

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

***Юй Синь***

Выпускная квалификационная работа

***Управленческий этикет в китайских организациях: традиции и практика***

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

**ВМ.5589.2018 «Социология»**

Научный руководитель:

доцент, кандидат экономических наук

Меньшикова Г. А.

Рецензент:

ведущий научный сотрудник, Сектор социоурбанистики,

Социологический институт РАН - филиал ФГБУ Науки Федерального научно-

исследовательского социологического центра Российской академии наук

Сергеева О. В.

Санкт-Петербург

2020 год

**Содержание**

**Введение**3

**Глава 1. Теоретические основы социологического анализа этикета**9

* 1. Этикет как социологический феномен. Генезис взглядов

на этикет как требование коммуникации9

* 1. Традиции управленческого этикета в Китае16
  2. Современная ситуация с формированием корпоративного

этикета в КНР глазами российских исследователей26

**Глава 2. Деловой этикет как правила управленческих коммуникаций: китайская практика**35

* 1. Этикет во взаимодействии между китайскими предприятиями…35
  2. Особенности внутрифирменных этики и этикета ………………..43

**Глава 3. Проявление норм делового этикета в современном китайском обществе (по материалам прикладных исследований)**53

* 1. Сайты компаний как современное поле воплощения

делового этикета53

* 1. Знание студентами СПбГУ норм делового этикета

(по материалам фокус-групп)59

**Заключение**69

**Список литературы**73

Приложение 1. Программа исследования «Анализ сайта компании как носителя норм этикета»80

Приложение 2. Описание сайта компании Hengda группа «恒大集团» 81

Приложение 3. Программа исследования «Знание норм делового этикета студентами СПбГУ………………………………………………………………84

Приложение 4. Распечатка текста фокус группы 186

Приложение 5. Распечатка текста фокус группы 290

Приложение 6. Распечатка текста фокус группы 394

Приложение 7. Итоговый результат фокус-групп99

**Введение**

**Актуальность.** В современном мире знание этикетных норм и правил в бизнес-среде сложно переоценить. Так, деловой этикет сегодня является основой основ, залогом успеха ведения дел, ключевым показателем успешности бизнеса. Большинство организаций обладает своей системой норм и правил делового этикета. Они зафиксированы в уставных документах и им должен следовать каждый менеджер в своей деятельности.

Говоря об управленческом этикете организаций и компаний, подразумевают, прежде всего, принятую систему норм и правил ведения бизнеса, управления персоналом и компанией, осуществления коммуникации с партнерами по бизнесу и другими важными лицами. Состав управленческого этикета представлен правилами делового этикета для подчиненных и для руководителей, а также приемами воздействия на деловых партнеров.

Управленческий этикет находит свое воплощение главным образом в системе ценностей, формальных и неформальных правил (кодексов) поведения, которые, так или иначе, способствуют установлению и развитию отношений сотрудничества и партнерства между коллегами, руководителями и подчиненными, партнерами и конкурентами. Этика бизнеса является важным и показательным аспектом глобализации мировых процессов.

Несмотря на актуальность и значимость управленческого этикета в современной бизнес-практике, в научной среде существует достаточно небольшое количество исследований, посвященных данной проблематике. Особенно неосвещенными оказываются вопросы управленческого этикета в международных компаниях. При этом нужно понимать, что систематизация зарубежного опыта в плане управленческого этикета, имела бы большую пользу для национальных менеджеров и компаний.

Особенно актуальна данная тематика для китайских фирм, торгующих (взаимодействующих) с компаниями по всему миру.

**Объектом** настоящего исследования выступают закономерности становления и направления изменений управленческого этикета, принятого в китайских компаниях.

В качестве **предмета исследования** раскрывается совокупность норм и правил взаимодействия между работниками предприятий КНР.

**Цель работы** состоит в том, чтобы комплексно и системно рассмотреть суть и особенности делового этикета, принятого в китайских организациях.

В ходе исследования были выдвинуты следующие **частные задачи:**

1. Представить характеристику этикета, как социологического феномена

и раскрыть генезис взглядов на этикет, как главное условие коммуникации;

1. Охарактеризовать традиции управленческого этикета в Китае;
2. Описать теории китайских ученых относительно роли и значения

этикета в системе управления компаниями;

1. Раскрыть требования этикета во взаимодействии фирм в ходе бизнеса;
2. Выявить особенности норм бизнес этикета внутри фирмы;
3. Провести анализ веб-сайта компании, как одного из действенных полей

проявления делового этикета;

1. Оценить осведомленность русских и китайских студентов о нормах делового этикета (по материалам фокус-групп).

**Теоретическую основу работы составило:**

* 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 бизнес взаимодействия: Аньли Фэньчжэ, Цзян Яньпин, Шао Пэйрен, Чжан Дачжун и другиж;
* 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.

**Методы и приемы исследования.** Основным методологическим принципом исследования стал принцип междисциплинарного подхода, посредством которого нами был осуществлен комплексный синтез данных о деловой культуре и этикете в китайских компаниях.

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.

**Научная новизна** проведенного исследования заключается в том, что впервые в российской научной практике осуществляется социологический подход к этикету в китайских компаниях. Наше понимание основано на институциональном подходе, что позволяет не только выявить традиционные и современные формы, но и обосновать их историческим развитием Китая.

Исследование позволило представить комплексный анализ особенностей управленческого этикета, принятого в современных китайских компаниях, выявить две основные сферы проявления норм этикета: поведение людей и правила взаимодействия между организациями, указать на отличительные особенности национальных норм этикета, а также сопоставить его традиционные и современные нормы.

Определенный элемент новизны содержится в анализе web-сайта типичного предприятия. Как канал информации, сайт является формой вербального взаимодействия, а поэтому также должен регулироваться правилами по содержанию и оформлению.

Проведя фокус-группы среди русских и китайских студентов, были выявлены особенности норм поведения, принятых в СПбГУ.

**Практическая ценность** сделанных выводов определяется возможностью их использования в практике управленческого этикета в китайском бизнесе. Основные положения и выводы исследования могут найти свое применение в процессе преподавания социально-управленческих дисциплин в вузах.

Приведем дефиниции понятий, используемых в работе:

Этика - учение о морали (нравственности), ее развитии, принципах, нормах и роли в обществе; совокупность норм поведения, мораль какой-либо конкретной общественной группы или профессии.

Этикет – установленные нормы поведения и правила вежливости, бытующие в рамках определенного общества.

Корпоративный этикет - это разнообразные рутинные действия, осуществляемые предприятиями, такие как ритуалы, праздники, способы обращения с общественностью и информационная коммуникация.

Данная магистерская диссертация состоит и трех глав и семи параграфов. В ней 6 приложений, ее объем составляет 103 страниц. В работе 11 таблиц. Список литературы составляет 80 наименований, из которых 64 на русском, 8 на китайском и 8 на английском языке.

**Основные положения работы:**

1. Современный этикет наследует обычаи практически всех народов от седой древности до наших дней. Как один из важнейших управленческих социальных институтов он существует у всех народов. Однако, его проявления, структура норм поведения и практик взаимодействия различны, отражая особенности их развития и культуры государства. Народы всех стран вносят в этикет свои исправления и дополнения, обусловленные общественным строем страны, спецификой ее исторического строения, национальными традициями и обычаями.

2. Китайские мыслители древности и средневековья вырабатывали планы идеального общества, распространяя нормы правильного поведения как основу порядка и общественного процветания. Первый термин, с которым сталкиваются предприниматели, попав в Китай, - «лаовай». Другое понятие, достаточно важное во время ведения бизнеса с Поднебесной, - «гуанси». Еще одно важное понятие в деловом общении в Китае – «мянзи», или «лицо», - ваш социальный статус перед деловым партнером, который нарабатывается годами. Понимание этих трех понятий отражает особенность норм этикета в Китае.

3. Еще со времен Конфуция цели морали предопределяли насаждение этикета и ритуалов. Понятие «ци» в «этике и этикете» означает сдержанность и используется для ограничения поведения людей, чтобы сделать его единообразным. Понятие «ли» - руководство поведением человека, оно объединяет этикет и цивилизованное общение сотрудников с повседневной работой.

4. Международные деловые встречи требуют знания и навыки этикета общения между партнерами, что воплощает одно из профессиональных навыков руководителя и практикующих специалистов. Современный международный этикет, включает в себя: ежедневные правила общения, церемонии, выражения вежливости, дипломатические привилегии и иммунитеты в общении.

5. На сегодняшний день в китайских компаниях сформирована особая внутрифирменная стратегия поведения. Ее основными принципами являются уважение, искренность, скромность, толерантность и умеренность.

6. Полноценное функционирование веб-сайта компании предопределяет реализацию в нем всех его функций, а также норм и правил оформления, воплощая принципы, принятые в области национального этикета. Их соблюдение обеспечивает взаимодействие компании с потребителем продукции, с партнерами по бизнесу, государственными (региональными управленческими службами), а также коллективом работников. Web- сайт - это своеобразный интерфейс между предприятием и его окружением - партнерами, поставщиками, клиентами, а поэтому его создание является важным для успеха предпринимательской деятельности.

7. В современной китайской и русской культуре знание студентами норм и правил этикета отличается, но не значительно. Проведя три фокус-группы, мы выявили элементы схожести и отличий.

**ГЛАВА 1. ТЕОРЕТЧЕКСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ЭТИКЕТА**

**1.1. Этикет как социологический феномен. Генезис взглядов на этикет, как требование коммуникации**

В социологическом словаре даются два определения понятия этикет. Первое - свод правил поведения, принятых в различных обществах, государствах, дипломатических, религиозных и других кругах (манеры общения, форма одежды и т.д.), нарушение которых ставит нарушителя вне рамок его референтной группы, руководствующейся принятым в ней этикетом. Второе – правила учтивости, принятые в каком-либо обществе, этнической группе.

Нет единства и в этимологии слова. Одни авторы видят источником французский термин «Etiquette», обозначающий правила поведения людей в обществе. Другие - «tiquette» - карточки (этикетки), в которых описывались правила поведения придворных (при Людовике Х1У).

Уже основоположники социологии О. Конт и Г. Спенсер видели близость этикета к социологии, что выразилось в том, что они либо в виде отдельной части (О. Конт)[[1]](#footnote-2), либо в дополнительной главе «Принципы этики» раскрывали свои суждения об этике и этикете. Э. Дюркгейм как еще один основоположник социологической науки, также активно занимался вопросами морали. Он рассматривал их как необходимость соблюдения принятых норм (этикета) Э. Дюркгейм[[2]](#footnote-3).

Норберт Элиас[[3]](#footnote-4) в своей теории рассматривал процесс цивилизации как процесс формирования механизмов внешнего (принудительного) контроля и самоконтроля, приводящих к появлению структур государства, власти, этикета, морали и тому подобного, в их единстве и взаимообусловленности»

Если Э.Дюркгейм просто рассматривал необходимость соблюдения норм этикета и ритуалов, то Э. Гофман показал и обосновал его роль как способ презентации себя другим, как маркер, обозначающий принадлежность к социальному слою, группе, национальности. В работе «Ритуал интеракции. Эссе о поведении лицом к лицу» он выделил 2 типа ритуалов этикета: презентативные и «уклонения/избегания». К первым он относил модели уважительного поведения, направленные на формирование групповой сплоченности (приветствия, комплименты, приглашения, подарки. Второй тип ритуала ту же функцию сплоченности достигает путем поддержания дистанции между партнерами по общению. Они ограничивают поведение разнообразными запретами (не принято говорить негатив прямо в лицо, распространять сплетни, обсуждать чужую личную жизнь и т.д.).

Этикет изучается многими науками. Каждая из них вносит свое, углубляя суть понятия и феномена. Так, специалисты по менеджменту, активно изучают этикет с позиции культуры управления. Для них этикет это - совокупность норм, ценностей, стандартов поведения, принятых в некоторой организации, сопровождающих процесс управления как разновидность межличностной коммуникации. Социологи выявляют особенности этикета как отражение особенностей социума и истории его становления. Психологи рассматривают понятие с позиции личности, ее готовности или неготовности к восприятию общественных норм.

Следует различать понятия этики и этикета. Под этикой принято понимать учение о морали (нравственности), ее развитии, принципах, нормах и роли в обществе. Оно представляет собой описание всей совокупности норм поведения, мораль какой-либо конкретной общественной группы или профессии. Этикет – уже и включает в себя обоснование сути и причин возникновения конкретных правил и норм.

Роль этикета в обществе всегда была большой, что подтверждается его длительной исторической и социальной эволюцией, функциями в обществе, многоплановой структурой, разнообразными видами и формами.

Социальная значимость этикета проявляется в том, что он проявляет равенство и неравенство индивидов и групп, участвует в формировании в обществе показательных проявлений социальной иерархии, демократизма или консерватизма в социальных отношениях. Этикет позволяет людям ориентироваться в повторяемых социокультурных ситуациях (приветствие, знакомства, поведения в общественных местах и т.д.), а также проявляет общий культурный уровень людей (образованность, воспитанность, конформизм).

Важнейшей социальной функцией этикета является предупреждение конфликтных ситуаций в межличностном общении. Здесь этикет способен снять психологическую напряженность. В конфликтных ситуациях (семейные, межличностные конфликты) нормы этикета выполняют функцию «психологического смягчения». Тактичность, как знак уважения к конфликтующей стороне, создает условия для цивилизованного разрешения конфликта. Нормы этикета помогают людям найти общий язык, правильно и достойно вести себя в сложных ситуациях. Отказ от использования этикета ухудшает отношения между людьми, ведет к человеческим драмам.

Обращаясь к истории развития взглядов на понятие этикет, следует отметить, что традиционно под ним принято понимать установленные нормы поведения и правила вежливости, бытующие в рамках определенного общества.

Первые упоминания об учтивости достигают тысячелетних глубин человеческой истории. В литературных текстах древнего Шумера (современная территория Ирака и Ирана) были изложены первые моральные принципы, которые, по мнению шумеров, были предоставлены богами.[[4]](#footnote-5)

В правилах поведения разных народов отображаются разные условия их жизни. Вот некоторые примеры. Со времен древнего Рима до нас дошел обычай гостеприимства. В древнем Египте для международных переговоров впервые начали назначать специальных людей - послов, а сами переговоры проводились в торжественной обстановке. Кстати, в Египте впервые появился обычай запирать двери на ключ. В древней Греции послы носили при себе специальные жезлы Гермеса, им вручали инструкции поведения, которые имели название «дипломы».[[5]](#footnote-6)

В античной Греции, как и в Египте, запирали двери на замок, а ключи - они тогда были больше метра длиной - носили через плечо. Издали было видно, что идет человек, который никому не доверяет. В этой стране бедняку жить за счет богатея не считалось позорным. Он был у богатея на побегушках, развлекал его, а за это ему давали пищу, что по-гречески обозначалось словом «дармоед» или «парасит».

Первое пособие по учтивости было создано 1204 года испанцем Педро Альфонсо и называлось - «Дисциплина клерикалис». В нем содержались правила поведения за столом, приема гостей, проведения беседы.[[6]](#footnote-7)

В России в ХVІІ веке появилась книга «Юности честное зеркало», в которой подавались наставления молодым о поведении в гостях, на службе, во время праздничных ужинов. В ХIV-XVII веках при дворах европейских правителей были введены должности церемониймейстеров, которые должны были знать правила придворного этикета - от причесок до застежек на обуви - и приема гостей.

Широко применяется высказывание: «разводить китайские церемонии». Это не случайно, поскольку таких церемоний в древнем Китае было около 30 тысяч. Конечно, их годами изучали только состоятельные люди, потому что бедняки не могли тратить время на их усвоение. Приведем некоторые примеры.

Так во всем мире, выражая приветствие, люди пожимают руки друг друга, показывая этим, что у них нет оружия. Наоборот, во времена древности при встрече китаянки жали руки сами себе. В Китае, в южных районах жарко и руки у людей влажные от пота, пожимать их не очень приятно. Калмыки, здороваясь в давние времена, от всего сердца терлись носами. Лапландцы, оказывая уважение и почтительность, крутили языками во все стороны. У африканских народов при встречах принято дарить друг другу тыквы.[[7]](#footnote-8)

Японцев с детства приучают улыбаться, чтобы никому не портить настроение своим «кислым видом». Поэтому на лице японца всегда улыбка, даже когда он подавлен, ему стыдно или больно.

Сегодня у многих народов добывать остатки еды из зубов при людях считается неприличным. Но не в Германии, где часто можно увидеть, как нарядно одетые люди, после еды «приводят в порядок» свои зубы с помощью зубочистки. Или американцы, которые любят сидеть, положив ноги на стол. Это никого не удивляет, потому что так допускается правилами поведения. Приводят и такой пример: на Кавказе один и тот же человек мог с радостью принимать гостей у себя дома, а потом ограбить их в дороге.[[8]](#footnote-9)

Большое значение в правилах учтивости предоставляется словам. Придворный этикет всегда был очень «кудрявым», изобретательным для выражения словами. Вот такой смешной пример. В конце ХІХ века в Англии директором Королевского политехнического института был Джон Пеппер. Однажды к институту приехала королева Виктория. Ученый решил продемонстрировать ей опыт, но при этом боялся нарушить придворный языковой этикет. Поэтому, объясняя опыт, сказал: «А теперь кислород и водород будут иметь честь соединиться перед лицом Вашего Величества».

С изменением условий жизни многие правила и предписания учтивости исчезают, зато появляются новые, т.е. рядом с бытовым появился деловой этикет, регулирующий взаимодействия между людьми в сфере производства и торговли.

В современном мире принято различать несколько видов этикета, основными из которых являются: [[9]](#footnote-10)

1) Придворный этикет - строго регламентированный порядок и формы поведения, установленные при дворах монархов;

2) Дипломатический этикет - правила поведения дипломатов и других официальных лиц при контактах друг с другом на разных дипломатических приемах, визитах, переговорах;

3) Военный этикет - свод общепринятых в армии правил, норм и манер поведения военнослужащих во всех сферах их деятельности;

4) Общегражданский этикет - совокупность правил, традиций и условностей, которым следует придерживаться гражданам при общении.

Большинство правил дипломатического, военного и общегражданского этикета в той или другой степени совпадают. Отличие между ними заключается в том, что соблюдению правил этикета дипломатами придается большее значение, поскольку отступление от них может нанести вред престижу страны или ее официальным представителям. и что еще хуже - и привести к осложнениям во взаимоотношениях между государствами.

Ученые выяснили, что этикет существует повсеместно, во всех аспектах повседневной жизни, В китайской традиционной культуре существуют следующие типы этикета: личный, жизненный, семейный, социальный и другие [[10]](#footnote-11). Опишем кратко каждый тип.

*Личный этикет*. Люди являются главным носителем этикета, поэтому эта форма – основная. Личный этикет в основном включает в себя этические требования, распространяемые на такие виды поведения, как речь (правила ведения разговора), манеры и выбор одежда. Он регулирует «язык тела», манеры поведения, художественное оформление костюмов, правила цветочных композиции.

*Жизненный этикет* охватывает все аспекты жизни: встречи и общение, речи на банкете, правила проведения выпускного вечера, вручения подарков, визит к врачу, праздник в день рождения, свадьбы, похороны и т.д.

*Семейный этикет* используется в семейных коммуникациях и, как правило, включает такие нормы, как обращения, правила поздравления, семейные праздники, ужины и развлечения.

*Школьный этикет* в основном относится к требованиям взаимодействия между учителями и учениками, организации процесса обучения, а также к правилам поведения в помещении школы. Например, этикет между учителями и учениками, часто содержит элементы ритуальных действий.

*Социальный этикет* является более сложным, обычно включает встречи и знакомство, посещения и приемы, беседы и общение, банкеты и подарки, выпускной и салонный этикет.

*Официальный этикет* генерирует требования к поведению на работе и обычно включает в себя ритуал поведения и оформления офиса, рабочего места, организации встречи, правил оформления документов, ведения бизнеса. Он включает в себя приветствия и формы прощания. правила ведения переговоров, назначения встреч, подписания контрактов, выражение благодарности или, наоборот, неудовлетворенности.

*Деловой этикет* в основном относится к предпринимательской деятельности и включает в себя встречное гостеприимство, деловые переговоры, стимулирование сбыта, деловые ритуалы, ведение дел за рубежом, оформление документов, организацию встреч, приемов, пиар-этикет и так далее.

Существуют и такие формы как индивидуальный, национальный, религиозный, народные обычаи и так далее. Короче говоря, он суммирует все аспекты общественной жизни людей.

*Таким образом, приведенный анализ показал, что традиционно под этикетом принято понимать установленные нормы поведения и правила вежливости, бытующие в рамках определенного общества. Для социологов это - важнейший социальный институт, который регулирует правила поведения, минимизируя конфликты, изначально (по внешнему виду) дифференцируя людей по статусу и социальным группам, облегчая процедуру проведения повторяющихся событий: дней рождения, свадеб, похорон, встреч и прощаний и т.д. Этикет, является, таким образом, одним из атрибутов социального действия, отличающим правильное и неправильное поведение.*

*Как социальный институт этикет является результатом длительного по времени процесса становления взаимоотношений между людьми. Его развитие отражает общий тренд социального прогресса, усиливая тренды к демократизации, толерантности, уважению прав других людей и культур.*

*Ученые не только описывали нормы и правила этикет, но и систематизировании их. Они выявили такие критерии классификации, как объект регулирования (государство, предприятие, семья, личность), сферы регулирования (повседневность, официальные мероприятия, деловая коммуникация и др.,), масштабы регулирования (всеобщие, национальные, семенные), период действия (старые и современные нормы) и т.д.*

**1.2. Традиции управленческого этикета в Китае**

Традиции управленческого этикета изучались как мыслителями древности, так и современными авторами. Как отражение особой роли политической борьбы между царствами в древности, философы древнего Китая, а они часто были министрами, сановниками или послами, активно занимались управленческими вопросам, регулируя нормы поведения. Эти нормы призваны были инициировать послушание и добродетель, смягчая индивидуальные интересы.

