

КИТАЙСКИЙ СТИЛЬ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Chinese style negotiation

В современном мире особое значение приобретают бизнес-коммуникации. Это своеобразный мост к выстраиванию экономических отношений и, соответственно, к получению прибыли. Переговоры — один из видов бизнес-коммуникаций. Можно назвать общие особенности ведения переговоров в бизнесе, однако в каждой культуре есть характерные отличия, которые должны знать специалисты по коммуникации. Цель работы — показать главные особенности китайского стиля ведения переговоров.

Китайцы придают большое значение межличностным отношениям. Процесс выстраивания коммуникации может начаться задолго до непосредственных переговоров. Так, коммуникацию во всех аспектах делового и социального взаимодействия китайцы предпочитают «пронизывать отношениями». Чтобы установить отношения в рамках делового сотрудничества, китайцы обычно полагаются на определенных посредников. Считается, что именно так можно найти руководителей, обладающих полномочиями для принятия решений. Как только отношения установлены, китайские бизнесмены предпочитают пообщаться и достичь взаимопонимания посредством какой-то социальной деятельности (например, во время банкета, осмотра достопримечательностей или шопинга и т.д.). Такое времяпрепровождение позволит лучше узнать партнеров, понять их цели и намерения.

Китайцы терпеливы. Такой характер историческая и культурная среда Китая выработывала в гражданах на протяжении пяти тысяч лет. Поэтому в бизнесе китайцы более склонны выбирать план с долгосрочными выгодами, чем с немедленными.

Китайцы любят быть методичными и упорядоченными. Считается, что спешка в важных делах недопустима. Если время еще не пришло, китайский бизнесмен, скорее, будет стоять на месте, чем действовать опрометчиво. Поэтому переговоры с китайскими партнерами могут затянуться: от нескольких дней до нескольких месяцев.

Под влиянием конфуцианской культуры понятие «лицо» проникает во все аспекты и уровни общественной жизни и непосредственно влияет на деловые переговоры. Поэтому в них китайцы не любят прямого и жесткого общения. В случае отказа они не станут говорить «нет». Ведь это противоречит вежливости. В ответ прозвучит уклончивое «Мы подумаем...», «Мы не уверены...», «Возможно...» [1, с. 195].

Некоторые темы, считающиеся на Западе нежелательными (например, семейное положение, физическое состояние, возраст, доход и т.д.), в беседе с китайцами приветствуются. Однако есть темы, которых следует избегать. Так, нельзя сравнивать Китай и Японию, критиковать политический строй и демографическую политику Китая, отношения между Китаем и Тибетом и др. [1, с. 196].

В переговорах с китайцами нужно быть скромными и вежливыми, потому что скромность — это добродетель, пропагандируемая конфуцианством.

Как видим, китайский переговорный стиль имеет свою специфику. Эти знания важны для тех, кто планирует коммуникацию с представителями Китая.

Источник

1. *Игнатьева, Е.* Международный деловой этикет на примере 22 стран / Е. Игнатьева. — М.: Эксмо, 2020.

Лу Ифей

Lu Yifei

ДПУ (Далянь)

Научный руководитель Цао Хайянь

ПЕСНЯ КАК ФАКТОР МОТИВАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Songs as a source of motivation for foreign language learners

При изучении иностранного языка студенты, обучающиеся в условиях отсутствия естественной языковой среды, часто испытывают недостаток мотивации в силу качества и количества осваиваемых аудиторных материалов. Большинство дисциплин по специальности читаются на китайском языке, и лишь некоторые профильные предметы преподаются на иностранном языке. В таких условиях отсутствует возможность погружения в изучаемые язык и культуру.

Культура является воплощением языка, поэтому изучение языка невозможно без знакомства с культурой. Цель работы — показать эффективность использования песен в обучении иностранному языку и русскому языку в частности.

Песенный материал как сочетание текста и аудиоматериала является интересным и полезным в изучении русского языка как иностранного (далее — РКИ) и при знакомстве со страной и ее культурой.

Одним из приемов использования песен в аудитории студентов, изучающих РКИ, может быть работа с кавер-версиями популярных на мировой сцене хитов. Как