

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ГАО  
Инбо

**БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКИЕ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ:  
ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ**

Магистерская диссертация  
специальность *1–23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель –  
Басова Анна Ивановна,  
кандидат филологических наук,  
доцент

Допущена к защите

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью

\_\_\_\_\_ Лукьянюк Юлия Николаевна,  
кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2023

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ .....	3
ВВЕДЕНИЕ .....	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	9
1.1 Полипарадигмальный подход к изучению деловой коммуникации .....	9
1.2 Деловая коммуникация как инструмент выстраивания эффективно коммуникации .....	12
1.3 Коммуникативные барьеры и конфликты в деловой коммуникации ...	18
Выводы по главе 1 .....	28
ГЛАВА 2 ДЕЛОВОЙ ДИСКУРС В БЕЛОРУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРАХ .....	24
2.1 Белорусская национальная культура и ее значение в делово коммуникации .....	24
2.2 Китайская национальная культура и ее значение в делово коммуникации .....	27
2.3 Культура делового общения белорусов и китайцев. Взаимосвязь национальной ментальности и деловой культуры .....	28
Выводы по главе 2 .....	33
ГЛАВА 3 ПЕРЕГОВОРЫ КАК ОДИН ИЗ ВИДОВ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	35
3.1 Белорусско-китайские переговоры: история и современность .....	35
3.2 Влияние языка и лингвокультуры на эффективность переговоров Стереотипы, закрепленные в образах мира носителей культур.	41
3.3 Культурные традиции, влияющие на выбор коммуникативных моделей .....	47
Выводы по главе 3 .....	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	54
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	58

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, БЕЛАРУСЬ, КИТАЙ, ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ, НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА, ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ.

*Объект исследования* – деловая коммуникация в различных этнических и культурных контекстах.

*Предмет исследования* – этнокультурные аспекты белорусско-китайских деловых коммуникаций.

*Цель работы* – исследование белорусско-китайской деловой коммуникации, ее этнокультурного аспекта. Реализация поставленной цели обусловила необходимость решения следующих задач:

1) изучить теоретические источники, в которых описаны основные научные подходы к исследованию деловой коммуникации, ее значению и эффективности в межкультурной коммуникации;

2) исследовать особенности белорусского и китайского национального характера, их национальных культур, влияющих на межкультурную деловую коммуникацию;

3) выявить взаимосвязь национальных культур и деловой коммуникации белорусов и китайцев;

4) установить национальную специфику белорусского и китайского делового этикета, влияющих на деловые переговоры;

5) исследовать коммуникативное поведение белорусов и китайцев в деловых переговорах.

*Полученные результаты:* раскрыта сущность понятия «национальные деловые культуры» и дано его категориальное определение; рассмотрены теоретические источники исследования деловой коммуникации, выявлена ее эффективность в межкультурной коммуникации; исследованы особенности белорусского и китайского национального характера, выявлена взаимосвязь национальных культур и деловой коммуникации; установлена национальная специфика белорусского и китайского делового этикета, влияющая на деловые переговоры; исследовано коммуникативное поведение белорусов и китайцев в деловых переговорах.

*Научная новизна исследования* заключается в рассмотрении белорусско-китайских деловой коммуникации с позиций национальной культуры, систематическом и всестороннем обобщении национально-культурных различий, нашедших отражение в белорусско-китайских деловых коммуникациях.

Магистерская диссертация содержит 63 страницы и состоит из общей характеристики, введения, трех глав и списка использованных источников, включающего 71 наименование.

## ABSTRACT OF MASTER THESIS

BUSINESS COMMUNICATION, BELARUS, CHINA, BUSINESS ETIQUETTE, NATIONAL CULTURE, BUSINESS NEGOTIATIONS.

*The object of the study* is business communication in various ethnic and cultural contexts.

*The subject of the study* is the ethno-cultural aspects of Belarusian-Chinese business communications.

*The aim of the work* is to study the Belarusian-Chinese business communication, its ethno-cultural aspect. The realization of this goal necessitated the solution of the following *tasks*:

1) to study theoretical sources that describe the main scientific approaches to the study of business communication, its significance and effectiveness in intercultural communication;

2) to investigate the peculiarities of the Belarusian and Chinese national character, their national cultures that influence intercultural business communication;

3) to identify the relationship between national cultures and business communication of Belarusians and Chinese;

4) to establish the national specifics of Belarusian and Chinese business etiquette affecting business negotiations;

5) to investigate the communicative behavior of Belarusians and Chinese in business negotiations.