Китайские мыслители древности и средневековья вырабатывали планы идеального общества, распространяя нормы правильного поведения как основу порядка и общественного процветания. Они идеализировали устои древности, воспевая «золотой век» Китая и его мудрых правителей – Яо, Шуня, Вэнь-вана. Этим – объяснением первоосновы роли государства и власти правителя – философы выполняли свою утилитарную функцию в обществе. Уже древнекитайские мыслители пытались доказать обществу необходимость правителя и государства как условия эффективного управления.

Конфуцианство, отражавшее интересы родовой знати одной из своих базовых тем, считало понятие «ли», переводимое как «церемониал», «ритуал», «почтительность», «благопристойность». Оно (понятие «ли») включало широкий круг традиционных правил, с помощью которых наследственная аристократия осуществляла свое господство, закрепляя объективность иерархического устройства общества: на вершине находится сын неба – «тяньцзы», в царствах - правили его наместники – ванны, гунны, связанные с «тяньцзы» кровнородственными отношениями.

Учение Конфуция упорядочивало отношения родства и привилегии аристократии перед купцами и крестьянами, а ритуалы призваны были закреплять этот порядок. Он писал: «На то, что не соответствует ритуалу, нельзя смотреть; то, что не соответствует ритуалу, нельзя слушать; то, что не соответствует ритуалу нельзя говорить: то, что не соответствует ритуалу нельзя делать».

Обязанность соблюдения ритуалов в равной мере касалось всех, по мнению Конфуция, т.е. и правителей, и простолюдин. Он писал: «Если в верхах соблюдается ритуал, народом легко управлять».[[11]](#footnote-12) При этом он настаивал на соблюдении принципа «жень», означавшего человеколюбие и гуманность. Однако, этот принцип должен был распространяться, прежде всего, на отношения внутри класса аристократов, а не повсеместно.

Учение Конфуция защищало интересы аристократии, формировало ее предназначенность к управлению государством. Ученый презирал простых людей и их труд. Справедливость, по его учению, проявлялось в разделении труда, при котором каждый слой занимается тем, для чего он предназначен.

Идея покорности сверху донизу – важнейшая идея этики конфуцианства. К ней относят многое: это и почитание родителей (сяо), и подчинение младших братьев старшим, и покорность подданных перед правителем. Все вместе это включено в понятие «чжун» - преданность.

Эти этические идеи продолжили последователи Конфуция: Мэн-цзы (проповедник «просвещенного деспотизма»), Сюнь-цзы (придавший понятию «ли» содержание, близкое к закону – «фа»). Другое направление – например, легисты (Хань Фэй-цзы, Шан Ян и др.), выступившее против верховенства знати в пользу силы закона, противостояло его учению.

Роль ритуала, исходя из учений этого времени, иллюстрирует цитата: «Учитель сказал: «Если руководить народом посредством законов и поддерживать порядок при помощи наказания, то народ будет стремиться уклоняться (от наказаний) и не будет испытывать стыда. Если же руководить народом посредством добродетели и поддерживать порядок при помощи ритуала, народ будет знать стыд, и он исправится».[[12]](#footnote-13)

Приведем еще несколько цитат. Линь Фэн спросил о сущности церемоний. Учитель ответил: «Это важный вопрос! Обычную церемонию лучше сделать умеренной, а похоронную церемонию лучше сделать печальной. Цзы-гун хотел положить конец обычаю приносить в жертву барана в первый день месяца. Учитель сказал: «Сы, ты заботишься о стране, а я забочусь о ритуале». Цзы-Сунн спросил: «каким образом государь использует чиновников, а чиновники служат государю? Учитель ответил: «Государь использует чиновников, следуя ритуалу, а чиновники служат государю, основываясь на преданности».

Приведенные цитаты показывают, что с давних времен ритуал значил больше, чем правила поведения и нормы. Это было выражение подчинения, послушания, на которых основывался порядок и в государстве, и в обществе.

Принципиально иную роль ритуал и этикет играют в современном обществе. Здесь они, также важны и активно изучаются, но уже как элементы управления, а точнее управленческой культуры, но не как общий принцип социального устройства.

Рассмотрим труды современных китайских философов, раскрывающих роль и место этикета, ориентируясь на таких авторов как Аньли Фэньчжэ, Шао Пэйрен, Фань Хунся. Они уже - с позиций науки подошли к объяснению их места и функций.

В общей структуре культуры управления главное место отводится ее этической подсистеме. Действительно, этика должна сопровождать любую разновидность человеческой деятельности, которая связана с взаимодействием и взаимоотношениями исполнителей. Это - в полной мере касается и управленческой деятельности, поскольку здесь система взаимоотношений усложняется наличием иерархических связей типа «руководство – подчинение». При этом сама этика управления выступает в качестве конкретизации общей морально-этической парадигмы, принятой в данном обществе. Она отображает цели, ценности и идеалы как этого общества в целом, так и руководителя, и управляемой им организации. Анализировать взаимосвязь этики, логики и культуры управления следует, исходя из сущности, назначения и содержания общей этики как философской дисциплины о морали и нравственности в отношениях между людьми. Однако при этом есть опасность потери характерных особенностей сферы отношений, которую и определяют управление социальными системами, порождая вертикальные и горизонтальные, формальные и неформальные связи между людьми. Ведь эти факторы определяющим образом влияют на сущность и содержание этики управления, на ее место в общей сложной системе деловых отношений.[[13]](#footnote-14)

В этом своем качестве этика управления являет собой сложное многоплановое и многоаспектное явление, а поэтому понимание ее сущности требует рассмотреть ее основные аспекты.

Во-первых, этика управления охватывает множество норм и принципов морально-этического характера, на которых должны основываться организация и управления деятельностью людей. Сущность этих норм и принципов заключается в том, управленческие цели не должны достигаться любой ценой, а стать частью необходимости обязательного соблюдения правовых и моральных норм и с учетом общественных потребностей при согласовании интересов работников, фирмы в целом и ее руководства.[[14]](#footnote-15)

Только при этих условиях можно надеяться на то, что процесс и результат совместной деятельности удовлетворит материальные потребности ее участников и будет способствовать формированию благоприятного психологического климата, стремлению к общительности во взаимоотношениях. Благоприятный психологический климат помогает максимальной творческой самореализации работников.

Во-вторых, смысл этики управления распространяются на сферу, как сугубо деловых, так и неформальных межличностных отношений между людьми, которые вполне естественно возникают в процессе их совместной деятельности. Этика управления поэтому охватывает совокупность моральных норм и правил деловых отношений и общения, ведения бесед и переговоров. Она предусматривает честность и неуклонное сдерживание каждым руководителем, каждым деловым человеком своих обещаний и обязательств относительно выполнения достигнутых договоренностей. В этот момент этика управления пересекается не только с культурой управления, но и с корпоративной культурой, соответствующей организации, способствуя формированию в ней благоприятного психологического климата.[[15]](#footnote-16)

В-третьих, сама этика управления должна рассматриваться как чрезвычайно важная составляющая системы прикладных наук об управления, а также социальных наук вообще, интегрируя в себе достижения социальной философии, социальной психологии и социологии[[16]](#footnote-17).Она, вместе с такими прикладными дисциплинами, как философия, психология, педагогика и социология управления, этика межличностных отношений и тому подобное, играет важную роль в профессиональной подготовке руководителей-лидеров и в овладении ими культурой управления. Она же помогает им формировать четкие мировоззренческие позиции, моральные принципы и убеждения. В то же время этика управления в значительной степени определяет стиль управления, характер деятельности и поведения политической и деловой элиты страны.

В ведущих экономически развитых странах мира значительная часть фирм, органов государственной власти и управления интенсивно совершенствуют содержание, качество и культуру профессиональной подготовки специалистов в сфере социального управления. Система менеджмент-образования этих стран энергично внедряет изучение философии и психологии управления, этики и культуры. В их основу положен принцип социальной ответственности бизнеса и управления, а уровень профессиональной и социальной компетентности менеджеров считается одним из важнейших показателей профессионализма руководителя и основной предпосылкой успешности и эффективности его деятельности. Сама же их компетентность оценивается умением создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в организации.[[17]](#footnote-18)

В рамках настоящего исследования, нас интересует прежде всего управленческий этикет и его традиции, принятые в китайской практике. Для этого мы предлагаем раскрыть основы управленческого этикета в Китае и проследить его основные тенденции.

Китай - это большая страна с богатой историей и наибольшим в мире населением. Ее тысячелетняя философия распространилась на все сферы жизни: от ежедневного общения до традиции ведения бизнеса. Для успешной и эффективной бизнес-коммуникации необходимо знать основные особенности китайского подхода к ведению дел.

Первый термин, с которым сталкиваются предприниматели, попав в Китай, является «лаовай». Чтобы стать им, достаточно пересечь границу КНР и иметь внешность, отличную от среднестатистического китайца. «Лаовай» в переводе из китайской значит «иностранец». Это слово можно слышать на каждом шагу, особенно в городах меньше Пекина, Шанхая или Гуанчжоу. Это вовсе не почетное или почтительное звание, а пренебрежительное название «иностранца-варвара». Однако сейчас многие китайцы пытаются отметить нейтральный смысл этого слова, используя другую дефиницию – «вайгожень», которая дублирует значение «иностранец»[[18]](#footnote-19)

Другим понятием достаточно важным во время ведения бизнеса с Поднебесной, является «гуанси». В Китае есть общепринятое изречение: «Не важно, что вы знаете, важно - кого вы знаете». Оно имеет незаурядное значение в Китае. Ведение бизнеса в этой стране основывается исключительно на личных знакомствах, и каждый бизнесмен знает об их важности. Конфуцианство, которое существует в Китае уже свыше 2500 лет, сформировало учение, что правильные взаимоотношения - это ключ к социальной гармонии. Существует пять основных видов отношений: руководитель-подчиненный, отец-сын, мужчина-жена, старший брат, младший брат, друг-друг.[[19]](#footnote-20)

Конфуцианство фокусируется на семье и друзьях, и это распространяется на бизнес. Восточные партнеры перед налаживанием бизнес-связей пытаются установить личные, крепкие и длительные связи - более эффективный способ ведения бизнеса с Китаем, чем формальное подписание контрактов.

Стремительное развитие Китая и его интеграция в мировую экономику сближают местные бизнес-методы и европейские стандарты. Деятельность органов управления становится прозрачнее, а юридическая система позволяет все эффективнее решать проблемные вопросы. Сегодня немало больших компаний стало негативно относиться к традиционному дарению подарков, подражая ценностям, которые несут потенциальные (западные) партнеры. В этом смысле «гуанси» превращаются в прагматичный «нетворкинг» (сетевые отношения), привычные и понятные европейским предпринимателям. Главный залог успешных бизнес-связей в Китае - доверие. Здесь успех зависит от того, насколько вам доверяют ваши партнеры. Это доверие предотвращает недобросовестное поведение китайских производителей и партнеров, делая отношения прозрачнее.[[20]](#footnote-21)

Еще одно важное понятие в деловом общении в Китае – «мянзи», или «лицо». Оно обозначает ваш социальный статус перед деловым партнером, который нарабатывается годами. Это - важнейшее понятие в социальном этикете Китая. Без понимания его невозможно осмыслить суть большинства китайских деловых ритуалов. Мяньцзи, или концепция «лица», - достаточно сложная сентенция. Она не всегда сразу понятна западному человеку, но крайне важна для китайских бизнесменов. «Лицо» можно отдать, получить, потерять или сохранить. И потому, чтобы заниматься бизнесом в этой стране, надо хотя бы на общем уровне ознакомиться с этим важным понятием.[[21]](#footnote-22)

Иностранцу достаточно трудно осознать, насколько значима роль «лица» в повседневной и деловой жизни в КНР. Но для китайцев это не просто сочетание звуков. Проводили даже специальные исследования среди китайского населения, которые показали, что 75% респондентов считают, что публично совершить ошибку - это самая серьезная потеря в жизни. Другими словами, большинство сделает все возможное, чтобы не опозориться на публике. Часто это оказывается в полном нежелании признавать собственные ошибки, какими бы незначительными они не были. Следовательно, «лицом» в Китае называют публичную деятельность личности, факторы репутации, чести или уважения. Это своеобразный публичный образ, который производит нужное впечатление при близких контактах.

«Потерять лицо» - это позор. Это - публично испытать унижение или потерять престиж. Потерю «лица» можно избежать. Иногда китайцы ради этого готовы идти на не очень хорошие поступки. Например, - ложь, которую считают хорошим решением, когда она спасает от потери «лица».

Обычно китайские бизнесмены не любят говорить прямо «нет», даже, если это само собой очевидный или единственный ответ. Причина этого в том, что прямой отказ может расцениваться как причина частичной потери «лица» собеседником. В деловом этикете не принято делать что-либо, что может привести к таким последствиям. К примеру, когда китайца прямо спрашивают о чем-то, он может сказать «да», но вести себя так, будто ответил «нет».[[22]](#footnote-23) В таком случае западному человеку стоит понимать, что сказанные слова - это лишь попытка сохранить хорошие деловые отношения. Поэтому западному бизнесмену нужно выучить язык жестов, чтобы правильно понимать своих китайских партнеров.[[23]](#footnote-24)

В Китае иметь «лицо» может не только отдельный человек. Часто эта концепция распространяется на компании, учреждения и правительственные министерства. В этом случае надо понимать, что организация пользуется хорошей репутацией, которую стремится всячески поддерживать. С ней можно иметь дело, она надежна и отмечается прекрасным деловым стилем.[[24]](#footnote-25)

*Итак, рассмотрев роль этикета на разных исторических этапах развития Китае, было показано, что его место существенно различается. В древности этикет был основой управления и воплощал дух подчинения. Требуя соблюдения норм этикета, ученые древности, прежде всего Конфуций, Мэн-цзы, Сунь-цзы и другие, с детства воспитывали этим готовность к послушанию, терпению, отрицанию прав на самостоятельное решение. Этикет был принципиально различен в аристократической среде и среди рядовых жителей. В настоящее время этикет – это канал коммуникации, часть управленческой культуры. Он один для всех: бедных и богатых, руководителей и подчиненных.*

**1.3. Современная ситуация с формированием корпоративного этикета в КНР глазами российских исследователей**

Китайская нация является одним из мест рождения человеческой

цивилизации и крупнейшим государством мира, поддерживающим исторические традиции как форму сохранения (и воспитания) норм и ценностей. Соответственно, этикет был и остается одним из каналов трансляции традиций и культурных норм. Этот факт утверждается повсеместно, причем в КНР также активно, как и в других странах[[25]](#footnote-26).

В истории 5000-летней цивилизации Китая этикет проник во все

аспекты общественной жизни, накапливался в поведенческих привычках нации и стал важным средством поддержания кровных связей, координации межличностных отношений и поддержания общественного порядка[[26]](#footnote-27). Современные китайские авторы не могут не изучать роль этикета и его особенности.

Если роль этикета и ритуалов применительно к государственному уровню активно изучается, а выводы ученых активно используются, то их анализ на предприятии исследован в меньшей степени. Исходя из этого, за основу нашего исследования были взяты труды российских ученых, анализирующих проблемы корпоративного этикета более длительное время и поэтому имеющих возможность более обоснованно выявить их особенности применительно к Китаю. К таким российским ученым следует отнести Буярова Д.В, Каретину Г.С., Маслова А.А. и других, при этом китайские авторы также проанализированы.

Среди китайских исследователей бизнес-этикета можно выделит два направления. Первое - теоретическое. Известно, что теоретический анализ не очень приветствуется в китайской науке, но все-таки можно назвать отдельные статьи таких ученых, как – Цзян Яньпин, Чжан Дачжун, Сюй Вэньчжун, Мэн Фанчи и других.

В большинстве из них представлены объяснения и описания случаев, таких как стратегия и навыки ведения переговоров. Эти деловые переговоры в китайском стиле нацелены на конкретную внутреннюю культурную среду, бизнес-среду, законы и правила поведения в ситуациях делового общения.

Более распространенным и поощряемым подходом является второй - описание конкретных проявлений бизнес этикета, что предложили такие исследователи, как Чен М., Лян Шумин, В. Ли. В некоторых работах, в частности, Аньли Фэньчжэ, сравниваются ритуалы китайского и международного бизнеса. Заслуживают интереса работы, в которых особенности китайского бизнеса классифицируются по видам: проведение праздников, ритуальные традиции компании, форма организации личных коммуникаций и др.

По мере формирования корпорации в Китае (конец ХХ века), стала формироваться корпоративная культура и, соответственно, - корпоративный этикет. Выявление его особенностей – новое поле научного изучения в КНР.

Думается, что некоторые ученые недооценивают уровень корпоративной культуры в Китае. Не можем согласиться с позицией Маслова А.А., который снижает его, сводя ее цель только к экономическим факторам. Автор пишет: «Корпоративная культура в Китае - это продуктивность, а отличная корпоративная культура - это повышенная производительность (труда). В посткризисную эпоху повышение уровня конкуренции на рынке стало обычным делом большинства предприятий[[27]](#footnote-28).

В любом случае, даже учтя особенности современного этапа формирования корпоративной культуры, когда Китай поставил своей целью вывести экономику страны в лидирующую, нормы корпоративного этикета развиваются, реализуя глубину и особенности культуры китайского народа.

Думается, что, как и во всем мире, в Китае, корпоративный этикет - это разнообразные рутинные действия, осуществляемые предприятиями, такие как ритуалы, праздники, способы обращения с общественностью и информационная коммуникация. Культура корпоративного этикета - это сумма представлений о нем сотрудников, о нормах поведения на предприятиях. Корпоративный этикет символизирует ценности и моральные требования компании, формирует корпоративный имидж, позволяет воспитывать сотрудников в атмосфере культуры, сознательно корректируя их поведение.

Еще со времен Конфуция, именно цели морали предопределяли насаждение этикета и ритуалов. «Ци» в «этике и этикете» - это сдержанность, то есть «ритуал» используется для ограничения поведения людей, чтобы сделать его единообразным, а «ли» - руководство поведением человека.

Функции корпоративного этикета, по мнению Маслова А.А., отражены в следующих аспектах:[[28]](#footnote-29)

1. Создание образа компании. Под ним понимается общественное мнение и оценка предприятия своими сотрудниками. Хороший имидж - это нематериальный актив и бесценное сокровище предприятия. Он зависит не только от рекламы и качества продукции (эффективности производства), но и от убежденности в нем каждого сотрудника. Именно люди, сотрудники предприятия – важное условие формирования корпоративного имиджа; их слова и дела всегда распространяют соответствующую информацию о компании, корпоративные образы руководства. Они транслируют внешний образ руководителя фирмы, его стиль и методы работы, умение принимать решения, коммуникабельность, новаторский дух, моральный уровень, убежденность и сила воли.

Этикет является важным средством формирования имиджа: если каждый сотрудник компании стремится к активности и энтузиазму, вежливости, языковой культуре и высоким норм поведения, он оставляет хорошее впечатление у потребителей и общественности. Именно потребители, лучше других, могут оценить качество обслуживания, привлекая своим отношением талантливых работников[[29]](#footnote-30)

2. Образовательная мотивация. Высокий уровень корпоративного этикета имеет воспитательную функцию, которая в основном проявляется в двух аспектах. Первый - уважение и сдержанность этикета. Он основан на ужесточении культурного контроля и предполагает следующие косвенные обязательные черты. Этикет, как нравственный обычай, оказывает просвещающее воздействие на работников предприятия. Второй – трансформация норм этикета в нормы культуры. Воспитанные люди сознательно корректируют отношения между собой в повседневной жизни, разрешая конфликты интересов и формируя социальный порядок.

3. Ритуальная пропаганда. Ритуал обычно рассматривается как стандартизированный, перформативный, символический набор правил поведения, обусловленный культурными традициями, способом общения и поддержания групповой деятельности. Общий корпоративный ритуал включают в себя правила начала и окончания работы, церемонии сочувствия, посещения, поднятия флага, похвалы, группового поклонения, а также корпоративные праздники, чествования, фабричные торжества и церемонии открытия. Считается, что предприятия должны прививать сотрудникам традиции этикета и ритуалов как производственных, так и коммуникативных отношений, формируя этим благоприятный имидж компании в глазах общества[[30]](#footnote-31). Ритуальные церемонии являются важным средством обучения и распространением корпоративной культуры.

4. Кодекс поведения. В современной высокоразвитой рыночной экономике совершенствование правовой системы предприятий продолжается. Без этого предприятия оказываются в хаосе, а различные формы преступности парализуют общество. Аналогичным образом, стандарты этикета необходимы и продолжают совершенствоваться. Цивилизация и рациональность будут потеряны, вульгарность и уродство заменит вежливость и доброту, и в конечном итоге общество будет полно греха[[31]](#footnote-32). Этикет помогает сотрудникам понять ценность правил поведения, их роль в формировании идеальной личности. Нужно исправлять неправильное поведение сотрудников, призывать их координировать межличностные отношения в соответствии с требованиями этикета и поддерживать нормальную жизнь общества. Этикет-ориентированные люди служат образцом для подражания, тонко воздействуя этим на окружающих.[[32]](#footnote-33)

Культура соблюдения ритуала кажется обычной жизненной рутиной, но она постоянно регулирует поведение людей. Предприятиям нужен не только праздничный этикет, но и стандартный, здоровый, цивилизованный, поскольку он обеспечивает расширение корпоративной культуры. Этикет необходим для установления веры, сильной атмосферы, формирования привычек, передачи информации и выражения корпоративной личности.[[33]](#footnote-34)

История 20-го века доказала, что сегодня, когда правила глобализации регулируются рыночной экономикой, новые отношения проникают не только в экономическую, но и культурную сферу, формируя конкуренцию между странами, регионами, районами и предприятиями. Сила культуры всегда интегрируется в экономику, политику, общество, становясь «стимулятором» экономического развития, «навигационным огнем» политической цивилизации и «связующим звеном» для социальной гармонии.

