

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

ЮЙ
Цинцин

**ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ С КИТАЙСКИМИ БИЗНЕС-
ПАРТНЁРАМИ: КУЛЬТУРНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Магистерская диссертация
специальность 7-06-0321-02 *Коммуникации*

Научный руководитель –
Соловьев Анатолий Иванович,
кандидат филологических наук, доцент

Допущена к защите
«___» _____ 2024 г.
Зав. кафедрой
технологий коммуникации и связей с общественностью
_____ Лукьянюк Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	3
GENERAL DESCRIPTION OF WORK.....	4
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	7
1.1 Теоретико-методологические основы изучения переговоров с инокультурными партнерами	7
1.2 Роль и значение культуры в процессе международных бизнес- переговоров.....	17
1.3 Структура переговорного процесса. Стратегические и тактические аспекты ведения переговоров	31
Выводы по главе 1	40
ГЛАВА 2 КИТАЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТИЛЬ ВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЕРЕГОВОРОВ: КУЛЬТУРНЫЕ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ	41
2.1 Китайский бизнес-этикет и «китайский стиль» переговоров.....	41
2.2 Культурно-лингвистические аспекты бизнес-коммуникации с китайскими партнерами	49
2.3 Оптимальные стратегии и тактики ведения переговоров с международными бизнес-партнерами	54
Выводы по главе 2.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	60
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	63

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ, КИТАЙСКИЕ БИЗНЕС-ПАРТНЁРЫ, ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Объект исследования: деловые переговоры с китайскими бизнес-партнёрами в рамках международных коммуникаций.

Предмет исследования: лингвистические и культурные аспекты деловых переговоров с китайскими бизнес-партнёрами.

Цель исследования: исследование лингвистических и культурных аспектов деловых переговоров с китайскими бизнес-партнёрами и выработка рекомендаций по совершенствованию переговорного процесса в инокультурной среде.

Задачи исследования:

- 1) изучить теоретико-методологические основы переговоров с инокультурными партнерами;
- 2) определить роль и значение переговорного процесса в международных бизнес-коммуникациях;
- 3) описать структура переговорного процесса и установить ее связь со стратегией и тактикой ведения переговоров;
- 4) выявить особенности китайского бизнес-этикета и «китайского стиля» переговоров;
- 5) проанализировать культурно-лингвистические аспекты бизнес-коммуникаций с китайскими партнерами;
- 6) определить оптимальные стратегии и тактики ведения международных переговоров с китайскими бизнес-партнерами и выработать соответствующие рекомендации для иностранцев.

Полученные результаты: полученные в ходе исследования рекомендации и стратегии могут быть использованы предприятиями и организациями, осуществляющими деятельность на международном уровне, для оптимизации своей деловой коммуникации с китайскими партнёрами.

Научная новизна: данное исследование предлагает комплексный подход к анализу культурно-лингвистических аспектов деловых переговоров с китайскими бизнес-партнёрами, учитывая как общие тенденции в межкультурной коммуникации, так и специфику китайской культуры и языка

Магистерская диссертация содержит 67 страниц и состоит из общей характеристики, введения, двух глав, включающих семь разделов, заключения, списка использованных источников из 63 наименований.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

BUSINESS NEGOTIATIONS, CHINESE BUSINESS PARTNERS, LINGUISTIC AND CULTURAL ASPECTS OF BUSINESS NEGOTIATIONS

Object of study: business negotiations with Chinese business partners within the framework of international communications.

Subject of research: linguistic and cultural aspects of business negotiations with Chinese business partners.

Aim of the study: to study the linguistic and cultural aspects of business negotiations with Chinese business partners and to develop recommendations for improving the negotiation process in a foreign cultural environment.

Research objectives:

- 1) to study the theoretical and methodological foundations of negotiations with foreign cultural partners;
- 2) to determine the role and significance of the negotiation process in international business communications;
- 3) to describe the structure of the negotiation process and establish its connection with the strategy and tactics of negotiations;
- 4) to identify the features of Chinese business etiquette and the “Chinese style” of negotiations;
- 5) to analyze the cultural and linguistic aspects of business communications with Chinese partners;
- 6) to determine the optimal strategies and tactics for conducting international negotiations with Chinese business partners and develop appropriate recommendations for foreigners.