*The results obtained:* the essence of the concept of «national business cultures» is revealed and its categorical definition is given. The theoretical sources of business communication research are considered, its effectiveness in intercultural communication is revealed; the peculiarities of the Belarusian and Chinese national character are investigated, the interrelation of national cultures and business communication is revealed; the national specifics of Belarusian and Chinese business etiquette affecting business negotiations are established; the communicative behavior of Belarusians and Chinese in business negotiations is investigated.

*The scientific novelty* of the research lies in the consideration of Belarusian-Chinese business communication from the standpoint of national culture, systematic and comprehensive generalization of national and cultural differences reflected in Belarusian-Chinese business communications.

The Master's thesis contains 63 pages and consists of a general description, an introduction, three chapters and a list of sources used, including 71 titles.

## ВВЕДЕНИЕ

В контексте современного развития мировой экономики, а также белорусско-китайского экономического сотрудничества, деловая культура является одним из важных факторов, который активно детерминирует процесс международного и двустороннего делового взаимодействия. Деловая культура любой отдельно взятой страны во многом определяет качество и результативность международных социально-экономических связей, так как она является важной характеристикой межкультурного делового взаимодействия, которое связано именно с различием национальных деловых культур. Представители разных культур, принадлежащие к разным деловым культурам, часто используя одни и те же понятия, вкладывают в них разный смысл, и даже разные значения. Подобные «расхождения» могут породить недопонимание и недоверие к деловому партнеру другой культуры. Поэтому изучение деловой культуры своих партнеров, осмысление её особенностей, позволяют во многом преодолеть трудности общения и достичь успеха в совместной деятельности [1].

«Эффективная коммуникация может усилить сплоченность, конкурентоспособность и гармоничные отношения предприятия с внешними партнерами, поэтому они должны придавать коммуникациям большое значение. Как особая форма предпринимательской деятельности деловое общение представляет собой не только обмен и сотрудничество в экономической сфере, но и общение и обмен между культурами, что неизбежно предполагает общение и контакт разных регионов, национальностей, социальных культур. Культура вообще сегодня включает в себя сложную совокупность знаний, верований, нравов, законов, обычаев, приобретенных способностей и привычек любого члена общества. Культуру можно условно разделить на эксплицитную и рецессивную» [2]. Как известно, эксплицитная культура включает материальные или видимые факторы, такие как законы, институты и обычаи. Рецессивная культура включает в себя абстрактные факторы, такие как психологическая инерция, образ мышления и система ценностей. Разные этнические группы живут в разных регионах и имеют разные взгляды на мир. Например, большинство азиатских культур ценят единство и гармонию, в то время как западные культуры поощряют индивидуальность и соперничество. Сегодня, во время глобальной интеграции, ни одна страна или нация не существует независимо от других наций. Из-за разного культурного происхождения люди других культур могут иметь совершенно несхожие ценности, представления о времени, способах мышления и выражения, что напрямую влияет на эффект делового общения.

*Теоретической базой исследования* послужили труды ученых, посвященные исследованию особенностей национального характера (И.А. Стернин, Н.А. Спешнев, А.В. Сергеева, А.А. Родионов, Ю.Е. Прохоров, К. Тертицкий, Гу Хунмин, Ким Яна, Бо Ян, Линь Юйтан и др.); труды по исследованию бизнес-коммуникации и переговоров (Е.Ф. Тарасов, Г.М. Шелемова, В.П. Шейнов, В.В. Томилов, Ю.Б. Стоногина, Тан Хунфан, Е.В. Харченко и др.). В последние десятилетия вышло большое количество научных и научно-популярных работ, посвященных деловым коммуникациям (Блюм 2017, Мирошниченко 2008, Лэйхифф Джеймс 2001, Бландел 2000, Хуан Вэйпин, Дун Лили 2016, Тан Хань 2011, Дегтярев 2019, Мирошниченко 2008, Комарова 2018, Чэнь Хун 2011, Дун Вэй 2017, Цао Пэйшэн 2007, Ян Цуньсян 2009), имиджу (Дивненко 2004), деловому этикету (Кораблева 2005, Романова 2005, Кузин 2002, Хуан Цзюань 2010, Ван Лу 2010).

Деловая коммуникация в силу своей неоднородности является объектом изучения разных научных дисциплин: в первую очередь, экономики (Горенбургов 1997, Мелетьева 2005, Гурьянов 2000, Соловьева 2012, Клементьев 2014, Григорьева 1998, Юлдашева 1995, Гордеева 2005, Скамейкина 2003, Долгушева 2009, Сунь Чжисянь 2015), менеджмента (Жаворонкова 2015), философии (Карлова 2015, Мавлиева 2011, Гамбарова 2012), социологии (Кадохова 2006), психологии (Бизнес-коммуникации. Личность и практика 2016), культурологии (Завьялова 2018, Стоногина 2015), журналистики и PR (Пильгун 2011, Ржанова 2017, Лим 2006).