С точки зрения корпоративной стратегии, необходимо интегрировать ее в корпоративную культуру, сделав осведомленность руководителей компаний о культуре этикета и нормах ее применения частью повседневной деятельности компании. Содержание корпоративного этикета в основном включает в себя личный этикет, этикет общения, трудовой деятельности, этикет жизни, фестивальный этикет и так далее.[[34]](#footnote-35) Основными элементами корпоративного этикета являются предмет этикета (операторы и исполнители этикета, которые могут быть как отдельными сотрудниками, так и корпоративными организациями или группами сотрудников), объекты этикета (директора и получатели этикета, из расширения).[[35]](#footnote-36) Другими словами, это может быть человек или вещь; это может быть материальная или духовная среда; СМИ по распространению норм этикета (средство общения, на котором основаны этикеты). Они включают в себя проявления этикета, такие как внешний вид и манеры; проявления этикета объекта, такие, как одежда, посуда, этикет-носители, такие как обмен персоналом, и этикет-среда (определенные пространственно-временные условия, в которых этикетные действия могут быть выполнены, можно разделить на естественную среду этикета и социальную среду этикета). Предприятия должны сформулировать ряд научных и эффективных механизмов стимулирования, а также поощрять и наказывать поведение сотрудников, когда это необходимо. Строгие вознаграждения и наказания являются огромной движущей силой для управления. Кроме того, необходимо повысить уровень профессиональной подготовки сотрудников на всех уровнях предприятия, чтобы улучшить культуру этикета, поскольку сотрудники являются конкретными исполнителями любой работы на предприятии. Высокий уровень культура этикета является признаком профессионализма, стандартизированного управления и интернационализации предприятия.[[36]](#footnote-37)

Текущее управление компанией объединяет этикет и цивилизованное общение сотрудников в рамках повседневной работы. Оно акцентирует внимание на психологическую подготовку сотрудников и развитие их способности к поведенческому самовыражению. Ценности являются основой в построении психологической инфраструктур[[37]](#footnote-38). Именно внутренняя мотивация управляет поведением сотрудников. Она не только влияет на индивидуальное поведение, но и на групповое, а также общее организационное поведение. «Доброта» человеческой натуры является ядром построения психологического фундамента, который способствует развитию и изучению исторических знаний, философских знаний, религиозных знаний и эстетических знаний. Слоган «одно слово и один поступок» является носителем коммуникативного выражения этикета культуры.

Что касается внешней среды, от которой зависит предприятие, то внимание и поддержка всего общества являются благоприятным условием для реализации проекта культуры корпоративного этикета. Предприятие не является независимым царством, в нем много противоречий в социальном, политическом, экономическом и культурном развитии. Они воплощают внутренний конфликт между духовной ценностной традицией и самооценкой работников, особенно при переходе к рыночным отношениям. Противоречия с разнообразными и постоянно меняющимися потребностями рынка влияют на корпоративную культуру и ценностную ориентацию сотрудников[[38]](#footnote-39) Обнародование и внедрение «Плана гражданского строительства (нравственности)» как части социального рейтинга компаний и населения привнесло новые коннотации в культуру корпоративного этикет. План начал разрабатываться в 2014 году. Он должен быть утвержден и внедрен в 2020, предложив новые стандарты и правила контроля за соблюдением норм этики, продвигая традиционных добродетелей китайской нации, а также и оформить контроль за соблюдением норм этикета на предприятии.

Для лучшей наглядности представим систематизацию основ китайского делового общения в следующей таблице (табл. 1).

Таблица 1 – Основы китайского делового общения, составленные на основе работы Ли В., Суй Ж. Базовые сведения о Китае на русском языке[[39]](#footnote-40)

|  |  |
| --- | --- |
| **Направления этикета** | **Конкретное описание правила** |
| 1. трудовые отношения:  - порядок проведение совещаний,  - обход руководителем предприятием, | - употребление вежливых и профессиональных титулов;  - обмен визитными карточками;  - заблаговременное приглашение на совещание. |
| 2. правила коммуникации:  - одна столовая для всех,  - возможность совместных мероприятий (поездок за город, на экскурсии, занятий спортом) | - представление имени;  - соблюдение субординации и уважения старших;  - следование правилам этикета формального и неформального общения и делового взаимодействия;  - запрет на унижения, оскорбления и обман. |
| 3. наличие ритуальных мероприятий:  - праздничных ужинов.  - общих собраний трудового коллектива,  - собраний с приглашением детей и членов семьи,  - праздничные шествия (в честь дня предприятия, лидера партии, революции),  - чествование ветеранов,  - поздравление заслеженных работников (юбилей) | - распространенная практика обмена сувенирами и символическими подарками;  - не принято разворачивать подарок сразу после получения;  - упаковка подарка должна быть максимально простой;  - чем больше сделка – тем ценнее должен быть подарок;  - вручение подарков осуществляется главе фирмы или его заместителю. |
| 4. правила приветствия  - между руководителями и подчиненными,  - между руководителями,  - между подчиненными. | - общераспространенное приветствие – вопрос «хорошо ли Вам?»;  - старшим отдается инициатива приветствия;  - общение в строго официальной выдержанной форме. |

*Таким образом, нами были раскрыты основные функции, роль и практики проявления этикета в управлении китайскими компаниями*

*Анализируя литературу, было выявлено, что работ китайских авторов по теме недостаточно, поэтому активно использовались исследования российских ученых: Буярова Д.В, Каретиной Г.С., Маслова А.А.*

*.Понимание важности создания норм этикета как части корпоративной культуры нашло отражение в «Плане гражданского строительства нравственности», который должен будет отразить направления по развитию норм этики, став как обязательной частью рейтинговых социальных оценок компаний и их работников.*

**ГЛАВА 2. ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ КАК ПРАВИЛА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ: КИТАЙСКАЯ ПРАКТИКА**

**2.1. Этикет во взаимодействии между китайскими предприятиями**

В условиях экономической глобализации быстрое экономическое развитие Китая привело к все более частой торговле его с другими странами, к увеличению контактов и сопутствующих деловых встреч. Эти обстоятельства требуют от национального бизнеса представления о традициях и правилах этикета партнеров. Эти знания являются важным конкурентным преимуществом, формируя высокое всестороннее качество практикующих специалистов, что определяет успех контактов. Особенности культурных традиций Китая, предопределили многочисленные различия в китайском этикете.[[40]](#footnote-41)

Принято выделять международный, межфирменный и внутрифирменный этикет. Первый касается правил взаимодействия компаний между странами второй – внутри стран, третий – внутри предприятии. Они существенно разнятся, поскольку первый – учитывает традиции всех стран участников, второй –ориентируется на национальную культуру, а – третий на специфику предприятия (его отрасли, места расположения, общей культуры его руководителя).

Международные деловые встречи требуют, чтобы страны демонстрировали знания и навыки этикета деловых встреч партнеров, что, в свою очередь, является идеальным воплощением высоких профессиональных навыков практикующих специалистов, что определяет их успех.[[41]](#footnote-42)

Современный международный этикет в том, что касается его содержания, включает в себя: ежедневный этикет общения, церемонии, выражения вежливости, дипломатические привилегии и иммунитеты в общении. Некоторые из них закреплены международными конвенциями, такими как Венская конвенция о дипломатических сношениях. Они предлагают всеобщее правовое содержание и обязательную международную силу. Большинство остальных форм является «общепринятыми» во взаимном общении и постепенно становятся международной, общепризнанной практикой взаимодействия между странами и их бизнесом.

Как указывает Цзян Яньпин, с древних времен Китай был известен как страна этикета. Знание норм этикета и правил поведения рассматривается как традиционная добродетель нашего народа. С быстрым развитием современной экономики, этикет проник во все стороны общественной жизни и стал играть еще более важную роль, особенно в сфере деловой деятельности.[[42]](#footnote-43)

Впервые модель управления в китайском стиле была описана ученым Цзэн Шицяном из Тайваня. Эта работа привлекла большое внимание академического сообщества, став важной вехой в ​​обучении менеджменту. Многие авторы выразили свое несогласие с автором. Они утверждают, что нет особой разницы между китайской и иностранной моделями управления, что управление в китайском стиле - фальшивая проблема. После нескольких лет дискуссий в академическом мире единое мнение так и не выработано. Как указывают ученые Ли В., Суй Ж, несмотря на то, что обсуждение углубляется, все еще трудно понять какой подход лучше удовлетворяет требованиям эффективного совершенствования практики управления китайскими предприятиями[[43]](#footnote-44).

Не меньше интереса вызвало в науке обсуждение принятия китайской культурой всех разработанных мировой практикой международных взаимодействий норм. С быстрым развитием экономики знаний и информационных технологий, глобализация экономики увеличилась, а современная бизнес-среда все больше и больше менялась. Появилось все больше средств делового общения, возникали новые характеристики этикета деловых переговоров. В 1970-х и 1980-х годах люди обычно передавали различную деловую информацию посредством телеграмм и писем, а сегодня - предпочитают использовать электронную почту, телевидение, телефоны и другие новые вещи, которые идут с прогрессом времени.[[44]](#footnote-45)

Опять же, нормы международного делового этикета проникают вглубь внутренней системы коммуникаций. Современное общество по сути дела, как пишет Фонг Т, это деловое общество, и различные формы деловой активности проникли в каждый уголок общества[[45]](#footnote-46). Можно сказать, что, пока есть место для человеческой жизни, существуют различные виды предпринимательской деятельности, а соответственно и различные правила этикета деловых переговоров.[[46]](#footnote-47)

Анализ китайской литературы, посвященной этикету, позволяет отметить признание всеми авторами его высокой роли и ценности. Ученые признают, что этикет улучшает коммуникативные способности людей, помогая не только фирмам, но и людям лучше регулировать отношения между собой. Они фиксируют тот факт, что происходит интенсификация переговоров на фоне определенного «размывания» национальных традиций. Происходит взаимное проникновение национальных стилей в практику деловых и межличностных коммуникации. В итоге постепенно формируется особенная субкультура участников переговоров со своими правилами поведения, которая может значительно отличаться от принятых национальных норм. Интересы и ценности бизнеса часто стоят выше культурных норм.

Укажем некоторые особенности делового этикета Китая и стран Дальнего Востока. Прежде всего, отметим, что представления китайцев о правилах хорошего тона сильно отличаются от европейских. Так, при общении считаются недопустимыми физические контакты - объятия, поцелуи и даже прикосновения.[[47]](#footnote-48)

Вступая в деловые отношения, китайские бизнесмены особенное внимание уделяют двум моментам:[[48]](#footnote-49)

* сбору информации о предмете обсуждения и партнерам по

переговорам;

* формированию «духа дружбы» по отношению к представителям

другой стороны. Дух дружбы на переговорах имеет для китайцев большое значение, причем обычно они его отождествляют с личными отношениями партнеров.

Китайские бизнесмены чрезвычайно серьезно готовятся к переговорам, внимательно и аккуратно собирают информацию относительно предмета обсуждения и включают в состав делегации максимально возможное количество экспертов. Предпринимателям, которые планируют вести переговоры с китайцами, также необходимо включить в состав своей делегации высококвалифицированных специалистов, которые могут решать трудные технические вопросы непосредственно во время переговоров. Успешно вести дела с большими китайскими компаниями можно, лишь зная конъюнктуру мирового рынка и умея грамотно анализировать технические и финансовые вопросы.[[49]](#footnote-50)

Приведем некоторые рекомендации, на которые обращают внимание китайские ученые. Обращаясь к китайцу, необходимо помнить, что фамилии в Китае принято ставить впереди имени. Если Вы познакомились с китайцем, следует называть его по фамилии. Во время приветствия, обмениваясь рукопожатиями, сначала следует пожать руку самому высокопоставленному лицу. При знакомстве следует обмениваться визитными карточками.[[50]](#footnote-51)

Китайские делегации обычно весьма многочисленны, поскольку в них традиционно включается много экспертов по разным вопросам. На переговорах китайцы придерживаются разграничения процесса обсуждения на этапы: начальное уточнение позиций, их обсуждение, заключительный этап. Начальный этап - это оценка китайцами статуса каждого из участников переговоров. Большое внимание в этой связи уделяется внешнему виду партнеров, манере их поведения, отношениям внутри делегации. Проведя такой анализ, китайцы в дальнейшем ориентируются, главным образом, на партнеров с высшим статусом - как официальным, так и неофициальным. Проводя переговоры на своей территории, китайцы, ссылаясь на свои традиции, нередко предлагают гостям говорить первыми с тем, чтобы выяснить позицию партнера. От самих китайцев, в начале переговоров этого добиться трудно, даже невозможно - они отделаются общими фразами. Не следует в таком случае показывать своего недовольства или использовать давление.[[51]](#footnote-52)

Обычно китайцы идут на уступки лишь после того, когда соберут максимально возможное количество информации о возможностях противоположной стороны. Поэтому часто в тот момент, когда иностранным партнерам кажется, что переговоры зашли в тупик, китайцы неожиданно вносят новые предложения, которые допускают определенные уступки.[[52]](#footnote-53)

Китайцы очень редко принимают окончательные решения за столом переговоров: достигнутые договоренности обязательно должны быть согласованы высшим руководством. Во время этого они пытаются внести в конечный вариант соглашения выгодные для себя поправки. [[53]](#footnote-54)

Китайцам импонируют скромные люди, потому лучше вести себя целесообразно сдержанно, а общаться - тихо. Поскольку для китайцев очень важен «дух дружбы» (как это они называют), они придают большое значение неформальным отношениям с партнерами, потому часто и много расспрашивают их о возрасте, семейном положении, детях, родственниках и так далее. На неформальные встречи можно одеваться просто, костюм с галстуком не обязателен. Китайцы не любят, когда их ставят в неудобное положение, критикуют в их присутствии соотечественников. Если вы хотите сделать китайскому партнеру замечание, воспользуйтесь услугами посредника, особенно, если эти оно касается лица с высоким социальным статусом. С вопросами целесообразно обращаться лишь к руководителю делегации.[[54]](#footnote-55)

Переписку с китайским партнером рекомендуется вести как можно более оперативно. Промедление с ответами на их просьбы может ухудшить взаимоотношения между партнерами. Не стоит пропускать ритуалы и протокольные мероприятия, потому что общие пиры, приемы, фотографирования на память и другое создают ценный для китайских деловых людей «дух дружбы».

Китайцы очень гостеприимные люди. Если вас пригласят домой или в ресторан на обед, подготовьтесь к тому, что подадут не менее двадцати кушаний. Никто из собравшихся не имеет права начать есть, пока важнейшая персона не подаст знак. Категорически отказываться от еды нецелесообразно. Рекомендуется съесть хотя бы кусочек или несколько ложек, а остальные смешать на тарелке. В Китае популярной является и водка, и вино. Пьют, как правило, после тоста[[55]](#footnote-56). Напитки гостям нужно наливать до краев, иначе это будет расценено как неуважение. Бокал стоит держать в правой руке, поддерживая ее левой. Если подают суп, то это означит конец церемонии. В Китае первым из-за стола должен вставать гость.

Так, в деловой жизни Китая практикуется вручение подарков. Любое такое подношение должно происходить исключительно после заключения договоров. При этом подарки лучше делать не конкретному лицу, а всей фирме, потому что местные обычаи могут запрещать их принятие. Китайцы с благодарностью принимают небольшие сувениры. Не следует дарить часы, на китайском языке слова «часы» и «похороны» близкие по звучанию.

Как разновидность подарков или знаков уважения распространено дарить букеты цветов. Есть определенные правила его оформления: в нем не должно быть одновременно белых и синих цветов. Лучшее сочетание - это живые цветы разнообразных оттенков красного с декоративной зеленью. Количество цветов на торжествах должно быть парным.

На встречу с китайскими партнерами целесообразно одеваться скромно, отдавая преимущество темным тонам. Костюм с галстуком необходим лишь на официальных приемах, встречах и переговорах.

Вся рассмотренная выше информация для наглядности была систематизирована нами в таблицу (табл. 2).

Табл. 2 Основные компоненты и правила китайского делового этикета

|  |  |
| --- | --- |
| Компонент этикета | Правила китайского этикета |
| Организационные  Моменты | - недопустимы физические контакты;  - особое значение отводится предварительной подготовке к ведению переговоров, в рамках которой производится сбор информации о предмете обсуждения и партнерам по переговорам;  - необходимо формировать «дух дружбы»;  - большое значение придается деловому партнеру, имеющему высший статус (как официальному, так и не официальному); - нежелательным является демонстрация давления или недовольства. |
| Выбор (проверка) партнера | - долго выбирают и проверяют;  - основа выбора - рекомендации проверенных знакомых;  - сначала нужно узнать о личностях, которые руководят компанией, их репутацией и связями. |
| Ведение деловых переговоров | - тщательное выслушивание, желание понять позицию (аргументы партнера);  - решение принимается дома, после совещаний со своим руководством;  - всегда приезжает большая группа для принятия решений. |
| Подписание контракта | - готовность к уступкам (в конце), если они обоснованы. |
| Общие правила взаимодействие | - приоритет долгосрочным отношениям, перед сиюминутной выгодой; - в общении с партнером целесообразна сдержанность;  - деловую переписку следует осуществлять оперативно. |
| Правила поддержания отношений:  - подарки  - обеды | - подарки (подношения) допускаются и конкретному лицу, а всей фирме, но чаще последнее;  - преимущество отводится небольшим сувенирам или букетам цветов;  - пропуск ритуальных и протокольных мероприятий не рекомендуется;  - отказ от еды во время деловой встречи не целесообразен;  - первыми из-за стола встают гости. |

*Таким образом, проведенный анализ позволил выявить, что при взаимодействии с зарубежными партнерами китайские бизнесмены придают большое значение деловому этикету и правилам общения. По мере роста роли Китая в мировой экономике и развитию его международных контактов, происходит взаимопроникновение норм этикета. Важно, что нормы рационального ведения переговоров, разработанные в мировой практике, распространяются и на межличностные отношения среди китайского населения. Китай заимствует мировой курс на открытость отношений, применяет технологии поэтапного разрешения конфликтов.*

*При этом Китай сохраняет особенности своей этики и в международной сфере. Это проявляется в недопустимости физических контактов, иерархиезированности ведения переговоров, общем настрое на сохранение дружественных отношений, независимо от достигнутого результата.*

**2.2. Особенности внутрифирменных этики и этикета**

Как нами уже было выяснено, сам этикет является социальным и развивающимся. Приведем слова китайского ученого Аньли Фэньчжэ; «Этикет глубоко отмечен знаком времени и создан в ответ на социальные потребности, на изменения в процессе социального развития. Корпоративный этикет в современном обществе должен, естественно, отражать характер новую природы предприятий КНР, стать предметом постоянного совершенствования и обучения сотрудниками. Именно это делает его важной нормой корпоративного поведения[[56]](#footnote-57)».

Главная задача любой фирмы – добиться успеха в своей области. Для достижения этой цели все ее работники должны работать слаженно и эффективно, а руководитель должен знать ситуацию в коллективе. Этого можно добиться, если в коллективе существуют отношения взаимопомощи и взаимопонимания, как между коллегами, так и между руководителями и подчиненными. Добиться этого можно тогда, когда руководитель учитывает психологию и особенности менталитета китайских сотрудников.

В китайской деловой среде и обществе в целом основная функция этикета заключается в регулировании различных форм поведения. По словам одного из исследователей Rosker J.S., во внутрифирменной коммуникации люди влияют друг на друга, взаимодействуют и сотрудничают друг с другом. Если работники не следуют определенным стандартам этикета и правилам это затрудняет систему взаимодействия. Нормы этикета помогают людям понять, что нужно делать, а что нельзя, что способствует определению имиджа, уважению других и завоеванию дружбы.[[57]](#footnote-58)

Китайский «ли» или правила этикета - это своего рода информация, с помощью которой можно выразить чувства уважения, дружелюбия и искренности, заставить других чувствовать тепло. В деловой деятельности правильный этикет может обеспечить благосклонность и доверие другой стороны, а этим способствовать развитию дела.

Как межфирменный, так и внутрифирменный этикет, по словам Rosker J.S. проявляются в виде двух эмоциональных состояний: одно - эмоциональный резонанс, а другое - эмоциональное исключение. Этикет может легко привлечь друг к другу, укрепить отношения, привести к установлению и развитию хороших межличностных отношений. И наоборот, если не следовать ему, то ваше поведение будет рассматриваться как вульгарное. Это легко приведет к эмоциональному отторжению, вызовет напряженность в общении и создаст плохое впечатление на собеседника.[[58]](#footnote-59)

Как пишет Чен М.-Дж., соблюдение норм этикета работником создает его личный положительный имидж. Члены организации, следуя нормам этикета, формируют положительный имидж своей организации, повышают ее репутацию в глазах общества. Он является важным дополнением к конкуренции продуктов. Компания с хорошей репутацией и положительным имиджем легко завоевывает доверие и поддержку всех сторон в обществе, что особенно важно в условиях современной жесткой конкуренции.