Results obtained: the recommendations and strategies obtained during the study can be used by enterprises and organizations operating internationally to optimize their business communications with Chinese partners.

Scientific novelty: this study offers an integrated approach to the analysis of cultural and linguistic aspects of business negotiations with Chinese business partners, taking into account both general trends in intercultural communication and the specifics of Chinese culture and language.

The master's thesis contains 67 pages and consists of a general description, an introduction, two chapters, including seven sections, a conclusion and a list of sources used, including 63 titles.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире, пронизанном глобализацией и усиленной экономической интеграцией, деловые отношения с китайскими бизнес-партнёрами приобретают все большее значение в контексте международной коммерции. Китай с его впечатляющим экономическим ростом и геополитическим влиянием занимает ключевую позицию на глобальной арене бизнеса. Однако, хотя потенциал для успешного сотрудничества с китайскими партнёрами огромен, множество культурных и лингвистических аспектов представляют собой сложности, с которыми предприятия и предприниматели сталкиваются в процессе ведения деловых переговоров. Эти вызовы, если не учитывать их важность и специфику, могут значительно затруднить или даже привести к неудаче в достижении желаемых результатов.

Понимание культурных различий и учет лингвистических особенностей становятся ключевыми аспектами в успешном ведении деловых переговоров с китайскими бизнес-партнёрами. Подход, основанный на глубоком анализе культурных контекстов и языковых нюансов, является необходимым для построения доверительных и продуктивных отношений с китайскими контрагентами.

Актуальность исследования. С увеличением объёма международной торговли и инвестиций Китай становится ключевым игроком на мировой арене. В этом контексте эффективные деловые переговоры с китайскими партнёрами становятся критически важными для множества компаний. Однако культурные различия и специфика бизнес-этикета могут стать преградой на пути к успешному взаимодействию.

В теоретической основе работы:

- изучение работ социологов-классиков: О. Конта, Г. Спенсера, Э. Дюркгейма, которые показали роль этикета, обосновав этим возможность включение его в число важных управленческих социальных институтов.

- знакомство с работами российских ученых о роли этикета как одного из требований коммуникации, включая труды В.С. Кукушина, Н.М. Мартыненко, А.А. Маслова, А. Мирзоян, Э.А. Соловьева и многих других ученых;

- анализ трудов китайских ученых о роли, особенностях и генезисе исторических форм этикета как норм поведения и делового взаимодействия: Аньли Фэньчжэ, Цзян Яньпин, Шао Пэйрен, Чжан Дачжун и других;

- описание выводов современных исследователей Китая по поводу современных норм делового этикета, среди которых, прежде всего, нужно отметить Ф. Янга, У. Хинга, М. Чена, В. Ли, Ж. Суйя и других.

Теоретическая значимость работы. Диссертационное исследование направлено на расширение теоретических знаний в области межкультурной коммуникации и деловых переговоров. Результаты работы могут быть полезны для исследователей в области международного бизнеса, а также для практикующих менеджеров и предпринимателей, занимающихся ведением бизнеса с китайскими партнёрами.

Методы исследования. В качестве методов исследования нами были задействованы: теоретический анализ по проблеме исследования; структурно-типологический метод; кросс-культурный анализ; метод фокус-групп; системный подход. Посредством системного подхода нам удалось раскрыть сущность управленческого этикета, как важнейшего социального явления современности.

Структура работы. Диссертация состоит из двух глав. Глава 1 посвящена изучению теоретико-методологических основ переговоров с инокультурными партнёрами, исследованию роли и значения культуры в международных бизнес-переговорах, а также стратегическим и тактическим аспектам ведения переговоров. В главе 2 анализируются культурные и лингвистические аспекты китайского национального стиля ведения международных переговоров и разрабатываются оптимальные стратегии и тактики взаимодействия с китайскими бизнес-партнёрами.