Думается, что комплексный подход к изучению деловой коммуникации позволяет представить деловую культуру в виде системы ценностей, норм, символов и знаний, которые отражают сущность и специфику мышления, представлений, восприятий и особенностей поведения представителей конкретной культуры. В связи с этим выделяются два основных уровня деловой культуры: материальный и нематериальный. К материальным элементам относятся объективированные физические объекты, конституирующие её первый уровень. От этих артефактов, их состояния и развития зависит актуальное состояние деловой культуры. Они, с одной стороны, отражают индивидуальность, с другой, – этническую узнаваемость, идентичность, т.е. выполняют двойственную дифференциально-интегративную функцию, являясь ее материальным носителем.

Нематериальные элементы являются определяющими в становлении структуры деловой культуры, они могут стать решающим фактором позитивных или негативных внутренних изменений. К нематериальным объектам относят традиции, нормы, правила, модели поведения, ритуалы, обычаи, ценности, идеи, концепции, языки и символы деловой культуры. Каждый из этих элементов занимает свое место, обусловленное спецификой конкретной деловой культуры.

При этом они одновременно структурируют и определяют функционирование данной культуры. Комплексный подход позволяет осуществить анализ предмета данного исследования в контексте культуры в широком смысле. Культура предстает как среда, внутри которой происходит функционирование деловой культуры в качестве субкультурального образования. Качественные параметры субкультуры позволяют явлению быть включенным в общую культуру, обладать ее характеристиками и в то же время противостоять ей [1].

Успех делового общения зависит от многих факторов, таких как политическая экономия, рыночное предложение и конкуренция. Поскольку национальные и культурные различия очень важны и сложны в международном деловом общении, необходимо уделять большое внимание его развитию. 20 января 1992 г. Китай и Беларусь официально установили дипломатические отношения, а в июле 2013 г. заключили «всеобъемлющее инициативное партнерство». Китайско-белорусское экономическое и торговое сотрудничество является важной частью строительства «Пояса и пути», оно не может быть отделено от тесного сотрудничества между двумя странами в торгово-экономической сфере. Беларусь расположена в центре Евразийского континента и является одним из важнейших стратегических партнеров Китая в евразийском регионе. За годы с момента установления дипломатических отношений Китай и Беларусь постоянно углубляют политическое взаимодоверие, практическое, экономическое и торговое сотрудничество. Беларусь и Китай не только доверяют друг другу в таких важнейших вопросах, как защита государственного суверенитета и территориальной целостности, но и продолжают расширять и углублять сотрудничество в сферах экономики, торговли, инвестиций, энергетики, науки и техники. С увеличением числа китайских предприятий в Беларуси расширяется и деловое сотрудничество между нашими странами

*Актуальность исследования* обусловлена необходимостью повысить эффективность межкультурных взаимодействий в деловых коммуникациях. По причине того, что контакты Беларуси и Китая имеют довольно длительную историю, даже в наши дни мы сталкиваемся с проблемами непонимания между носителями этих двух культур, что часто становится преградой на пути эффективного взаимодействия. В работе исследуется деловая коммуникация между представителями Беларуси и Китая, основное внимание уделяется переговорному процессу, подробно анализируются национальные характеры носителей обеих культур, выявляется этнокультурная специфика коммуникативного поведения и представления об образе и действиях оппонентов.

*Научная новизна исследования.* Уточнены структура и параметры деловой культуры как общекультурного явления и продукта научного осмысления. Обобщены критерии классификации деловой культуры в зарубежной и

отечественной литературе, что позволило определить специфику форм содержания, внешних и внутренних детерминаций китайской деловой культуры.

*Теоретическая и практическая значимость исследования.* Материалы и выводы исследования найдут свое дальнейшее применение для разработки философских, антропологических, культурологических, социологических теорий, связанных с деловыми культурами. Результаты исследования могут быть использованы в качестве практических рекомендаций для представителей делового сообщества, а также в обеспечении многостороннего белорусско-китайского сотрудничества.

*Методологические основы исследования.* Базовым методом исследования является метод систематизации и анализа элементов культуры, диалектический, компаративистский методы, семиотический анализ, а также диахронический анализ исторических и культурных основ развития культур Китая и Беларуси. Основной методологический принцип исследования – системный подход, который позволил осуществить синтез данных о деловой культуре различных отраслей научного знания. Феноменологический подход позволил раскрыть феномен деловой культуры как целостную смысловую систему ценностей, символов, норм и знаний. Это также дало возможность проследить внутреннее единство и устойчивость традиции в процессе функционирования деловых культур. В целом весь комплекс методов и подходов, примененных в работе, способствовал решению поставленной цели и задач.