У всего есть свои правила, и этикет взаимодействия внутри предприятий не является исключением[[59]](#footnote-60). Общая идея и правила этического стандарта предприятия являются выражением правильности и порядочности, отражая как разные культурные традиции, так и специфику конкретной ситуации. Одни и те же нормы будет приносить разные результаты в разных случаях, но один и тот же случай может иметь разные значения для разных людей, поэтому, чтобы оставаться непобедимым в сложной и постоянно меняющейся среде торгового центра, необходимо освоить основные принципы этикета. Рассмотрим их, ориентируясь на признанного авторитета Rosker J.S.

*Принцип уважения, вежливости и учтивости.* Как отмечает Менций,они являются эмоциональной основой этикета[[60]](#footnote-61). В нашем реальном обществе люди равны, уважают старших и заботятся о клиентах. Это – основа китайской культуры в целом и организационной культура предприятия, в частности. «Тот, кто уважает одного человека, всегда уважает его, тот, кто любит одного человека, всегда любит его», «Человек уважает меня, и я уважаю его». Добродетельный круг «ли» бесконечен в силу этого. Конечно, обращаться с уважением к другим – это проявление, прежде всего, собственного достоинства. Вы не должны проявлять лицемерие, не говоря уже о богатстве или гордости. Уважение к людям требует от человека соблюдения обычаев. Уважайте предпочтения и табу других. Короче говоря, уважение и дружелюбие являются важным принципом в отношениях между людьми.[[61]](#footnote-62)

*Принцип искренности.* Только следуя принципу искренности, сосредоточившись на будущем и благодаря долгому тонкому влиянию, можно получить конечную выгоду. Другими словами, деловые люди и предприятия должны дорожить своим имиджем и репутацией, они должны не только стремиться к совершенству внешнего форм проявления этикета, но и рассматривать его как искреннее выражение эмоций.

*Принцип скромности и смирения.* Он формирует гармонию в отношениях и означает быть добрым и спокойным. Скромность - это не только добродетель, но и важное условие социального успеха. Гоу Зию в книге «Убеждение» писал: «За обрядом и вежливостью может следовать способ речи, а затем за словом может следовать его причина, а затем слово может быть сказано о слове», то есть скромность воплощается в единстве поведения, речи и отношениях.[[62]](#footnote-63) Только тогда, когда вы вежливы, вы можете получить советы от других. Скромный, спокойный, сердечный, всегда готов выслушать мнения других людей. Своими эмоциональными качествами он привлекателен для окружающих, а его межличностные отношения глубоки и разнообразны. Конечно, смирение, которое мы здесь подчеркиваем, не означает чрезмерного подчинения, беспринципного компромисса и уступок. Более того, нельзя не признать, что чрезмерное смирение на самом деле является препятствием для общения, особенно в деловых отношениях с западными людьми. Неуверенная работа может заставить другого человека усомниться в ваших способностях[[63]](#footnote-64).

*Принцип толерантности, терпимости к другим людям.* Этот принцип в китайском понимании имеет два измерения: широту, что означает быть щедрым, и уместность, что воспринимается как умение быть совместимым. Терпимость должна быть естественной, непредубежденной, что означает умение думать за других, понимать их трудности, независимо от личных выгод и потерь. Оно основано на сильном чувстве самоконтроля. Китайская традиционная культура всегда придавала значение и поощряла моральный принцип терпимости, рассматривая его как одну из основных добродетелей жизни. Участие в предпринимательской деятельности также требует снисходительности по отношению к другим. Оно предполагает навыки преодоления конфликтов в коллективе и умение находить консенсус в межличностных спорах. В предпринимательской деятельности и внутри коллектива всегда имеется различие интересов и пониманий ситуации людьми, поэтому конфликты неизбежны. Следуя принципу терпимости, думая обо всем, заглядывая дальше, понимая других и заботясь о них, можно строить гармоничные взаимоотношения и разрешать возникающие споры, что обеспечит долгосрочные выгоды [[64]](#footnote-65).

*Принцип умеренности.* В межличностном общении нужно обращать внимание на социальную дистанцию ​​в различных ситуациях. Существует старая поговорка: «Дружба джентльмена легка, как вода, а дружба злодея сладка, как сокол». Это - не без причины. В межличностном общении понимание в коллективе является важным условием для установления хороших отношений. Если же вы плохо разбираетесь в эмоциональной шкале общения, не сохраняете умеренную дистанцию в межличностном общении, результаты будут контрпродуктивными [[65]](#footnote-66). Например, в общении вы должны быть вежливы, но не должны быть равнодушными. Вы должны быть энтузиастом и щедрым на дела и предложения, но вы не должны быть легкомысленным. Так называемая умеренность означает спокойные чувства, умеренный разговор и правильные манеры. Только так можно завоевать уважение другой стороны и достичь цели общения. Короче говоря, если вы овладеете и будете следовать нормам этикета, вы можете стать искренним, вежливым работником, которого уважают [[66]](#footnote-67).

Для управления китайским коллективом важно управлять человеком (жень), а не делами (ши). Дела зависят от человека в большей степени, чем человек от дел. Дела идут хорошо, когда человек хочет работать, оценивая результаты дела. О человеке надо судить не по его поступкам и речам, необходимо раскрыть его мысли и настроение, выяснить его чувства, отношения с другими работниками.

По словам Аньли Фэньчжэ, авторитета в сопоставлении норм китайского и мирового этикета, существует как минимум три главных ориентира в поведении и мыслях китайцев, работающих в коллективе: стремление к середине («чжунюн»), стремление к гармонии («хэсе») и чуткость («ганьин»). Умный руководитель должен их обязательно учитывать и знать, что каждое из этих понятий в жизни проявляется весьма вариативно, что связано с заложенными в них противоречиями[[67]](#footnote-68).

Стремление к середине, или учение «чжунюн», – это одна из основ конфуцианства. Так как именно оно сыграло ведущую роль в формировании социального поведения китайцев, его влияние надо постоянно учитывать. Суть этого понятия можно выразить в нескольких словах: «ничто не должно быть чрезмерным», «все крайности нарушают гармонию в обществе».

Соответственно, руководитель должен придерживаться середины - не должен быть слишком строгим или слишком покладистым, не должен слишком хвалить кого-либо из своих сотрудников или слишком его ругать, слишком приближать или удалять от себя кого-либо. Он должен думать, когда следует сделать замечание или похвалить работника при всех, а когда это надо сделать с глазу на глаз.

Принцип «держись середины» касается и поведения подчиненных: никто из них не будет стремиться прослыть очень плохим или очень хорошим. Эта мысль выражена в известной народной мудрости, гласящей, что первая птица получает первую пулю, что «человек боится прославиться, а свинья боится растолстеть». В китайском коллективе не надо рассчитывать на то, что кто-то из сотрудников, даже очень способный, захочет взять на себя решение важных вопросов или какую-то ответственность и тем самым стать птицей, которая летит впереди[[68]](#footnote-69).

Способный человек будет осторожен и осмотрителен, он боится «быть вне главного потока» («不在主流之列») и вызвать хаос («造成混乱»). Конфуций говорил о том, что «благородный муж должен хранить таланты в себе, и действовать, когда придет время» («君子藏器于身，待时而动»).

Но, с другой стороны, надо ясно осознавать, что любой китайский работник не склонен считать себя бесталанным, не способным выделиться из общей массы. Он также не намерен слепо подчиняться, а в душе он очень самостоятелен («цзычжу») и считает себя достаточно умным, чтобы самому стать руководителем. У каждого человека на все есть своя точка зрения, которую он, однако, обычно открыто не высказывает[[69]](#footnote-70).

Китайцы очень чутки к похвале и к критике. Разумная похвала может поощрить к активной и добросовестной работе, к стремлению «проявить себя» («证明自己»), а неразумная может вызвать «головокружение от успеха» или, как говорят китайцы, он может «задрать хвост» («翘尾巴») и выйти из-под контроля. Разумная критика может подсказать, как исправить ошибки, а неразумная - погасить энтузиазм или даже вызвать озлобленность. Поэтому руководителю необходимо периодически беседовать с работниками с глазу на глаз, в меру их хвалить и в меру ругать[[70]](#footnote-71).

Самое главное для начальника - выявить потенциал каждого работника, дать ему работу и вознаграждать его по заслугам («гунли»). Для того, чтобы подчиненный смог реализовать свои способности, он должен чувствовать не только уважение начальства, но и «свою безопасность» («自己的安全»).

Чтобы подчиненные хорошо работали, необходимо завоевать их симпатии или, как говорят китайцы, «получить сердце» («дэ синь»), поэтому умный начальник заботится о создании условий эмоционального комфорта, ощущения большой семьи, где он – старший брат, заботящийся о младших. Требования дисциплины и порядка он предваряет налаживанием отношений на уровне чувств («ганьцин»), добивается, чтобы эти чувства работника были направлены и по отношению к руководителю, и к фирме, и к коллективу. Только через чувства он взывает к логике («и цин жу ли»). В этом случае работнику будет «неудобно» («бу хао исы») обмануть, не оправдать доверие или относиться к работе нерадиво[[71]](#footnote-72)

Одна из самых больших опасностей для коллектива появление зависти, или, как образно называют ее китайцы, «болезнь красных глаз» («红眼病»). Против способного человека могут ополчиться другие и, создав невыносимые условия для его работы, заставить его уйти. Другая опасность состоит в том, что работник может считать, что его не ценят («кань бу ци»). Это также может привести к потере ценного работника. Каждый член китайского коллектива очень ревностно относится к своему «лицу», т.е. к тому уважают его или нет. Китайский менталитет не позволяет прощать то, что связано с «потерей лица» («丢脸»). «Лицо» в Китае – это аналог чести. Китайцы говорят, когда дерешься не бей по лицу, когда ругаешься, не тыкай пальцем в лицо (жест, когда при выяснении отношений пальцем показывают на лицо противника, считается оскорбительным)[[72]](#footnote-73).

Для того, чтобы вовремя принять необходимые меры против плохих сотрудников, руководитель должен быть очень чутким. Все китайцы очень внимательны к малейшим изменениям ситуации, к деталям в поведении других людей, к их словам. На фоне своих подчиненных руководитель должен быть особенно чутким. Необходимость развивать это качество диктуется тем, что в Китае многое не принято говорить прямо, следует скрывать свои мысли.

Китаец не будет говорить прямо о том, что его действительно волнует, он может говорить много, но не прямо. Он боится предоставить возможность другому узнать что-либо, что можно использовать для дальнейшего манипулирования («чжуачжу бабин»). Китаец склонен рассматривать собеседника, как потенциального противника. Причем каждый человек воспринимается не индивидуально, а как член какой-то группы, у него есть фон («бэйцзин»), состоящий из круга его знакомых, друзей родственников. Все сказанное может стать достоянием не только одного человека, но всех тех, с кем он общается, а среди них может оказаться и прямой недруг говорящего.[[73]](#footnote-74) Умный руководитель, наблюдает не только за подчиненным, но и за кругом лиц, с которыми тот общается. Недосказанность и сохранение «запасного пространства» («备用空间») для возможности маневра в общении всегда присутствует в общении между китайцами. Руководитель никогда не скажет ничего лишнего своему подчиненному, но в то же время, не рассчитывая на полную откровенность, внимательно анализирует слова подчиненных и чутко реагирует на малейшие намеки и подтексты.[[74]](#footnote-75)

Когда китайцы хотят успокоить собеседника, ему говорят «не думай много» («不要想太多»), имея в виду, что не надо подозревать собеседника и искать в его словах или поступках какой-то скрытый отрицательный смысл. Тем не менее, подчиненные все равно будут «много думать», то есть анализировать и выискивать мельчайшие признаки возможной невыгодной для них ситуации. Как говорится, надо «жить в безопасности, но думать об опасности» («居安思危»).[[75]](#footnote-76)

Лао-цзы говорил, что «надо делать, пока ничего нет, надо приводить в порядок, пока не наступил хаос» («为之于未有，治之于未乱»). А Сунь-цзы учил: «Знай себя, знай других, и ты не проиграешь ни одного из ста сражений» («知己知彼 百战不殆»).

Представленные в рамках данного параграфа сведения были систематизированы нами в следующую таблицу (табл. 3).

Табл. 3. Особенности внутрифирменного делового этикета в китайских компаниях

|  |  |
| --- | --- |
| Компонент этикета | Правила китайского этикета |
| Общение между работниками внутри компании | - уважение старших и забота о клиентах;  - недопустимость проявления лицемерия и гордости;  - скромность и вежливость – условия социального успеха в компании;  - стремление к середине (любые крайности по мнению китайцев нарушают гармонию). |
| Взаимодействие начальника и подчиненных | - выявление потенциала каждого работника;  - чуткость и вознаграждение по заслугам;  - для улучшения микроклимата коллектива руководитель должен «получить сердце» и завоевать симпатию со стороны работников. |

*Таким образом, проведенный анализ позволяет сказать о том, что на сегодняшний день в китайских компаниях сформирована своя внутрифирменная стратегия поведения, сложились свои правила взаимодействия. Среди них можно выделить* *как минимум три главных ориентира в поведении и мыслях китайцев, работающих в коллективе (базовые этические приницпы): стремление к середине («чжунюн»), стремление к гармонии («хэсе») и чуткость («ганьин»). Умный руководитель должен их обязательно учитывать и знать, что каждое из этих понятий в жизни проявляется весьма вариативно, что связано с заложенными в них противоречиями. Нормы этики реализуются в следующих принципах поведения, которые являются основополагающими в Китае: уважение, искренность, скромность, толерантность и умеренность.*

**ГЛАВА 3. ПРОЯВЛЕНИЕ НОРМ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ)**

**3.1. Сайты компаний как современное поле воплощение делового этикета**

Корпоративные порталы есть у всех предприятий в КНР. Они стали продолжением коммуникационной сети в обществе, объединив потоки информации между предприятием и его коллективом, покупателями, региональными и национальными властями, всем обществом. Веб-сайты стали серьезным маркетинговым инструментом бизнеса, организуя рекламу предприятию и его продукции. Они являются носителями идей Public и Government relations, в первом случае информируя население о своей деятельности и приглашая претендентов на вакантные места, во-втором – распространяя информацию о новых правительственных задачах и своем участии в них. Все сайты одержат опции обратной связи, позволяющие каждому задать вопрос администрации предприятия, пожаловаться на качество продукции. Иначе говоря, это - полноценное электронное представительство компании или фирмы, помогающее значительно расширить рынок, увеличить объемы продаж, а также повысить узнаваемость бренда.[[76]](#footnote-77)

Полноценный корпоративный сайт представляет собой информационный портал, на котором пользователи могут получить все интересующие их сведения о предоставляемых компанией услугах или товарах. Одной из его целей является привлечение новых целевых клиентов с помощью, проводимой в сети рекламной кампании, которая, в отличие от обычной рекламы, не потребует непомерного рекламного бюджета. Его достоинством является его доступность для заинтересованных пользователей практически из любой точки земного шара.

Сегодня Интернет - это первое место, куда большинство людей приходят, когда ищут новый продукт или услугу. Онлайн поиски/исследования стали неотъемлемой частью процесса покупки; и внешний вид, качество и эффективность онлайн-портала бизнеса стали ключевыми факторами, влияющими на принятие решений. Веб-сайт является наиболее мощным средством коммуникации и маркетинга, доступным бизнесу, он постоянно, без перерыва информирует о вашей компании, выступая «стойкой регистрации» для сделок, представительством кадровых служб, отдела маркетинга,

Бурдак В.И. следующим образом выявляет пять основных причин, делающих сайт важной инвестицией в бизнес[[77]](#footnote-78).

1) Веб-сайт является отражением вашего имиджа, это ваш интернет-магазин. Это первое место, куда потенциальные клиенты пойдут, чтобы высказать свое мнение о вас и вашем бизнесе. Если пользовательский интерфейс современный, профессиональный и производит хорошее первое впечатление, у этих посетителей будет больше шансов на конвертацию.

2) Веб-сайт - это способ on-line продажи, благодаря ему вы предоставляете потребителям круглосуточный доступ к вашим продуктам или услугам.

3) Веб-сайт может помогает предприятиям оставаться на вершине конкуренции, информируя всех о нем и его уникальности.

4) Онлайн портал может создать впечатление, что ваша компания крупнее и успешнее, чем есть на самом деле. Это также является непосредственным способом продвижения новостей и предложений для международной аудитории. Думая нестандартно с точки зрения вашего сайта, можно использовать эту платформу как способ построения интегрированной и успешной стратегии связи.

5) Ваш сайт позволяет клиентам связываться с представителями компании. Проще говоря, веб-сайт представляет собой не только визуальное представление ваших продуктов или услуг; это также один из самых удобных способов для ваших клиентов связаться с компанией. Независимо от того, используете ли вы онлайн-форму или просто добавляете контактную информацию, возможность напрямую связаться с вами помогает наладить отношения с клиентами и повысить их доверие.

Многие компании общаются с клиентами через Интернет, используя разделы электронной почты, текстовых сообщений и «часто задаваемые вопросы» на корпоративных сайтах. Несмотря на то, что обмен информацией менее личный, онлайн общение обычно быстрее и эффективнее. Предприятия также могут использовать видеоконференции и потоковые видео-формы общения, особенно когда имеешь дело с бизнес-клиентами.

Многие современные компании организуют общение через форумы социальных сетей, такие как Facebook, Twitter и LinkedIn, WeChat, QQ, QZone, что позволяют мгновенно взаимодействовать между бизнесом и потребителем. Предприятия используют эти форумы для проведения конкурсов, объявления о специальных предложениях и привлечения трафика на веб-сайты своих компаний.

С целью выявления форм реализации требований этикета на сайте нами был проанализирован сайт одной компании. Его подробное описание приведено в Приложении 2. Для проведения исследования была разработана программа (см. Приложение 1).

Целью исследования было выявление требований к сайтам как носителю норм этики и этикета, а задачами – выявление порталов, где они (нормы этики и этикета) имеют место, описание этих норм этикета, выявление их особенностей как носителей китайских деловых и культурных традиций. Для анализа была выбрана компания Hengda группа «恒大集团» («Hengda Real Estate Group»).

Опишем результаты нашего исследования сайта в соответствии с поставленной целью и задачами.

1) Главная страница сайта представлена последними новостями компании, а также такими разделами, как – новости предприятия, общественные новости и внимание СМИ. Он постоянно обновляется, в рамках него фиксируются последние новости, происходящие в деятельности компании.

В частности, на текущий момент времени на главной странице сайта представлен новостная информация о том, что «*Evergrande проводит конференцию, посвященную годовому отчету за 2019 год и призывает всех ознакомиться с новой стратегий компании».*

В качестве общественных новостей представлена следующая информация: *«30 марта Evergrande Health (HK.0708) опубликовала результаты за весь 2019 год в онлайн-трансляции. За отчетный период основные показатели компании достигли стабильного роста, в том числе объем продаж составил 8,87 млрд. юаней (включая потребление на 8,21 млрд.юаней), увеличившись на 156,4% в годовом исчислении, оборот составил 5,64 млрд. юаней, увеличившись на 8% в годовом исчислении».*

Внимание СМИ на главной странице веб-сайта привлекается следующей информацией: *«Нынешняя международная ситуация по профилактике и борьбе с эпидемиями становится все более серьезной: Китай сотрудничает с миром в борьбе с новой эпидемией коронарной пневмонии. В рамках единого направления иностранной помощи государством, Китайский Красный Крест направил несколько групп медицинских экспертов в Италию, например, в страны с тяжелыми эпидемиями, для проведения профилактики и лечения. 23 марта корреспондент узнал с официального сайта Общества Красного Креста Китая, что Evergrande подал в…».*

Оценивая первую страницу, можно сказать о том, что ее информация предназначена главным образом для рекламирования компании, а также отражает включенность компании в национальные успехи и проблемы. Это обязательное требование сайтов предприятия любой страны. В обязанности китайских предприятии входит еще и контроль за корректность информацией. В рамках новостного блока веб-сайта компании никогда не представляется информация, которая так или иначе неэтичным образом порочит конкурентов. Маркетологи компании приводят только честные и проверенные сведения, сравнительно-сопоставительные данные.

Соблюдение норм этикета в рамках новостного раздела веб-сайта прослеживается еще и в том, как именно происходит обращение к посетителям сайта, его зарубежным адресатам. Известно, что обращение является обязательным и ключевым элементом следования компанией нормам этики и правилам этикета. В рамках новостного раздела не представлено какой-либо информации, которая так или иначе может нанести вред другим людям, используются исключительно сведения, которые предназначены для свободного использования.

Помимо новостной сетки, сайт содержит следующие блоки информации о предприятии: «о компании», «продукция компании».

Раздел сайта «О компании» содержит в своем составе такие сведения, как вступительное слово президента компании, профиль компании, управленческая команда, стратегии развития, история развития компании, корпоративная культура. Здесь представлена информация о профиле компании *«Hengda Group», включая недвижимость, инвестиционные и благотворительные проекты.* Данный раздел является визитной карточкой компании и составляет основу соблюдения ею норм делового этикета. Описание деятельности компании соответствует всем нормам создания текстов и не предполагает присвоение чужой интеллектуальной собственности.

В разделе «продукция компании» содержится информация по таким составляющим, как - недвижимость, путешествия\туризм, здоровье, хай-тек, страхование. Известно, что компания не приветствует любого рода «спам» и не делает рассылку для своих клиентов без наличия веской необходимости. Это также является одним из показателей соблюдения компанией норм этикета, поскольку, как известно, информация, рассылаемая подобным образом посредством почтовых писем, не заслуживает доверия.

Наибольший интерес для нашего исследования представляет портал «Социальная ответственность», который представлен такими блоками, как публичная философия, отчет по борьбе с бедностью, благотворительные пожертвования, развитие спорта.

