и традиции стран, так как на формирование переговорного стиля довольно сильное влияние оказывают, конечно же, ряд психологических особенностей личности переговорщиков, их жизненный опыт, индивидуальность, ситуативный фактор, однако важнейшее место занимает фактор влияния национальной культуры на человека.

Информация о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Список литературы

1. Фишер Р. Путь к согласию, или Переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри. М.: Наука, 1990. С. 3.
2. Путиловская Т. С. Лингвокультурные особенности деловых переговоров - №1 2021 [СПО]. С. 168.
3. Батанов К. Ни хао! Как вести дела с китайскими партнерами, ООО «Альпина Паблишер», 2019. С. 20–40.
4. Лебедева Н.О. Переговоры: китайский стиль – Вестник Удмуртского Университета. Социология. Политология. Международные отношения – 2018. Т. 2, вып. 4. С. 450–451.
5. Спэнгл М.Л., Уоррен А.М. Переговоры. Решение проблем в разном контексте. Харьков: Гуманитарный центр, 2009. С. 119–145.

6. Мастенбрук В. Переговоры. Калуга. 2013. С. 38.
7. Булахтин М.А. Культурные детерминанты немецкого стиля переговоров // Вестник Прикамского социального института. 2020. № 1 (85). С. 145–146.

References

1. Fisher R. Put' k soglasiju, ili Peregovory bez porazhenija / R. Fisher, U. Juri. M.: Nauka, 1990. S. 3.
2. Putilovskaja T.S. Lingvokul'turnye osobennosti delovyh peregovorov. №1 2021 [SPO]. S. 168.
3. Batanov K. Ni hao! Kak vesti dela s kitajskimi partnerami, ООО «Al'pina Pablisher», 2019. S. 20-40.
4. Lebedeva N.O. Peregovory: kitajskij stil'. Vestnik Udmurtskogo Universiteta. Sociologija. Politologija. Mezhdunarodnye otnoshenija. 2018. T. 2, vyp. 4. S. 450–451.
5. Spjengl M.L., Uorren A.M. Peregovory. Reshenie problem v raznom kontekste. Har'kov: Gumanitarnyj centr, 2009. S. 119–145.
6. Mastenbruk V. Peregovory. Kaluga. 2013. S. 38.
7. Bulahtin M.A. Kul'turnye determinanty nemeckogo stilja peregovorov // Vestnik Prikamskogo social'nogo instituta. 2020. № 1 (85). S. 145–146.