В рамках портала очерчены основы публичной философии предприятия, которой оно придерживается и отмечается, что в рамках борьбы с эпидемией коронавирусной инфекции компания активно способствует деятельности китайского Красного Креста, оказывает финансовую помощь клиникам и содействует борьбе с коронавирусной пандемией на международном уровне.

Следует отметить, что в рамках данного раздела представлен отчет по борьбе с бедностью, который является одним из элементов проявления этического поведения компании, а также сведения, относительно благотворительных пожертвований. В частности, еще в начале марта в соответствии с решением руководства компании и тесным сотрудничеством с китайской организацией Красный Крест, было направлено несколько групп медицинских экспертов в Италию.

Раздел «человеческие ресурсы» описывает особенности управления деловой карьерой в компании, принципа отбора наиболее талантливых сотрудников, правила продвижения по карьерной лестнице, обозначены направления обучения наиболее перспективных и талантливых работников и тому подобные сведения.

В рамках раздела «отношения с инвесторами» очерчены такие вопросы, как: информация об инвесторах, корпоративное управление, годовой отчет / промежуточный отчет, объявления и уведомления, информация для акционеров, пресс-релиз.

*Таким образом, в результате проведенного анализа веб-сайта компании мы можем сказать о том, что исследуемая китайская корпорация «Hengda Group» следует четко продуманной этической политике. Сайт в полно мере по своей структуре и основным разделам соответствует национальным нормам. Он однозначно акцентирует внимание на проблемах страны как обязательном фоне деятельности компании, раскрывая, в первую очередь, национальные новости и проявления участия компании в их разрешении.*

*Наличие закрытых сайтов и личных кабинетов регулирует принцип закрытости личностной информации.*

*В качестве основных этических принципов, которые придерживается китайская компания в рамках своего веб-сайта, можно отметить, принцип доверия, достоверности, постоянного развития, скромности, уважения и тому подобные.*

**3.2. Знание студентами СПБГУ норм делового этикета (по материалам фокус-групп)**

С целью выяснения действенности норм делового этикета в организации (для примера был взят СПбГУ, где мы проходим обучение) нами было проведено прикладное исследование. Оно проводилось методом фокус-групп в специальной аудитории (№ 105) на факультете социологии в течение ноября – декабря 2019 года. Было проведено 3 фокус группы одна с китайскими и две с российскими студентами (их протоколы и программа приведены в приложении).

*Актуальность* проводимого исследования связана с тем, что знание современными китайскими и российскими студентами основ н норм делового этикета представляет важность в плане их дальнейшего становления, как культурного и профессионального роста

*Основной целью* проводимого исследования стало выяснение знания современными российскими и китайскими студентами норм делового (студенческого) этикета.

Перед исследованием были выдвинуты две частные задачи:

1. Выяснение знания российскими и китайскими студентами норм этикета (деловых моделей поведения);
2. Выявление особенностей российских и китайских норм на основании сравнения ответов студентов.

Для проведения исследования нами было составлено шесть ключевых блоков вопросов, отражающих структуру норм этикета:

* правила (формы) приветствия преподавателей и студентов;
* правила (формы) приветствия, складывающиеся между студентами;
* нормы этикета при проведении занятий: требования вставать при начале занятия, возможность/необходимость высказать благодарность преподавателю,
* подарки и совместные мероприятия,
* особенности оказания взаимопомощи между студентами;
* особенности общения между русскими и китайскими студентами.

Опишем полученные итоги в соответствие с выделенными блоками,

оценивая в каждом результаты по первой и второй задаче, т.е. проявления норм этикета и особенности их реализации в понимании китайских и российских студентов.

В целом, систематизируя ответы по первому блоку вопросов можно составить следующую таблицу (табл. 4).

Табл. 4 Систематизация ответов по первому блоку вопросов полученных

от китайских и русских студентов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вопрос** | **Ответы китайских студентов** | **Ответы русских студентов** |
| - Расскажите, как принято здороваться с преподавателями в СПбГУ? | - я всегда использую «вы»;  - я не здороваюсь с незнакомыми преподавателями;  - я киваю и говорю «здравствуйте» всем преподавателям;  - я здороваюсь со всеми преподавателями;  - здороваюсь и называю имя и отчество преподавателя; | - я здороваюсь, могу назвать имя преподавателя, если оно мне знакомо;  - всегда здороваюсь с преподавателем, даже если встречаю его просто на улице;  - всегда здороваюсь с преподавателями, некоторые из них также могут пожать мне руку;  - все зависит от самого преподавателя и кафедры, на которой он работает.  - я всегда использую исключительно простые приемы, говорю «здравствуйте», называю имя и отчество; |

В целом, проведенный анализ показал, что все студенты университета знают и склонны соблюдать правила приветствия. Они с удовольствием отвечали на этот вопрос, сравнивая свой ответ с ответами одногруппников, что говорит о заинтересованности в тематике. Студенты СПбГУ всегда здороваются с преподавателями, которых знают лично и которые ведут у них те или иные предметы. При этом русские студенты, наверное, потому что лучше узнают преподавателей среди населения, здороваются с ними и вне стен университета. Китайские студенты не смогли ответить на этот вопрос, возможно еще и потому, что их активность вне университета меньше и в основном связана с местами китайского присутствия, где вероятность встретить русского преподаватели мала. Уточним, что ответов русских студентов приводится больше, потому, что и русских участников фокус-групп было в 2 раза больше.

На основании анализа ответов по блоку 2 (правила приветствия, складывающиеся между студентами) была составлена табл. 5.

Табл. 5 Систематизация ответов по второму блоку вопросу в группах

китайских и русских студентов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вопрос | Ответы китайских студентов | Ответы русских студентов |
| - Расскажите, как принято в России здороваться между студентами? | - не обниматься, просто говорить «привет»;  - парни иногда могут ударять друг друга по плечам, в качестве знака приветствия;  - принято махать руками;  - могу сказать «привет» и обнять человека, если мы хорошо знакомы. | - всегда говорю «привет» или «здравствуй»;  - иногда могу протянуть руку для приветствия;  - всегда целую при встрече, но только, если это действительно мой близкий друг.  - целоваться принято только между девочками; |

В ходе опросов было выяснено, что во время обучения в российском вузе китайские и русские студенты чаще всего склонны здороваться друг с другом, говоря «привет». Какие-либо касания не являются особо распространенной практикой и допустимы только, если люди хорошо знакомы друг с другом. Эта практика присуща и китайским, и русским студентам, хотя русские студенты, отмечали, что учась в других вузах (ранее), они здоровались теплее, что могло отражать либо то, что они были моложе, либо что лучше знали друг друга из-за более длительного срока совместной учебы.

Ответы по третьему блоку представлены в таблице 6.

Табл. 6 Систематизация ответов по третьему блоку вопросов (нормы этикета при проведении занятий) в группах китайских и русских студентов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вопросы** | **Ответы китайских студентов** | **Ответы русских студентов** |
| - Встаете ли Вы, чтобы приветствовать преподавателя? | - делали это только в начальной школе;  - в школе нам сам преподаватель говорил вставать.  - автоматически делаю это;  - да, всегда встаю;  - в школе делал этого, но в вузе нет. | - в школе всегда вставал, потому что нас ругали, если мы этого не делали, а в университете не встаю;  - если преподаватель встает и говорит, что нужно поздороваться, то тогда и мы все встаем. |
| - Говорите ли вы преподавателю «спасибо» после проведенного занятия? | - нет, мы не имеем такой возможности;  - в России всегда говорим «спасибо»;  - в российских вузах говорим «до свидания»;  - если не говорить «спасибо», то это считается признаком невежливости. | - это не обязательно, но всегда принято говорить «до свидания»;  - да, иногда мы всей группой хором говорим преподавателю «спасибо»;  - у нас нет такого обязательного регламента, мы всегда поддерживаем искренность, поэтому, если это исходит от самого сердца, то в таком случае мы выражаем благодарность;  - да, иногда я автоматически могу поблагодарить преподавателя;  - да, я считаю, что выражать благодарность это является нормой и традицией;  - да, конечно, мы обязательно благодарим своих преподавателей за проведенное занятие. |

Общая для всех практика: студенты не встают при начале занятий, чтобы поприветствовать преподавателя. Такая практика в обеих странах была принята в школе, но не используется в вузе, по крайней мере, в СПбГУ. Все студенты прощаются, уходя с занятия. Как правило, это делается либо словами «до свидания», либо «спасибо» преподавателю. Китайские студенты могут промолчать, что объясняется либо усталостью (они устают от занятий больше), либо неумением высказать свои ощущения по-русски. Русские студенты предложили более дифференцированные ответы: они благодарят тогда, когда действительно было очень интересно, а также, когда они подходили за особыми разъяснениями после занятия. Иногда группа говорит вместе «спасибо», иногда слова «до свидания» произносятся в ответ на слова преподавателя.

Ответы по четвертому блоку вопросов (о подарках) представлены в таблице 7.

Табл.7. Систематизация ответов китайских и русских студентов по вопросам о подарках преподавателям и друг другу.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вопросы** | **Ответы китайских студентов** | **Ответы русских студентов** |
| Принято ли в  Китае делать подарки преподавателям | - я всегда дарю подарки учителям;  - да, это как выразить «спасибо» учителю;  - наши учителя тоже могут покупать подарки для учеников;  - в китайских вузах не принята такая практика, потому что важна объективная оценка преподавателя.  -да, мы всегда делали подарки в школе на праздники,  - нет, но я понимаю, что с нами преподавателям сложнее и работы больше,  Я не знаю, но стараюсь всегда привезти что0нибудь из Китая в надежде на особое внимание | 1. Это принято в   провинциальных вузах, хотя и не только в них, причем, как рассказывают друзья, часто по настойчивости и размерам запроса преподавателей можно говорить уже не о подарках, а о взятках.  - да, такая практика распространена, и многие преподаватели даже сами говорят о том, какие подарки нужно дарить;  - да, мы собираем всей группой деньги и покупаем преподавателям подарки.  - я проучилась в СПбГУ уже 5 лет и, если мы и дарили подарочки, то по собственному желанию, хотя я и избегала этого.  -не помню случая, чтобы мы делали группой подарки в СПбГУ  -мы еще на первом курсе, поэтому об СПбГУ судить не могу, в другом вузе мы группой собирали деньги на подарок в конце обучения.  - да, принято дарить цветы преподавателям;  - да, мы соблюдаем этот ритуал с подарками для преподавателей. |
| - Дарите ли вы подарки друг другу? | - все зависит от человека;  - когда меня приглашают на день рождения – я дарю подарок. | - все по –разному |

Ответы по данному вопросу как ни по какому другому различались разбросом ответов. Было выяснено, что китайские студенты традиционно должны воздерживаться от практики дарить учителям подарки, поскольку это может повлиять на объективность их оценивания, хотя все стараются это сделать, понимая, что преподавателю работать с ними сложнее.

Русские студенты описывали негативный опыт своего (друзей) обучения, рассказывали уже не о подарках а о реальном проявлении коррупции. При этом все студенты из СПбГУ признавались, что, если и делают подарки то мелкие, чаще всего – цветы, причем делают это добровольно и из благодарности.

Выяснено, что китайские студенты склонны дарить подарки друг другу, но с определенными условиями – если празднование какого-либо события осуществляется вместе или если человек хорошо им знаком. Российские студенты не восприняли вопрос с интересом и не стали на него отвечать.

Табл.8 Ответы о допустимости помощи в ходе обучения (на экзаменых) (блок 5)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вопросы | Ответы китайских студентов | Ответы русских студентов |
| - Как осуществляется взаимопомощь студентов в процессе проведения занятий, особенно на зачетах или экзаменах | - я всегда помогаю своим однокурсникам;  - я помогаю всегда, потому что надеюсь, что кто-то в дальнейшем поможем и мне;  - помощь всегда оказывается на взаимной основе;  - мы используем специальные жесты для помощи друг другу. | - конечно, мы всегда помогаем друг другу;  - да, мы помогаем друг другу и это отличный повод познакомиться поближе;  - в целом, помогать друг другу нельзя, но в некоторых случаях мы пренебрегаем этим правилом;  - я никогда не помогаю никому списывать;  - да, мы меняемся друг с другом ответами.  да, в нашей группе принято помогать друг другу;  - нет, не помогаем, потому что боятся наказания или конкуренции;  - нет, какая-либо помощь запрещена. |

Ответы показали одновременно две тенденции: готовность помочь другим студентам и страх перед наказанием. Студенты понимают важность зачета как проверочной технологии, поэтому осознавали, что такая помощь не всегда оправдана. Другие формы взаимодействия студенты не отметили.

Табл.9 Систематизация ответов об особенности общения между русскими и китайскими студентами

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вопросы** | | | **Ответы китайских студентов** | **Ответы русских студентов** | |
| - Принято ли в вашей группе организовывать какие-то совместные мероприятия? | | | - нет, хотя возможно мы еще не познакомились, поскольку вместе учимся только 3-4 месяца,  - нет я больше общаюсь с китайскими студентами, хотя русские студенты, если их спросить, никогда в помощи не отказывают | - да, принято, эти мероприятия очень полезны особенно для иностранных студентов;  - нет, в нашей группе такие ритуалы отсутствуют.  - да, мы бы может и хотели что-то подобное организовать и посетить, но очень устаем;  - да, конечно, мы, например, может по какому-либо поводу собраться и всей группой посетить бар. | |
| - принято ли организовывать совместные мероприятия после окончания обучения (в группе или даже с преподавателями) | | | В Китае праздничный обед (в ресторане) практикуется, но не в России. | - да, такая практика распространена, и многие преподаватели даже сами говорят о том, какие подарки нужно дарить;  - да, мы собираем всей группой деньги и покупаем преподавателям подарки. | |
| - Есть ли у вас практика собираться с учителями и студентами после выпуска из вуза? | - мы много раз собирались вместе;  - с учителями – мало, с однокурсниками чаще. | | - иногда во время экзаменов мы можем устраивать банкет для преподавателей;  - среди некоторых преподавателей такая практика запрещена и мы можем дарить им только воду во время банкета. |

Этот блок вопросов не вызвал обсуждения, возможно потому что студенты еще плохо знают друг друга, они не сдавали вместе не одной сессии, поэтому и отмечать особо им пока не чего. Российские студенты отметили, что они могут вместе куда-нибудь сходить и единственное препятствие к этому – наличие свободного времени. Китайские студенты в силу языкового барьера предпочитают общаться «в своей среде».

Обобщая сказанное и подводя итог исследованию, нельзя не отметить, что вопросы этикета и правил поведения обсуждались с интересом. Студенты с интересам и отвечали на вопросы, и слушали ответы других. В любом случае, они выразили важные современные тенденции общения: толерантность, скромность, уважение к другим, готовность поблагодарить и нежелание создавать конфликтные ситуации.

В целом исследование показало, что общего в поведении студентов гораздо больше, чем отличий. Думается, что китайские студенты скромнее и сдержаннее: они помнят о необходимости «держать лицо» и практически не расслабляются в проявлениях эмоций. Русские студенты ведут себя более раскованно, ориентируясь на свободу желаний (в ограниченных пределах).

Еще одно отличие заключается в том, что китайские студенты всячески отрицают практику дарить подарки, хотя сами стараются это сделать в надежде на более благосклонное к себе отношение. Русские студенты довольно часто дарят преподавателям подарки и считают разумным дарить цветы к праздникам.

В ходе исследования было выяснено, что как среди китайских, так и среди русских студентов скорее не принято собираться после окончания сессии, экзамена или выпуска вместе с группой и преподавателями для совместного времяпровождения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, по результатам проведенного диссертационного исследования можно сделать следующие выводы:

Этикет является одним из ярко выраженных феноменов культуры, обогащающей и регулирующей человеческое общение. Роль этикета в обществе всегда была большой, что подтверждается его длительной исторической и социальной эволюцией, функциями в обществе, многоплановой структурой, разнообразными видами и формами. Традиционно под этикетом принято понимать установленные нормы поведения и правила вежливости, бытующие в рамках определенного общества.

Роль этикета осознавалась уже основоположниками социологической науки: О. Контом, Г. Спенсером, Э. Дюркгеймом, которые рассматривали их как факторы формирования общности. Самостоятельное системное их изучение осуществили Н. Элиас, Э. Гофман, Э.Я. Соловьев, А.Я, Кабанов и другие.

Выяснено, что следует отличать нормы этики и этикета. Этика – это нормы поведения, основанные на морали/нравственности. Она предполагает не конкретные правила, а принципы поведения, что традиционно включает в себя скромность, умеренность, уважение к общим ценностям, а не своим личным интересам, почитание старших. Различают этику поведения и этику управления. Первое предполагает моральные ценности, которым должен следовать каждый, вторые – руководители.

Китайская нация является одним из мест рождения человеческой цивилизации и всемирно известным государством этикета. Оно имеет долгую историю как источник и субстрат китайской культуры. Все известные философы древности уделили внимание нормам этики, этикета и ритуалам, как части национальной культуры, направленной на сохранение существующего государственного устройство через традиционные нормы поведения и поддержания порядка в обществе. Изучение работ Конфуция «Уроки мудрости» «Ли Цзи» и других, до сих пор остается важной частью учебного процесса в школах и вузах. При этом современные исследователи признают, что эти учения настраивали китайское население на подчинения, воспитывали у людей готовность к послушанию во имя национальных и групповых интересов.

Изучение норм современного делового этикета в Китае только начинается. Пока китайские корпорации, стремясь к захвату отечественного и мирового рынка, не склонны уделять достаточно внимания корпоративной культуре, хотя нормы этикета естественным образом и сохраняются. Китайские исследователи систематизировали виды этикета и формы его проявления. Они выявили особенности поведения китайских руководителей, как на международном уровне, так и применительно к межфирменным коммуникациям внутри страны. При этом современные формы взаимодействия: on-line коммуникация, свобода самовыражения, свойственная рынку, еще не стали предметами научного обсуждения.

Этика управления являет собой сложное многоплановое и многоаспектное явление. Она призвана, сохраняя роль руководителя как центра организации, обеспечить для каждого работника сопричастность к предприятию, где он работает. Сложности этики управления в Китае признаются и формируются правилами «сохранения лица». Любой руководитель должен «сохранять свое лицо» и «беречь лицо своих подчиненных», для чего выработаны особые нормы этикета взаимодействия руководителя и подчиненного, описанные нами в работе.

Международные, межфирменные и внутрифирменные деловые отношения требуют, чтобы в них существовал и развивался деловой этикет, который является гарантом минимизации конфликтов и поддержания порядка. Его соблюдение обязательно, а их знание является одним из проявлений культуры и профессиональных навыков практикующих специалистов.

В современных китайских межфирменных коммуникациях этикет представляет высокую роль и ценность. Он, прежде всего, улучшает коммуникативные способности людей и регулирует отношения людей друг с другом. Основными современными принципами управленческого этикета являются следующие принцип уважения, вежливости, учтивости, искренности, скромности и смирения, толерантности, умеренности.

С целью выяснения действенности норм делового этикета в организации нами было проведено 2 прикладных исследования. Первое – было построено на изучении сайта китайской компании. Оно показало, что нормы этикета, как обязательные требования к сайту, в нем присутствуют.

Как отражение норм этикета, все китайские сайты имеют тенденцию к одинаковой структуре. На основной странице они содержат новостную информацию, включая пробки, описание экологической ситуации и др., отдавая этим дань интересам населения. Обязательным и особо значимым элементом начального портала предприятия являются новости страны, документы партии и правительства. Его оформление соответствует обозначенным нормам управленческой этики: оно понятно, скромно по форме, умеренно по обещаниям, искренно по манере изложения.

Нами были выявлены также некоторые отличительные особенности китайских сайтов: наличие порталов, раскрывающих роль Китая в экономике мира, значение КПК и правительства как стержней управления (1), сочетание рекламного подхода с постулатами классического этикета, присущих в межличностном общении (2). Сайты компаний отражают сочетают особую цветовую яркость в оформлении как отражение китайских традиций, но в рамках допустимого (3).

Второе исследование проводилось методом фокус-групп на факультете социологии. Было проведено 3 фокус группы: одна с китайскими и две с российскими студентами. Основной целью проводимого исследования стало выяснение знания современными российскими и китайскими студентами норм делового (студенческого) этикета, а также сравнение правил поведения, принятых китайскими и русскими студентами.

Исследование проводилось по шести тематическим блокам, отражающим нормы этикета в поведении студентов. В ходе его анализа были выявлено, что в современной китайской и русской культуре знание студентами деловых норм и правил отличается, но не значительно.

Думается, что китайские студенты скромнее и сдержаннее: они помнят о необходимости «держать лицо» и практически не расслабляются в проявлениях эмоций. Русские студенты ведут себя более раскованно, ориентируясь на свободу желаний (в ограниченных пределах).

Еще одно отличие заключается в том, что китайские студенты всячески отрицают практику дарить подарки, хотя сами стараются это сделать в надежде на более благосклонное к себе отношение. Русские студенты довольно часто дарят преподавателям подарки и считают разумным дарить цветы к праздникам.

В ходе исследования было выяснено, что как среди китайских, так и среди русских студентов скорее не принято собираться после окончания сессии, экзамена или выпуска вместе с группой и преподавателями для совместного времяпровождения.

Обобщая сказанное и подводя итог исследованию, нельзя не отметить, что вопросы этикета и правил поведения обсуждались с интересом. Студенты с интересам и отвечали на вопросы, и слушали ответы других. В любом случае, они выразили важные современные тенденции общения: толерантность, скромность, уважение к другим, готовность поблагодарить и нежелание создавать конфликтные ситуации.

**Список литературы**

1. Алексеев В.М. В старом Китае. - М.: Восточная литература, 2012, 509 с.
2. Алёхина И.В. Имидж и этикет делового человека. - М.: изд-во Дело, 2001. - 112 с.
3. Белозерцева Я.И. Деловой этикет в Китае // Языки. Культуры. Перевод. - 2015. - № 1. - С. 327-333.
4. Белолипецкий В.К., Павлова Л.Т. Этика и культура управления. - М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издат. центр «МарТ», 2005. - 384 с.
5. Бизнес с Китаем. – URL: <https://www.china-business-connect.ru/delovoj-etiket-iz-kitaya.htm> (дата обращения: 12.07.2018).
6. Ботавина Р.Н. Этика менеджмента. – Финансы статистика, 2002. – 192 с
7. Браим И.Н. Этика делового общения. – Минск: Жизнь, 2007.
8. Бурдак И. Корпоративный сайт как средство рекламной коммуникации. – URL: <https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/corpsite_howto.htm> (дата обращения: 12.07.2018).
9. Буров В.Г. Китай и китайцы глазами русского ученого. – М.: ИФ РАН, 2000. – 204 с.
10. Буяров Д.В. Современный Китай: Социально-экономическое развитие, национальная политика, этнопсихология. - М.: КРАСАНД, 2011. 294 с.
11. Деловой этикет в Китае. – URL: <http://chinese-center.ru/publications/?publications=19> (дата обращения: 12.07.2018).
12. Дюркгейм Э. Определение моральных фактов. Теоретическая социология: антология в двух частях. - М.: Книжный дом, 2002.
13. Журавлев Ю.В. Современный рынок: профессиональная этика участников. – журнал депонированных рукописей. – 2003. - № 4.
14. Зеленкова И.Л. Этика: Учеб. пособие для студентов вузов/ И.Л. Зеленкова, Е.В. Беляева. - 3-е изд. - Минск: ТетраСистемс, 2000. - 368 с.
15. Ивченко Т. «Лицо» китайца [Электронный ресурс] // Отечественные записки. - 2014. - № 1 (58). - URL: <http://www.strana-oz.ru/2014/1/lico-kitayca> (дата обращения: 12.07.2018).
16. Казакова И. Китайский этикет // Традиции и обычаи. – 2017. - № 2. – С. 133- 136.
17. Как управлять по-китайски. – URL: <http://www.orientalinstitute.ru/sinology/sinolo-articles/397-ch-rul.html> (дата обращения: 12.07.2018).
18. Каретина Г.С. Конфуцианство в процессе модернизации Китая // Известия Восточного института. - 2015. - № 2 (26). - C. 3-9.
19. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений: учебник / А.Я. Кибанов, Д.К Захаров, В.Г. Коновалов. - Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 368 с.
20. Китайский деловой этикет. – URL: <http://shanghai-perevodchik.ru/kitayskiy_delovoy_etiket> (дата обращения 12.02.2020).
21. Конт О. Основы метафизики нравственности, Сочинения в 6 томах. – Т.4. – М.: Мысль, 1965.
22. Конфуций. Луньюй: изречения. - М.: Эксмо, 2008. - 464 с.
23. Корпоративная этика: Учеб. пособие / Авт. - сост. И.Н. Кузнецов. – М.: Изд-во деловой и учебной литературы, 2003. – 480 с.
24. Краснодембская Н.Г. Этикет, как условие жизни (культура общения и эмоции) // Жизнь человека: опыт междисциплинарного исследования. – СПб.: Институт психологии и биологии человека, 1997.
25. Кузин Ф.А. Делайте бизнес красиво: Этические и социально-психологические основы бизнеса. — М.: Дело, 2004.
26. Кузин Ф.А. Культура делового общения: практическое пособие для бизнесменов. 3-е изд. - М.: «Ось-89», 1999. – 240 с.
27. Кукушин В.С. Деловой этикет: Учебное пособие. - Москва – Ростов-на-Дону, 2005.
28. Курочкина И.Н. Этикет для детей и взрослых: учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2001.
29. Ладатко Л.В. Этика и культура управления: Учеб. пособие. - Ростов н/Д.: Феникс, 2006. - 317 с.
30. Ли В., Суй Ж. Базовые сведения о Китае на русском языке. – Пекин, 2001. – С. 10.
31. Лихачева Л.С. Этикет как технология толерантности: теория, история, современность: учебное пособие. – Екатеринбург, 2008.
32. Лихачева Л.С. Этикет как культурная универсалия. 0 М.: Новый хронограф, 2009. – С. 146-156.
33. Ломанов A.B. Современное конфуцианство: философия ФЭН ЮЛА-НЯ. - М.: Изд. Фирма «Восточная литература» РАН, 1996. – 248 c.
34. Лян Шумин. В чем специфика китайской культуры? \\ Проблемы Дальнего Востока. - 2004. - № 4. - С.131-141.
35. Малявин В.В. Китай управляемый. Старый добрый менеджмент. Серия: «Формы правления». - М.: «Европа», 2005. – 306 с.
36. Мамина Р.И. Деловой этикет в системе имиджа: философско-культурологический анализ. Изд. 2-е испр. и доп. – СПб.: ИД «Петрополис», 2012.
37. Мартыненко Н.М. Технология менеджмента. - Киев: МП «Леся», 1997. – 798 с.
38. Маслов А.А. Китай: колокольца в пыли. Странствия мага и интеллектуала. – М.: Алетейя, 2005. - 376 с.
39. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами: скрытые правила поведения. - М.: Рипол классик, 2010. - 282 с.
40. Мирзоян А. Мир этикета: Энциклопедия. – Урал Л. Т. Д., 2001. – 327 с.
41. Особенности китайского менеджмента. – URL: <https://laws.studio/kniga-menedjment/365osobennosti-kitayskogo-menedjmenta-21186.html> (дата обращения 12.02.2020).
42. Петрунин, Ю.Ю. Этика бизнеса: Учеб. пособие. - 2-е изд., М., 2001. – 280 с.
43. Поданева А.В. Бизнес-этикет в Китае // Вопросы науки и образования. – 2017. - <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-etiket-v-kitae> (дата обращения 12.02.2020).
44. Сабат Энн Мэри. Бизнес-этикет. - Пер. с англ. Б.Н. Осетрова. – М.: ФАИР ПРЕСС, 2004. - 240 с.
45. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие. – М.: КноРус, 2015. - 254 с.
46. Семёнов А.К., Маслова Е.Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса. — М.: Дело, 2003.
47. Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол. – 2-е изд. – М.: Издательство «Ось-89», 1999.
48. Солоницына А.А. Профессиональная этика и этикет: учебник. - Владивосток. - Изд-во Дальневост. ун-та, 2005. - 200 c.
49. Сухарев В. Этика и психология делового общения. - М., 2007.
50. Токманцева А.М. Особенности ведения бизнеса с китайскими партнерами // Материалы научно-практической конференции «Китай: история и современность». - Екатеринбург, 2009. - С. 123-125.
51. Томилов В.В. Культура предпринимательства. - СПб.: Питер, 2000. - 368 с.
52. Фэн Ю-лань. Краткая история китайской философии. Пер. Котенко Р.В. - СПб.: «Евразия», 1998. – 376 c.
53. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / Пер. с англ. - М.: ACT, 2003 – 603 с.
54. Цвык В.А. Профессиональная этика социолога: Учеб. пособие / В.А. Цвык. - М. Изд-во РУДН, 2002. – 132 с.
55. Чен М.-Дж. Китайский бизнес изнутри: практическое пособие по выстраиванию деловых отношений с китайскими партнерами / [пер. с англ. Н.Г. Печерицы]. - М.: Эксмо, 2009. - 282 c.
56. Честара, Дж. Деловой этикет. - Пер. с англ. Л. Бесковой. - М.: Агентство «ФАИР», 1997. - 336 с.
57. Шейнов В.П. Психология и этика делового контакта. - Минск, 2006.
58. Шепель В.М. Управленческая социология. – URL: <https://marketing.wikireading.ru/306> (дата обращения 12.02.2020).
59. Широкова И.Г. Этика. – М.: ПРИОР, 2008.
60. Шогенова Л.А., Астафьева О.Н., Венцель С.В. Влияние глобализации на культуру Китая // Государственное и муниципальное управление: ученые записки СКАГС. - 2017. - № 4. - C. 151-155.
61. Шогенова Л.А. Статус конфуцианства за пределами Китая // Современный ученый. - 2017. - № 7. - C. 321-322.
62. Шурчкова Ю.В. Веб-сайт компании как маркетинговый коммуникативный инструмент. – URL: <https://dis.ru/library/546/30844/> (дата обращения 12.02.2020).
63. Энджел Д.Ф. Этикет. – М.: Цитадель-Триада, 2000.
64. 8 правил китайского бизнес-этикета. – URL: <https://www.logrusit.com/ru/blog/chinese-business-etiquette/> (дата обращения 12.02.2020).

Литература на английском языке:

1. Fang T. Chinese Business Negotiation Style. - CA: Sage Publications, 1999.
2. Hofstede G.H. Cultures and organizations: software of the mind. Mc Graw Hill, 2015. - 279 p.
3. Pan Yuling. Politeness in Chinese fase-to-fase interaction. – Stamford, USA: Ablex Publishing Corporation, 2000. – 208 p.
4. Rosker J.S. Is Confucianism a religion? Modern Confucian theories on the ethical nature of classical discourses // Asian Philosophy. - 2017. - Vol. 27. - P. 279-291.
5. Smith P., Dugan Sh., Trompenaars F. National Culture and the Values of Organizational Employees // Journal of Cross-Cultural Psychology. 1996. Vol.27 (2) pp. 231-264.
6. Trompernaars F. Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business. L.: Nicholas Brealey, 1993. – 276 p.
7. Xing Y., Razaque A. Modernization of Confucianism: An Ethnographic Observation of Cultural Promoting Community // Mediterranean Journal of Social Sciences. - 2017. - Vol. 8. - Iss. 2. - P. 137-146.
8. Yang F., Tamney J.B. Nationalism, Globalization, and Chinese Traditions in the Twenty-First Century // Confucianism and Spiritual Traditions in Modern China and Beyond / eds.: F. Yang, J.B. Tamney. Boston ; Leiden, 2012. - P. 1-33.

Литература на китайском языке:

1. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с.
2. 张大中，徐文中，孟凡驰。中国企业文化大辞典[M].北京：当代中国出版社，1999，6 (Чжан Дачжун, Сюй Вэньчжун, Мэн Фанчи. Словарь китайской культуры предпринимательства [М.]. Пекин: Современная китайская пресса, 1999, 6).
3. 蒋璟萍。传统礼仪的意蕴及其现代价值[N].人民日报，2010-3-19，（7）(Цзян Яньпин. Значение традиционного этикета и его современное значение [N]. People's Daily, 2010-3-19, (7)).
4. 邵培仁，范红霞。传播仪式与中国文化认同的重塑[J].当代传播，2010，（3）(Шао Пэйрен, Фань Хунся. Церемония общения и реконструкция культурной самобытности Китая [J]. Современная коммуникация, 2010, (3)).
5. 蒋璟萍。和谐社会视野的公民礼仪素质教育[J].河南社会科学，2009，（5）(Цзян Яньпин. Качественное образование гражданского этикета с точки зрения гармоничного общества [J]. Социальные науки Хенана, 2009, (5)
6. 曾仕强著，中国式管理使用手册。广州：广东经济出版社。(Цен Шичан. Справочник по китайской модели управления. Гуанчжоу.: Гуандун цзиньцзи чубаньшэ, 2010. – 270 с.
7. 曾仕强著，说中国人。北京：中国工人出版社(Цен Шичан. Говоря о китайцах. Пекин.: Чжунго гунжэн Чубаньшэ, 2007. – 363 с.)
8. 特朗皮纳新，伍尔莱姆新着；陈永倬译。跨文化企业。北京：经济管 理出版社 (Тромпенаарс Ф., Ульямс П. Бизнес сквозь культуры. Пекин.: Цзиньцзи гуаньли чубаньшэ, 2006. – 219 с.)

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

**Программа исследования «Анализ сайта компании как носителя норм этикета»**

Актуальность исследования. Полноценный корпоративный сайт представляет собой информационный портал, на котором пользователи могут получить все интересующие их сведения о предоставляемых компанией услугах или товарах. Одной из его целей является привлечение новых целевых клиентов с помощью, проводимой в сети рекламной кампании, которая, в отличие от обычной рекламы, не потребует непомерного рекламного бюджета. Его достоинством является его доступность для заинтересованных пользователей практически из любой точки земного шара.

С целью выявления форм реализации требований этикета на сайте нами был проанализирован сайт одной компании. **Целью анализа было в**ыявление требований к сайтам как носителю норм этики и этикета, а **задачами – выявление порталов, где они (нормы этики и этикета) имеют место**, описание этих норм этикета, выявление их особенностей как носителей китайских деловых и культурных традиций. Для анализа была выбрана компания Hengda группа «恒大集团» («Hengda Real Estate Group»).

Исследование проводилось в феврале 2020 года.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

**Описание сайта компании Hengda группа «恒大集团»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Hengda группа**恒大集团**（Hengda Real Estate Group）** | | | |
| **Раздел сайта** | **Примечание** |  | **Нормы этики** | **Правила этикета** |
| **Главная страница** | На главной странице представлены последние новости компании в таких разделах как: групповые новости, общественные новости и внимание СМИ | Групповые новости:   1. *«Evergrande проводит конференцию, посвященную годовому отчету за 2019 год, новая стратегия становится главным событием»* 2. *«31 марта Evergrande провела ежегодную конференцию по результатам 2019 года. Данные показывают, что Evergrande достигла контрактных продаж в 601,1 млрд. Юаней в 2019 году, увеличившись на 9% в годовом исчислении, базовая прибыль составила 40,82 млрд. Юаней, в годовом исчислении снизилась на 48%, соотношение активов и пассивов составило 77,9%, увеличившись на 4,2 процентных пункта в годовом исчислении, коэффициент чистого долга составил 159,3%».* | + | + |
| Общественные новости:   1. *«Годовой отчет Evergrande Health за 2019 год, годовой доход увеличился на 50,2% на 80,2%»;* 2. *«30 марта Evergrande Health (HK.0708) опубликовала результаты за весь 2019 год в онлайн-трансляции. За отчетный период основные показатели компании достигли стабильного роста, в том числе объем продаж составил 8,87 млрд. Юаней (включая потребление на 8,21 млрд. Юаней), увеличившись на 156,4% в годовом исчислении, оборот составил 5,64 млрд. Юаней, увеличившись на 8% в годовом исчислении».* | + | + |
| Внимание СМИ:   1. *«Evergrande жертвует еще 100 миллионов юаней на поддержку китайского Красного Креста в запуске международной гуманитарной помощи»;* 2. *«Нынешняя международная ситуация по профилактике и борьбе с эпидемиями становится все более серьезной: Китай сотрудничает с миром в борьбе с новой эпидемией коронарной пневмонии. В рамках единого направления иностранной помощи государством, Китайский Красный Крест направил несколько групп медицинских экспертов в Италию, например, в страны с тяжелыми эпидемиями, для проведения профилактики и лечения. 23 марта корреспондент узнал с официального сайта Общества Красного Креста Китая, что Evergrande подал в…»* | + | + |
| **О компании** | 1. Вступительное слово президента компании; 2. Профиль компании; 3. Управленческая команда; 4. Стратегии развития; 5. История развития компании; 6. Корпоративная культура; | 1. Вступительное слово президента компании:  *«Evergrande Group с момента своего создания, всегда придерживаться средств к существованию нынешней концепции развития, ориентированных на простых людей. Высокие идеалы, твердые ценности и неукротимая исполнительная сила - это основные принципы компании. Тщательное планирование и пристальное внимание внедрения эффективных методик помогли достичь высоких достижений и помогли компании войти в ТОП-500.»* |  | + |
| 2. Профиль компании  *«Hengda Group - это источник средств к существованию недвижимости в качестве фонда «Культурный туризм, здоровье и хорошее самочувствие», индустрия высоких технологий в качестве лидера 500 крупнейших групп предприятий в мире».* |  | + |
| 3. Управленческая команда  *Список ведущих специалистов Китая, среди которых есть экономисты, профессиональные управленцы, инженеры, кандидаты наук, магистры.* |  | + |
| 4. Стратегии развития  *Перечислено 7 стратегических решений компании, сформированных на обширной научной базе, ориентированных на будущее, на разработку эффективной модели развития для служения простым людям и содействия экономическому и социальному развитию страны.* |  | + |
| 5. История развития компании  *«За двадцать лет развития разработал и внедрил восемь «трехлетних планов» посредством научного и перспективного стратегического планирования, а также стратегии эффективного внедрения, чтобы гарантировать, что компания создала уникальное деловое сообщество Китая. блестящие достижения.».* |  | + |
| 6. Корпоративная культура  *- Качественный продукт и бренд.*  *- Дух Henda: Тяжелая работа, самоотверженность, трудолюбие, новаторство и предприимчивость.*  *- Тщательное планирование, пристальное внимание процессу реализации, эффективность.* |  | + |
| **Продукты компании** | 1. Недвижимость  2. Путешествия\туризм  3. Здоровье  4. Хай-тек  5. Страхование | 1. Недвижимость  *«Evergrande придерживаясь концепции «средство для существованию людей» построило в Китае более 280 городских проектов из более чем 800 известных предприятий стратегического сотрудничества, ориентированных на реализацию стратегии качества, для создания высококачественных, экономически выгодных эффективные продуктов, создающих индустрию «полностью меблированную по полу» и «неоправданному уходу», первый в своем роде, благодаря которому более 600 миллионов владельцев недвижимости достигают жизнеспособной мечты.».* | + | + |
| 2. Путешествия\туризм  *«Туристическая группа Hengda создает мир в котором люди стремятся к культурным достопримечательностям, таким как:«Китайское море Южно-Китайское море Цветочный остров» и сказочный мифический тематический парк «Evergrande дети мира», обслуживающий миллионы детей.».* | + | + |
| 3. Здоровье  *«На рынке Гонконга компания активно применяет национальную стратегию инноваций «Здоровый Китай» для создания продуктов Evergrande Health Valley в области пенсионного здравоохранения, управления здравоохранением, медицинского страхования и других ресурсов, предоставляет участникам полный спектр полных медицинских услуг пенсионного возраста»* | + | + |
| 4. Хай-тек  *«Hengda является высокотехнологичной группой в области энергетического и технологического строительства, которая сотрудничает с отечественными и зарубежными научно-исследовательскими институтами, для изучения передовых технологий, внедрение высокотехнологичных талантов, инвестиции в высокотехнологичные компании, строительные предприятия в качестве основы, ориентированные на рынок, производство и исследование глубины интеграции технологии инновационной системы.»* | + | + |
| 5. Страхование  *Компания предоставляет различные услуги по страхованию.* | + | + |
| **Социальная ответственность** | 1. Публичная философия  2. Отчет по борьбе с бедностью  3.Благотворительные пожертвования  4.Оживление спорта | 1. Публичная философия  *«С момента основания компании продолжали брать на себя социальную ответственность, совокупные средства к существованию, борьбу с бедностью, образование, охрану окружающей среды, спорт и другие благотворительные пожертвования в пользу общества в размере от 100 до 113 миллионов для накопления общественного богатства, чтобы создать рабочие места, содействие экономическому и социальному развитию внесли должный вклад.»* | + | + |
| 2. Отчет по борьбе с бедностью  *Благодаря компании были приняты ряд законодательных, инвестиционных и управленческих мер, которые помогли перешагнуть черту бедности большинству Китайских регионов.* | + | + |
| 3. Благотворительные пожертвования  *«Помощь бедным: Hengda является первой, кто участвует в деятельности предприятий «Помогая бедным» в провинции Гуандун, что способствует снижению бедности в провинции Гуандун, образованию, благотворительности, совокупным взносам в 22 миллиарда юаней. 2019, Evergrande пожертвовала 2 миллиона, чтобы помочь Гуандуну вывести 1 миллион бедных людей из бедности. В 2019 году Evergrande выделила 4 миллиарда долларов, помогая провинции Гуандун Боло, провинции Хуэйдун, в общей сложности 26 бедных деревень. В 2019 году пожертвовала 5 миллионов, помогая провинции Хэюань возродить сельское хозяйство.».* | + | + |
| 4. Оживление спорта  *- Футбольный клуб: Футбольный клуб Evergrande Taobao, был создан в 2010 году и за 9 лет выиграл 16 чемпионатов, в том числе чемпионат AFC, завоевал супер семь чемпионатов, в мировом рейтинге занимает 30-е место, и в настоящее время является самым успешным и влиятельным профессиональным футбольным клубом в Азии.*  *- Футбольная школа: Футбольная школа Эвергранде была создана в 2012 году, для «оживления китайского футбола, воспитания звезд футбола» для достижения цели, с которой сталкивается вся страна, набирающая детей от 9 до 12 лет, нынешних учеников в школе, насчитывающей почти 3000 человек, является Книга рекордов Гиннеса сертифицирована крупнейшей в мире новой футбольной школой.* | + | + |
| **Человеческие ресурсы** |  | 1. *Страна только с карьерой только Син: Талант - это основополагающее развитие предприятия, способствующее развитию предприятия.* 2. *Поиск талантов: Механизм внедрения талантов, осуществляется на базе по набору персонала, в том числе и за рубежом.* 3. *Обучение талантов: Evergrande создала всеобъемлющую, систематическую систему обучения.* 4. *Продвижение талантов: Задача компании - максимизировать врожденный потенциал, чтобы дать наибольшую степень прибыли, поэтому компания также создала хорошую атмосферу мотивации.* |  | + |
|  | + |
|  | + |
|  | + |
| **Отношения с инвесторами** | 1. Информация об инвесторах  2. Корпоративное управление  3. Годовой отчет / промежуточный отчет  4. Объявления и уведомления  5. Циркуляр для акционеров  6. Пресс-релиз | 1. Пресс-релиз   1. *Брифинг по китайским контрактам Evergrande Group в феврале 2019 года* 2. *Январский брифинг по китайским контрактам Evergrande Group на 2019 год* 3. *Брифинг китайской Evergrande Group по контрактам на 2020 год и целевой объем продаж на 2020 год* | + | + |
| + | + |
| + | + |
| 2. Объявления и уведомления   1. *Дальнейшее объявление о предлагаемой реструктуризации соглашения о сотрудничестве с Shenfang* 2. *Заграничное нормативное объявление* 3. *Ежемесячный возврат акций эмитента по движениям ценных бумаг за месяц, закончившийся 28 февраля 2020 года* | + | + |
| + | + |
| + | + |
| **Вакансии** | 1. Вакансии для бизнесменом  2. Вакансии для специалистов | 1. Вакансии для бизнесменов  *Это все советы продавцу, риск инвестиций, и все контракты должны быть подтверждены повторно перед покупкой.*  2. Вакансии для специалистов  *Это для опытных инвесторов, в этом случае подробно рассказывается о преимуществах компании по сравнению с другими компаниями, и инвесторы должны оценивать плюсы и минусы* | + |  |
| **Инвестиционные рекомендации** |  | *Здесь веб-сайт порекомендует инвесторам выбрать некоторые потенциальные инвестиции, и после инвестирования большинство из них увидит богатую прибыль.* | + | + |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 3**

**Программа исследования «Знание норм делового этикета студентами СПбГУ**

С целью выяснения действенности норм делового этикета в организации (для примера был взят СПбГУ, где мы проходим обучение) нами было проведено прикладное исследование. Оно проводилось методом фокус-групп в специальной аудитории (№ 105) на факультете социологии в течение ноября – декабря 2019 года. Было проведено 3 фокус группы одна с китайскими и две с российскими студентами (их протоколы приведены в приложении).

*Актуальность* проводимого исследования связана с тем, что знание современными китайскими и российскими студентами основ н норм делового этикета представляет важность в плане их дальнейшего становления, как культурного и профессионального роста

*Основной целью* проводимого исследования стало выяснение знания современными российскими и китайскими студентами норм делового (студенческого) этикета.

Перед исследованием были выдвинуты две частные задачи:

1. Выяснение знания российскими и китайскими студентами норм этикета (деловых моделей поведения);
2. Выявление особенностей российских и китайских норм на основании сравнения ответов студентов.

Для проведения исследования нами было составлено пять ключевых блоков вопросов, отражающих структуру норм этикета:

* правила (формы) приветствия преподавателей и студентов;
* правила (формы) приветствия, складывающиеся между студентами;
* нормы этикета при проведении занятий: требования вставать при начале занятия, возможность/необходимость высказать благодарность преподавателю,
* подарки и совместные мероприятия,
* особенности оказания взаимопомощи между студентами;
* особенности общения между русскими и китайскими студентами.

Первая фокус-группа была проведена на факультете социологии в аудитории № 105, 24 декабря 2019 года с 13:00 до 14:25 часов. Присутствовало 10 человек (магистранты 1 курса и бакалавры 3 курса): Лю Цзясинь, Цзян Юй, Хань Сюй, Шен Фэй, Чжэн Бо, Лю Цзин, Хуан Хайфэн, Чжан Руйци, Цинь Хаожань, Сунь Гани. Фокус группу проводила я (в присутствии научного руководителя: Меньшиковой Галины Александровны).

Вторая фокус-группа проходила в группе магистров по экономической социологии 16 декабря 2019 года в аудитории № 102 (специализированное помещение на факультете социологии) с 17:00 до 18:00 часов. Присутствовали – Баканов Павел, Станислав, Яна, Арина, Лукцу Влад, Юля, Дмитрий, Вика Кравцова.

Третья фокус-группа проходила на факультете социологии в аудитории № 102 9 декабря 2019 года с 18:40 до 20:00 часов. Присутствовало 10 человек (магистранты 1 курса): Хесоп Юн, Исабель, Сергей, Даниил, Александра, Евгения, Дарья, Лизавета, Евгений, Ирина.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 4.**

**РАСПЕЧАТКА ТЕКСТА ФОКУС ГРУППЫ 1**

**Юй Синь: *Расскажите, как принято здороваться с преподавателями в СПбГУ?***

Лю: «Я всегда использую «вы».

Хан: «Тоже так, но я не здороваюсь с не знакомыми преподавателями».

Чжэн: «Кивать и сказать - «Здравствуйте».

**Юй Синь: *А со всеми ли преподавателями вы здороваетесь, а с теми, кто у вас не вел?***

Чжэн: «Да со всеми».

Цзин: «Да, мы всегда со всеми преподавателями здороваемся».

Хуан: «Если в университете, даже незнакомыми, нам тоже нужно здороваться. Если на улице не обязательно».

Юй: «Да, в России всегда использует простые приемы: здравствуйте и называю имя и отчество преподавателя, а в Китае только здравствуйте и звание «учитель». Это большая разница».

**Юй Синь:** ещё особый вопрос: «Вы» редко используется в разговорной речи на юге Китая. Как правило, «вы» используется, и есть только разница в письменном языке. ***Однако почетное имя «вы» всегда используется в северном Китае. Как вы думаете эту разницу?***

Хуан: я жил в северном Китае, в наше жизни для преподавателя обязательно использует «здравствуйте» а не «привет».

**Юй Синь: *другой вопрос: нужно ли вставать, когда входит преподаватель и начинается занятие?***

Лю: мы всегда вставали в начальной школе, а после средней школы не были.

Юй: в школе преподаватель сам сказать «вставать» или староста сказать?

Лю: автоматически.

Хань: да мы тоже, но мы в средней школе тоже вставали. И староста сказать «вставать».

Чжан: да, похоже. В вузе не были.

**Юй Синь: *а после занятий, сказать ли «спасибо» и «до свидания» для преподавателя?***

Лю: нет, нету шансов. После занятий преподаватель сразу уйдёт. А в России всегда говорит.

Цзян: в Китае редко, в России всегда говорить «до свидания».

Шен: в России, если не говорит, это очень невежливо.

**Юй Синь: Вы когда-нибудь испытывали дар учителю чтобы сдать экзамен или завоевать одолжение учителя? Поделитесь этим.**

Лю: я в школе в каждом празднике дарю учителям подарки, которые не ценные вещи, это своего рода этикет.

Юй: это каждому студенту нужно?

Лю: да, это просто спасибо учителю.

Цзян: в Китае не были, но в России подарил руководителя при возвращении из Китая.

Юй: есть ли все групп вместе дарит учителям?

Шен: да, есть. В новом годом.

Юй: сколько каждый студент платит?

Цзин: принцип 20-30 юань каждого студента.

Лю: наши учители тоже покупают подарки для учеников.

Цзин: мая мама – учитель. Раньше были, сейчас уже нету. В вузе тоже в эти годы невозможно.

Чжэн: да, в СПБГУ мало такая ситуация, а в другом вузе можно быть.

Лю: в китайском вузе нельзя, потому что ещё есть посещаемость и другие показатели.

**Юй Синь: Есть ли у вас обычай собираться с учителями и одноклассниками после выпуска? У вас есть какой-нибудь опыт похода на ужин, посещения музеев или общения с русскими одноклассниками в России?**

Лю: в Китае много раз даже с учителями вместе. В России тоже бывает с русскими вместе в музее.

Цзян: с учителями мало, с одноклассниками много.

Чжэн: в России нету шанс, после занятий уже 20 часов. Мы только начали класс, и не все знакомы с ним.

Цзин: да, согласно.

**2-ой блок-вопросов: *Как принято в России здороваться между студентами. Когда принято обниматься, а когда говорить только «привет-привет».***

Лю: не обниматься, даже привет-привет мало. Мальчики часто бьют друг друга по плечам.

Цзян: я тоже так.

Хань: обычно машет руками.

Чжэн: обычно знакомые говорит «привет», не знакомые не говорит.

Юй: когда в России тоже такая?

Цзин: да, много девушек, только можно сказать «привет».

Лю: я после «привет» всегда обнимаюсь, если очень знакомые

**3-й блок-вопросов: *Как осуществляется взаимопомощь студентов в ходе проведения занятий?***

Лю: я обязательно помогу.

Хань: я тоже, и в России тоже кто-то поможет мне.

Шен: Помощь взаимна, не строгие экзамены обязательно помогут.

Хуан: Копирование является очень распространенным явлением. Если вы не копируете, вы почувствуете, что находитесь не в том месте. Если у вас хорошая оценка, но вы не позволяете другим копировать, другие будут чувствовать, что ваш персонаж не прав, и они не захотят помочь вам в будущем.

Сунь: В нашем случае это вряд ли произойдет, потому что студенты находятся на расстоянии одного метра, и два учителя ходят взад и вперед, а в классе есть камеры. Так что обманывать вообще экзамены сложно.

Лю: можно использовать жест.

Цзин: да, даже в ЕГЭ тоже можно сделать, но зависит от места и человека.

**Юй Синь: *последний вопрос: Дарите ли вы подарки друг другу?***

Лю: зависит от человека. Только хороший друг в день рождение дарит. Например: сигарет.

Цзян: тоже такая.

Юй: Пойдем ли мы проводить новый год вместе?

Цзян: да, в школе всегда вместе проводим.

Хань: когда в день рождение хозяин пригласил ужин, другие люди дарит подарки.

Шен: похоже, взаимность.

Юй: дарили ли подарки русским одноклассникам?

Шен: есть. Когда мы вернемся из Китая, мы будем дарить подарки русским одноклассникам вместе, также дарим им подарки на их день рождения.

Юй: Вы помните день рождения каждого российского одноклассника?

Цзян: они бы сами сказали.

**4-й блок-вопросов: Отношения между китайскими и русскими студентами.**

Лю: есть большая разница. Не церемоньтесь. Например, у меня хорошие отношения с моим арендодателем. Моя хозяйка неоднократно приглашала меня поехать в пригород с ей семьей. Сначала я подумал, что хозяин просто вежливый, потом она спросила меня: «Я тебе не нравлюсь?» Я понял, что хозяин действительно пригласил меня поиграть. Это сильно отличается от китайского.

Цзин: русские, которых я встретил, были довольно хорошими. Арендодатель тоже умеренный русский. Конечно, я также слышал, что друзья сталкивались с плохими хозяевами. Бытовая техника сломана, мой хозяин приедет починить ее.

Цзян: Разница довольно большая. В России много несчастных случаев, потому что не все россияне любят китайцев, и ваш русский не очень хорош. Если нет возможности общаться с русскими, это легко понять неправильно.

Сунь: я чувствую всё одинаково.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 5**

**РАСПЕЧАТКА ТЕКСТА ФОКУС ГРУППЫ 2**

**1-й блок-вопросов: *особенности этики в студенческой среде. Описать, как вы здороваетесь с преподавателями?***

Павел: я здороваюсь. Если знаю имя отчество, то его называю. Я здороваюсь только если я вижу с преподавателями.

Станислав: Тоже. Даже если встреч его на улице.

Л: Тоже самое. но если преподаватель специально о чем-то спрашивает, то я естественно поддерживаю разговор.

Яна: хочу уточнить, что даже мальчики не здороваются за руку.

Юля: рукопожатие - это приоритет преподавателей. Возможно, если очень близкие отношения, то они могут здороваться за руку.

Лиза. например, А.О., то он даже со студентами здоровается за руку.

Станислав. Если отношение выходят за рамки, но тогда и только у мужчин возможно рукопожатие. У женщин допустимы объятия, если учились долго.

Лиза: еще все зависит от кафедры. Например, на антропологии принято, иметь более тесные связи. Там стерта грань между преподавателем и студентом***.***

**Юй: *нужно ли вставить при начале занятий?***

Юля – в школе –да. Даже ругали, но не в вузе. Если нужно выйти, то также нужно поднять руку и спросить разрешение.

Юй, т.е. если даже если есть другое дело нужно выйти, но в Китае по-другому. Там всегда нужно спросить разрешение покинуть аудиторию.

Вика – у нас у всех одно мнение и не нужно это обсуждать. Могу добавить, что в школе мы пытались это саботировать, но в вузе это не так.

Яна. Я училась в школе с японским уклоном. а уроке не просто вставали, а сначала заговаривал преподаватель и мы тогда вставали. На этом уроке, сначала вставал преподаватель. говори, что давайте поздороваемся и тогда все вставали.

Юй: В Китае сначала встает староста, а потом все остальныеМеньшикова Г.А. дисциплина всегда важна для некоторых преподавателей. Кстати, они и требуют обязательного вставания.

2 вопрос: ***нужно ли говорить спасибо?***

Павел: это не обязательно если говоришь до свидания и уходишь***.***

Влад: иногда даже все хором говорят спасибо.

Юля – в Германии принято стучать (если занятие было интересно)

Юля – есть ли вопросы. Всем спасибо, всем на волю. Часто преподаватель определяет отношение (слова студента).

***В Китае есть традиция финального банкета, как в России?***

Влад, то есть преподаватели приходят, но студенты платят.

Юля – у нас в школе обед оплачивают банкет В университете мы сами сходили, а преподавателям мы накрываем стол, но сами там не присутствуем. Это – как благодарность за обучение, а часто и плата за то, что тройки ставились даже за плохую работу.

**Юй Сунь: еще хочу спросить принято ли дарить подарки преподавателям на 8 марта, на 23 февраля?**

Вика: в СПбГУ – наоборот, преподаватели приглашают, и вместе обсуждают.

Яна – в провинции этот ритуал приглашения преподавателей может сохраняться.

МГУ – в СПбГУ принято накрывать столы для комиссии, но не для членов кафедре. Преподаватели сами так заняты, что им даже некогда.

Юля – это и у нас было (кормить членов ГАК)), но им вручались цветы.

Яна – у нас в Горном институте все было запрещено. Только вода.

Павел, а почему в СПбГУ ректорат не организовал систему так, чтобы все были сыты…

**Юнь: *принята ли система подарков?***

Вика – мы после окончания сами договорились и всей группой купили преподаватели. Она нам очень нравилась – мы подарили книгу своим научным руководителям ребята могли подарить цветы или маленький подарочек.

Юля – подарки дарили все, хотя это и не была «обязаловкой». Мы подарили сертификат на 15 тысяч. Опять же, потому что мы любили преподаватели и группа была большая. На 8 марта и 23 февраля мы пытались поздравить, но один преподаватель жестко отказался. С тех пор мы перестали делать подарки.

**2-й блок-вопросов:** ***отношения между студентами? Как они здороваются между собой?***

Павел: привет, здравствуй. Руку тяну, но друг – не протягивает.

Влад: мне трудно говорить, я как-то не задумывался. Могу обнять, если близкая подруга.

Лиза: целовать

Лиза: только если очень близкие друзья.

**Юй:** ***принято ли целоваться между девочками?***

Юля: нужно различать бакалаврита (там вы дольше и чаще вместе), чем в магистратуре. Поэтому в бакалавриате допустимы поцелуй внутри групп. В магистратуре – привет. И мы повзрослели и контактов меньше. Опять же мы еще не прошли какие-то сплачивающие мероприятия.

Юй: в Китае не принято целоваться в общественном месте и парочкам и в качестве приветствия.

Владимир: для меня студенты такие же люди, поэтому парень с парнем здороваются за руку, парень с девушкой –могу обнять.

Лиза: это еще зависит от человека и традицией его воспитания. Одни держат дистанцию и не будут целоваться никогда.

**Юй Синь:** ***принято ли помогать в написании работ?***

Влад: принято!!

Юля: конечно, принято. Это – повод познакомится.

Влад: нужно понимать, что тест - это способ проверки знаний, но в целом принято помогать друг другу нельзя.

Лиза: у меня была ситуация. Мы вчетвером решали и друг другу передавали решения, диктуя и тому, кто впереди и сзади.

Влад: Я никогда не помогаю никому списывать.

Яна: принято помогать своим, то есть одним ты помогаешь, но не всем.

Лиза: все что я слышала – у нас хорошо и все друг с другом меняются. Мои друзья из других вузов говорят, что у них это не принято.Если все идет на экзамены, то все делают вопросы, скидывает в единый файл. но учить нужно все равно все. Здесь речь касается подготовки.

**Юй – последний вопрос**: ***Есть ли какие-то совместные мероприятия или этой практики коллективного взаимодействия?***

Лиза: нас у нет ритуалов. Поводы если и есть, но они случайны. У нас есть студ. советы и профкомы, которые организует разные мероприятия как внутри ф-та, так и внешние, например, смольный бал, конкурс красоты. Организуется система коллективных мероприятий.

Влад: я пойду на чемпионский бал.

Павел: мы часто н знаем. Нам не рассказывают.

Вика: эти мероприятия нужны для адаптации иностранных студентов.

Павел: вы о каких мероприятиях говорите? об образовательных, об оздоровительных, о культурных.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 6**

**РАСПЕЧАТКА ТЕКСТА ФОКУС ГРУППЫ 3**

***1-й блок-вопросов: который бы мне хотелось обсудить это отношения между студентами и преподавателями в России и для начала не могли бы вы рассказать, как принято здороваться с преподавателями в СПбГУ***.

С: Я использую простые приемы: здравствуйте и называю имя и отчество преподавателя.

Д: Здравствуйте, если помню, то привожу имя и отчество.

А: Если в письме, то добрый день или добрый вечер, но если вживую то, также, как и уже сказали.

**Юй Синь: *а со всеми ли преподавателями вы здороваетесь, а с теми, кто у вас не вел?***

С: я со всеми.

Лиза: и я со всеми

**Юй Синь: *а здороваетесь ли вы со всеми работниками, например, охранниками, гардеробщиками?***

Александра: я здороваюсь со всеми старшими. Здравствуйте – это пожелание здоровья, поэтому всегда здороваюсь и со всеми.

Сергей: я тоже.

**Юй Синь: а *здороваетесь ли вы со студентами?***

Александра – не из своей группы- нет.

Евгения – мы только начали учиться, и я практически никого из студентов не знаю.

**Юй Синь:** ***другой вопрос: нужно ли вставать, когда входит преподаватель и начинается занятие?***

Александра: мы всегда вставали в школе, но не в вузе.

Юй Синь: в Китае – обязательно в школе, но не в вузе (только, если преподаватель сам настаивает).

Юн Хесоп: В Корее в школе - да, в вузе – не знаю.

Исабель: (в Аргентине) – нет.

**Юй Синь: *а если вы встречаете студентов или преподавателей вне стен университета (в городе), вы здороваетесь или – нет? Вдруг возникла ситуация, когда вы в городе встретите преподавателя, вы просто поздороваетесь или даже заговорите?***

Сергей: я посмотрю на поведение преподавателя, если увижу, что он меня выделил иидет, то, конечно.

Александра: некоторые преподаватели сами просят с ними не здороваться, За пределамивуза мы хотим отдыхать***.***

**Юй Синь: *Еще один вопрос - Когда кончилось занятие, вы говорите спасибо?***

Ирина: нет регламентов. Я - за искренность. Я благодарю, когда это исходит от сердца***.***

Сергей: у меня либо от сердца, хотя иногда это уже доходит до автоматизма.

Юй: я тоже считаю, что все нормы – традиция.

Даниил: я благодарю не всегда (когда-либо кто-то специально пришел к нам на занятия, либо я к кому-то пришел), но прощаюсь обязательно.

Александра: я благодарю, когда специально задаю вопрос и спрашиваю преподавателя после занятия.

Лиза: у меня тоже самое – я благодарю, когда имело место личное взаимодействие, а такя тоже не могу ответить, поскольку это происходит естественным путем.

Саша: прощаемся обязательно, благодарим специально пришедших преподавателей***.***

***Юй Синь:******Еще хотелось бы обсудить, были ли случаи сбора денег на подарки преподавателям, т.е. подарки как ритуал поведения?***

Сергей: здесь мы учимся недавно, поэтому пока денег не собирали и не кому не делали подарков, но в школе родители собирали и по многу. Так же и в вузе, где я учился раньше, сбор денег имел место, особенно при окончании.

Александра: а у нас имел место такой случай. Все знали, что нужно делать подарки, анекоторые преподаватели даже подсказывали прямым текстом, что лучше купить сертификат, причем в таком-то магазине.

Ирина: Я тоже приехала из другого города. У нас преподаватель экономики говорила, какой подарок ей нужен и тогда она на время экзамена уходила, давая нам возможность списать в пустой аудитории.

Лиза: вСПбГУ тоже будут собирать деньги на организацию приема экзаменов. Точнее не деньги, а нам посоветуют накрыть стол для членов Аттестационной комиссии. В принципе это понятно. Экзамены могут продолжаться по 6-7 часов, столовой нормальной на ф-те нет, так не умирать же им с голоду. Мы все сами делали. Даже когда что-то оставалось, мы сами доедали, отмечая окончание процесса.

Саша: а у нас не пришлось складываться, но мы с девочками договорились и подарили небольшие подарки. Сбор, но небольшой на воду, орешки, но немного. Опять по желанию мы скинулись в 4 и подарили (по желанию). Мы собирали очень много: по 3 тысячи на сертификат, потом еще на проведение экзамена.

**Юй Синь: *Имеет ли в России практика отмечать окончание учебы банкетом? Были ли у вас такие практики?***

Александра: у нас никогда!

Сергей: не было!

Юй Синь: но вы же больше не увидитесь, как же вы прощаетесь

Александра: мы сделаем общую фотографию и на этом все.

Г.А, у нас иногда (например, на кафедрах) преподаватели накрывают небольшой стол…

Чтобы вспомнить время обучения, получить обратную связь о том, как проходили занятия. Опять же здесь может быть и корыстный интерес. Через 5 лет студенты найдут место работы. Станут авторитетными работниками и сами могут приходить участвовать в качестве экспертов в работе аттестационных комиссий или писать рецензии на магистерские диссертации или организовывать практики.

**2-ой блок вопросов. *Как принято в России здороваться между студентами. Когда принято обниматься, когда привет-привет.***

Сергей: Целоваться в России принято очень редко. Обычно - здороваться за руку.

Александра: целоваться принято между девочками.

Лиза: в Европе – принято целоваться.

Ирина: у нас обниматься в прошлом вузе принято между активистами, то есть ты приходишь на занятия и пока идешь по лестнице обнимаешься с активистами. Этим мы хотим себя выделить, ну не зря же мы столько времени тратим на общественную работу.

Юн Хесоп: я пока не знаю (не понял вопроса)

**3-й блок-вопросов:** ***Как осуществляется взаимопомощь студентов в ходе проведения занятий?***

Ю Синь: даете Вы списывать своим соседям на время письменных работ.

Исабель: мне не помогали. В России мне помогали с языком (с переводом). Если сосед сделал свою работу, он должен помочь другому студенту.

Юн Хесоп: помогают на маленьких неважных экзаменах.

Г.А. Почему не помогают на серьезных: боятся наказания или конкуренции

Юй Синь: на ЕГЭ помогать никак нельзя.

Даниил: и в России на ЕГЭ никак нельзя, все боятся процедуры, чужих преподавателей. Даже, когда, я встречал знакомых учащихся, я боялся и камеры, и чужих преподавателей. Если будешь помогать, то тебя просто выгонят с экзамена.

Юй Синь: в Китае тоже самое на ЕГЭ.

**Юй Синь: *а как вы передаете шпаргалки?*** Юй – я, например, очень боюсь и передавать, и списывать***.***

Лиза: я не списываю, поскольку не умею. Один раз попробовала, так преподаватель на меня так посмотрел, что я больше и не пытаюсь этого делать.

Сергей: Середа не дает списывать никак. Он так передвинет парты, чтобы все сидели у него под присмотром.

**Юй Синь:** ***есть ли совместные групповые мероприятия, которые вы проводите вне стен университета?***

Сергей: Мы бы хотели сходить, но очень устаем.

Александра: проводим, когда мы проучились неделю мы все сходили вместе в бар.

Таким образом, нами были представлены результаты исследования фокус-групп с целью выяснения знания современными русскими и китайскими студентами норм делового этикета.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 7**

**ИТОГОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ФОКУС-ГРУПП**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Вопрос | Китайские студенты № 1 | Русские студенты № 2 | Русские студенты № 3 |
| Блок 1 | | | | |
| 1. | - Расскажите, как принято здороваться с преподавателями в вашем вузе? | - я всегда использую «вы»;  - я не здороваюсь с незнакомыми преподавателями;  - я киваю и говорю «здравствуйте» всем преподавателям;  - я здороваюсь со всеми преподавателями;  - здороваюсь и называю имя и отчество преподавателя; | - я здороваюсь, могу назвать имя преподавателя, если оно мне знакомо;  - всегда здороваюсь с преподавателем, даже если встречаю его просто на улице;  - всегда здороваюсь с преподавателями, некоторые из них также могут пожать мне руку;  - все зависит от самого преподавателя и кафедры, на которой он работает. | - я всегда использую исключительно простые приемы, говорю «здравствуйте», называю имя и отчество;  - я всегда здороваюсь со всеми преподавателями. |
| 2. | - Встаете ли Вы, чтобы приветствовать преподавателя? | - делали это только в начальной школе;  - в школе нам сам преподаватель говорил вставать.  - автоматически делаю это;  - да, всегда встаю;  - в школе делал этого, но в вузе нет. | - в школе всегда вставал, потому что нас ругали, если мы этого не делали, а в университете не встаю;  - если преподаватель встает и говорит, что нужно поздороваться, то тогда и мы все встаем. | - в школе мы всегда вставали, но в вузе – нет;  - нет, никогда;  - нет, чаще всего мы не встаем из-за своих мест для приветствия. |
| 3. | - Говорите ли вы преподавателю «спасибо» после проведенного занятия? | - нет, мы не имеем такой возможности;  - в России всегда говорим «спасибо»;  - в российских вузах говорим «до свидания»;  - если не говорить «спасибо», то это считается признаком невежливости. | - это не обязательно, но всегда принято говорить «до свидания»;  - да, иногда мы всей группой хором говорим преподавателю «спасибо»; | - у нас нет такого обязательного регламента, мы всегда поддерживаем искренность, поэтому если это исходит от самого сердца, то в таком случае мы выражаем благодарность;  - да, иногда я автоматически могу поблагодарить преподавателя;  - да, я считаю, что выражать благодарность это является нормой и традицией;  - да, конечно, мы обязательно благодарим своих преподавателей за проведенное занятие. |
| 4. | - Принято ли дарить подарки учителям? | - я всегда дарю подарки учителям;  - да, это как выразить «спасибо» учителю;  - наши учителя тоже могут покупать подарки для учеников;  - в китайских вузах не принята такая практика, потому что важна объективная оценка преподавателя. | - да, принято вручать цветы преподавателям;  - да, мы соблюдаем этот ритуал с подарками для преподавателей. | - да, такая практика распространена, и многие преподаватели даже сами говорят о том, какие подарки нужно дарить;  - да, мы собираем всей группой деньги и покупаем преподавателям подарки. |
| 5. | - Есть ли у вас практика собираться с учителями и студентами после выпуска из вуза? | - мы много раз собирались вместе;  - с учителями – мало, с однокурсниками чаще. | - иногда во время экзаменов мы можем устраивать банкет для преподавателей;  - среди некоторых преподавателей такая практика запрещена, и мы можем дарить им только воду во время банкета. | - нет, такая практика не распространена;  - нет, никогда с таким не сталкивался;  - мы только делаем общую фотографию на память и не более. |
| Блок 2 | | | | |
|  | - Расскажите, как принято в России здороваться между студентами? | - не обниматься, просто говорить «привет»;  - парни иногда могут ударять друг друга по плечам, в качестве знака приветствия;  - принято махать руками;  - могу сказать «привет» и обнять человека, если мы хорошо знакомы. | - всегда говорю «привет» или «здравствуй»;  - иногда могу протянуть руку для приветствия;  - всегда целую при встрече, но только если это действительно мой близкий друг. | - целоваться принято очень редко, как правило, мы просто здороваемся за руку;  - целоваться принято только между девочками; |
| Блок 3 | | | | |
|  | - Как осуществляется взаимопомощь студентов в процессе проведения занятий? | - я всегда помогаю своим однокурсникам;  - я помогаю всегда, потому что надеюсь, что кто-то в дальнейшем поможем и мне;  - помощь всегда оказывается на взаимной основе;  - мы используем специальные жесты для помощи друг другу. | - конечно, мы всегда помогаем друг другу;  - да, мы помогаем друг другу и это отличный повод познакомиться поближе;  - в целом, помогать друг другу нельзя, но в некоторых случаях мы пренебрегаем этим правилом;  - я никогда не помогаю никому списывать;  - да, мы меняемся друг с другом ответами. | - да, в нашей группе принято помогать друг другу;  - да, принят помогать друг другу особенно во время экзаменов и каких-то важных контрольных работ;  - нет, не помогают, потому что боятся наказания или конкуренции;  - нет, какая-либо помощь запрещена. |
| Блок 4 | | | | |
|  | - Дарите ли вы подарки друг другу? | - все зависит от человека;  - когда меня приглашают на день рождения – я дарю подарок. | - да, принято, эти мероприятия очень полезны особенно для иностранных студентов;  - нет, в нашей группе такие ритуалы отсутствуют. | - да, мы бы может и хотели что-то подобное организовать и посетить, но очень устаем;  - да, конечно, мы, например, может по какому-либо поводу собраться и всей группой посетить бар. |

\

1. О. Конт Основы метафизики нравственности, Сочинения в 6 томах, Т.4, М., Мысль, 1965, [↑](#footnote-ref-2)
2. Э. Дюркгейм. Определение моральных фактов, Теоретическая социология: антология в двух частях, ч.1., М., Книжный дом, 2002 [↑](#footnote-ref-3)
3. Норберт Элиас «О процессе цивилизации. Социогенетические и психогенетические исследования», т.1. М., СПб, Университетская книга, 2001, с. 2 [↑](#footnote-ref-4)
4. Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол. – 2-е изд. – М.: Издательство «Ось-89», 1999. [↑](#footnote-ref-5)
5. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник. - М.: Инфра – М, 2002. [↑](#footnote-ref-6)
6. Алёхина И.В. Имидж и этикет делового человека. - М.: изд-во Дело, 2001. - 112 с. [↑](#footnote-ref-7)
7. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник. - М.: Инфра – М, 2002. [↑](#footnote-ref-8)
8. Алёхина И.В. Имидж и этикет делового человека. - М.: изд-во Дело, 2001. - 112 с. [↑](#footnote-ref-9)
9. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник. - М.: Инфра – М, 2002. [↑](#footnote-ref-10)
10. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-11)
11. 张大中，徐文中，孟凡驰。中国企业文化大辞典[M].北京：当代中国出版社，1999，6 (Чжан Дачжун, Сюй Вэньчжун, Мэн Фанчи. Словарь китайской культуры предпринимательства [М.]. Пекин: Современная китайская пресса, 1999. – С. 12. [↑](#footnote-ref-12)
12. 张大中，徐文中，孟凡驰。中国企业文化大辞典[M].北京：当代中国出版社，1999，6 (Чжан Дачжун, Сюй Вэньчжун, Мэн Фанчи. Словарь китайской культуры предпринимательства [М.]. Пекин: Современная китайская пресса, 1999. – С. 14. [↑](#footnote-ref-13)
13. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-14)
14. 邵培仁，范红霞。传播仪式与中国文化认同的重塑[J].当代传播，2010，（3）(Шао Пэйрен, Фань Хунся. Церемония общения и реконструкция культурной самобытности Китая [J]. Современная коммуникация, 2010, (3)). [↑](#footnote-ref-15)
15. Yang F., Tamney J.B. Nationalism, Globalization, and Chinese Traditions in the Twenty-First Century // Confucianism and Spiritual Traditions in Modern China and Beyond / eds.: F. Yang, J.B. Tamney. Boston ; Leiden, 2012. - P. 1-33. [↑](#footnote-ref-16)
16. 张大中，徐文中，孟凡驰。中国企业文化大辞典[M].北京：当代中国出版社，1999，6 (Чжан Дачжун, Сюй Вэньчжун, Мэн Фанчи. Словарь китайской культуры предпринимательства [М.]. Пекин: Современная китайская пресса, 1999, 6). [↑](#footnote-ref-17)
17. Yang F., Tamney J.B. Nationalism, Globalization, and Chinese Traditions in the Twenty-First Century // Confucianism and Spiritual Traditions in Modern China and Beyond / eds.: F. Yang, J.B. Tamney. Boston ; Leiden, 2012. - P. 1-33. [↑](#footnote-ref-18)
18. 张大中，徐文中，孟凡驰。中国企业文化大辞典[M].北京：当代中国出版社，1999，6 (Чжан Дачжун, Сюй Вэньчжун, Мэн Фанчи. Словарь китайской культуры предпринимательства [М.]. Пекин: Современная китайская пресса, 1999, 6). [↑](#footnote-ref-19)
19. Fang T. Chinese Business Negotiation Style. - CA: Sage Publications, 1999. [↑](#footnote-ref-20)
20. Там же. [↑](#footnote-ref-21)
21. 蒋璟萍。和谐社会视野的公民礼仪素质教育[J].河南社会科学，2009，（5）(Цзян Яньпин. Качественное образование гражданского этикета с точки зрения гармоничного общества [J]. Социальные науки Хенана, 2009, (5)). [↑](#footnote-ref-22)
22. 张大中，徐文中，孟凡驰。中国企业文化大辞典[M].北京：当代中国出版社，1999，6 (Чжан Дачжун, Сюй Вэньчжун, Мэн Фанчи. Словарь китайской культуры предпринимательства [М.]. Пекин: Современная китайская пресса, 1999, 6). [↑](#footnote-ref-23)
23. 蒋璟萍。和谐社会视野的公民礼仪素质教育[J].河南社会科学，2009，（5）(Цзян Яньпин. Качественное образование гражданского этикета с точки зрения гармоничного общества [J]. Социальные науки Хенана, 2009, (5)). [↑](#footnote-ref-24)
24. Fang T. Chinese Business Negotiation Style. - CA: Sage Publications, 1999. [↑](#footnote-ref-25)
25. Буяров Д.В. Современный Китай: Социально-экономическое развитие, национальная политика, этнопсихология. - М.: КРАСАНД, 2011. – 294 с. [↑](#footnote-ref-26)
26. Лян Шумин. В чем специфика китайской культуры? \\ Проблемы Дальнего Востока. - 2004. - № 4. - С.131-141. [↑](#footnote-ref-27)
27. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами: скрытые правила поведения. - М.: Рипол классик, 2010. - 282 с. [↑](#footnote-ref-28)
28. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами: скрытые правила поведения. - М.: Рипол классик, 2010. - 282 с. [↑](#footnote-ref-29)
29. Маслов А.А.. Конфуцианство в процессе модернизации Китая // Известия Восточного института. - 2015. - № 2 (26). - C. 3-9. [↑](#footnote-ref-30)
30. Буяров Д.В. Современный Китай: Социально-экономическое развитие, национальная политика, этнопсихология. - М.: КРАСАНД, 2011. – 294 с. [↑](#footnote-ref-31)
31. Маслов А.А. Китай: колокольца в пыли. Странствия мага и интеллектуала. – М.: Алетейя, 2005. - 376 с. [↑](#footnote-ref-32)
32. Шогенова Л.А. Статус конфуцианства за пределами Китая // Современный ученый. - 2017. - № 7. - C. 321-322. [↑](#footnote-ref-33)
33. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами: скрытые правила поведения. - М.: Рипол классик, 2010. - 282 с. [↑](#footnote-ref-34)
34. Буяров Д.В. Современный Китай: Социально-экономическое развитие, национальная политика, этнопсихология. - М.: КРАСАНД, 2011. – 294 с. [↑](#footnote-ref-35)
35. Маслов А.А. Китай: колокольца в пыли. Странствия мага и интеллектуала. – М.: Алетейя, 2005. - 376 с. [↑](#footnote-ref-36)
36. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами: скрытые правила поведения. - М.: Рипол классик, 2010. - 282 с. [↑](#footnote-ref-37)
37. Каретина Г.С. Конфуцианство в процессе модернизации Китая // Известия Восточного института. - 2015. - № 2 (26). - C. 3-9. [↑](#footnote-ref-38)
38. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами: скрытые правила поведения. - М.: Рипол классик, 2010. - 282 с. [↑](#footnote-ref-39)
39. Ли В., Суй Ж. Базовые сведения о Китае на русском языке. – Пекин, 2001. – с. 10 [↑](#footnote-ref-40)
40. 8 правил китайского бизнес-этикета. – URL: <https://www.logrusit.com/ru/blog/chinese-business-etiquette/> (дата обращения 12.02.2020). [↑](#footnote-ref-41)
41. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-42)
42. 蒋璟萍。和谐社会视野的公民礼仪素质教育[J].河南社会科学，2009，（5）(Цзян Яньпин. Качественное образование гражданского этикета с точки зрения гармоничного общества [J]. Социальные науки Хенана, 2009, (5)). [↑](#footnote-ref-43)
43. Ли В., Суй Ж. Фоновые сведения о Китае на русском языке. – Пекин, 2001. – с. 10. [↑](#footnote-ref-44)
44. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-45)
45. Fang T. Chinese Business Negotiation Style. - CA: Sage Publications, 1999. [↑](#footnote-ref-46)
46. Как управлять по-китайски. – URL: <http://www.orientalinstitute.ru/sinology/sinolo-articles/397-ch-rul.html> (дата обращения: 12.07.2018). [↑](#footnote-ref-47)
47. Ли В., Суй Ж. Фоновые сведения о Китае на русском языке. – Пекин, 2001. – с. 10. [↑](#footnote-ref-48)
48. 蒋璟萍。和谐社会视野的公民礼仪素质教育[J].河南社会科学，2009，（5）(Цзян Яньпин. Качественное образование гражданского этикета с точки зрения гармоничного общества [J]. Социальные науки Хенана, 2009, (5)). [↑](#footnote-ref-49)
49. 蒋璟萍。和谐社会视野的公民礼仪素质教育[J].河南社会科学，2009，（5）(Цзян Яньпин. Качественное образование гражданского этикета с точки зрения гармоничного общества [J]. Социальные науки Хенана, 2009, (5)). [↑](#footnote-ref-50)
50. Как управлять по-китайски. – URL: <http://www.orientalinstitute.ru/sinology/sinolo-articles/397-ch-rul.html> (дата обращения: 12.07.2018). [↑](#footnote-ref-51)
51. Ли В., Суй Ж. Базовые сведения о Китае на русском языке. – Пекин, 2001. – с. 10. [↑](#footnote-ref-52)
52. Как управлять по-китайски. – URL: <http://www.orientalinstitute.ru/sinology/sinolo-articles/397-ch-rul.html> (дата обращения: 12.07.2018). [↑](#footnote-ref-53)
53. 蒋璟萍。传统礼仪的意蕴及其现代价值[N].人民日报，2010-3-19，（7）(Цзян Яньпин. Значение традиционного этикета и его современное значение [N]. People's Daily, 2010-3-19, (7)). [↑](#footnote-ref-54)
54. 蒋璟萍。和谐社会视野的公民礼仪素质教育[J].河南社会科学，2009，（5）(Цзян Яньпин. Качественное образование гражданского этикета с точки зрения гармоничного общества [J]. Социальные науки Хенана, 2009, (5)). [↑](#footnote-ref-55)
55. Rosker J.S. Is Confucianism a religion? Modern Confucian theories on the ethical nature of classical discourses // Asian Philosophy. - 2017. - Vol. 27. - P. 279-291. [↑](#footnote-ref-56)
56. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-57)
57. Rosker J.S. Is Confucianism a religion? Modern Confucian theories on the ethical nature of classical discourses // Asian Philosophy. - 2017. - Vol. 27. - P. 279-291. [↑](#footnote-ref-58)
58. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-59)
59. Rosker J.S. Is Confucianism a religion? Modern Confucian theories on the ethical nature of classical discourses // Asian Philosophy. - 2017. - Vol. 27. - P. 279-291. [↑](#footnote-ref-60)
60. 蒋璟萍。传统礼仪的意蕴及其现代价值[N].人民日报，2010-3-19，（7）(Цзян Яньпин. Значение традиционного этикета и его современное значение [N]. People's Daily, 2010-3-19, (7)). [↑](#footnote-ref-61)
61. Rosker J.S. Is Confucianism a religion? Modern Confucian theories on the ethical nature of classical discourses // Asian Philosophy. - 2017. - Vol. 27. - P. 279-291. [↑](#footnote-ref-62)
62. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-63)
63. Чен М.-Дж. Китайский бизнес изнутри: практическое пособие по выстраиванию деловых отношений с китайскими партнерами / [пер. с англ. Н.Г. Печерицы]. - М.: Эксмо, 2009. - 282 c. [↑](#footnote-ref-64)
64. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-65)
65. Rosker J.S. Is Confucianism a religion? Modern Confucian theories on the ethical nature of classical discourses // Asian Philosophy. - 2017. - Vol. 27. - P. 279-291. [↑](#footnote-ref-66)
66. Xing Y., Razaque A. Modernization of Confucianism: An Ethnographic Observation of Cultural Promoting Community // Mediterranean Journal of Social Sciences. - 2017. - Vol. 8. - Iss. 2. - P. 137-146. [↑](#footnote-ref-67)
67. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-68)
68. Xing Y., Razaque A. Modernization of Confucianism: An Ethnographic Observation of Cultural Promoting Community // Mediterranean Journal of Social Sciences. - 2017. - Vol. 8. - Iss. 2. - P. 137-146. [↑](#footnote-ref-69)
69. Rosker J.S. Is Confucianism a religion? Modern Confucian theories on the ethical nature of classical discourses // Asian Philosophy. - 2017. - Vol. 27. - P. 279-291. [↑](#footnote-ref-70)
70. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-71)
71. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-72)
72. Rosker J.S. Is Confucianism a religion? Modern Confucian theories on the ethical nature of classical discourses // Asian Philosophy. - 2017. - Vol. 27. - P. 279-291. [↑](#footnote-ref-73)
73. 蒋璟萍。和谐社会视野的公民礼仪素质教育[J].河南社会科学，2009，（5）(Цзян Яньпин. Качественное образование гражданского этикета с точки зрения гармоничного общества [J]. Социальные науки Хенана, 2009, (5)). [↑](#footnote-ref-74)
74. 案例份折，跨文化商务交流. 北京：对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. - Пекин: Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. - 310 с. [↑](#footnote-ref-75)
75. 蒋璟萍。和谐社会视野的公民礼仪素质教育[J].河南社会科学，2009，（5）(Цзян Яньпин. Качественное образование гражданского этикета с точки зрения гармоничного общества [J]. Социальные науки Хенана, 2009, (5)). [↑](#footnote-ref-76)
76. Бурдак И. Корпоративный сайт как средство рекламной коммуникации. – URL: <https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/corpsite_howto.htm> (дата обращения: 17.03.2020 ). [↑](#footnote-ref-77)
77. Бурдак И. Корпоративный сайт как средство рекламной коммуникации. – URL: <https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/corpsite_howto.htm> (дата обращения: 17.03.2020 ) [↑](#footnote-ref-78)