

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(Н И У « Б е л Г У »)**

**Институт межкультурной коммуникации и
международных отношений
Подготовительный факультет**

Кафедра русского языка и межкультурной коммуникации

**«ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В КИТАЙСКОМ,
РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ»**

Выпускная квалификационная работа
магистранта очной формы обучения

Направление подготовки
45.04.01-Филология
Магистерская программа
«Русский язык как иностранный»

НЮ ЮЙФЭН

Научный руководитель:
Кандидат педагогических
наук, доцент кафедры русского
языка и межкультурной
коммуникации
Субботина И.М.

Рецензент:
Кандидат филологических
наук, доцент кафедры иностранных
языков и профессиональной
коммуникации
Маркова Е.И.

Белгород 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА I. НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ	
1.1. Особенности делового общения.....	8
1.1.1. Характеристики делового общения.....	11
1.1.2. О стереотипах в деловом общении.....	13
1.2. Речевой этикет: определение и функции.....	15
1.2.1. Национальный речевой этикет.....	18
1.2.2. Деловой этикет.....	23
1.3. Роль делового этикета в международном общении.....	24
1.3.1. Особенности делового этикета в Китае.....	27
1.3.2 Особенности делового этикета в России	32
1.3.3 Специфика делового общения в Англии.....	37
ВЫВОДЫ	38
ГЛАВА II. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФОРМУЛ РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА И НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ (на материале китайского, русского и английского языков).....	41
2.1.Сопоставление китайских, русских и английских формул речевого этикета в деловом общении.....	41
2.1.1 Приветствие.....	44
2.1.2. Обращение.....	46
2.1.3. Согласие.....	53
2.1.4. Несогласие, отказ.....	56
2.1.5.Выражение благодарности.....	59
2.1.6. Просьба.....	62
2.1.7. Прощание.....	65
2.2. Сравнительный анализ русских, китайских и английских невербальных средств коммуникации в деловом общении.....	69
2.2.1. Особенности невербальных средств коммуникации в Китае.....	70
2.2.2.Особенности невербальной коммуникации русских и англичан.....	78

ВЫВОДЫ	83
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	86
БИБЛИОГРАФИЯ	88

ВВЕДЕНИЕ

Изучение проблем межкультурной коммуникации относится к числу наиболее востребованных и важных направлений современных научных исследований коммуникационных процессов.

Исследуя проблемы межкультурной коммуникации в работе «Русское коммуникативное поведение», Ю.Е. Прохоров и И.А. Стернин отмечают, что в настоящее время активизировался интерес к межкультурной коммуникации и межкультурному взаимопониманию, проблемам национальной идентификации и национальной самобытности народов; расширились международные контакты, появилась практическая потребность в объяснении и интерпретации коммуникативных различий, выявляющихся в процессе такого общения (Прохоров, Стернин 2003, с.19).

С развитием международной торговли общение людей, представляющих разные культуры, стали повседневным явлением. Наука находит все новые свидетельства тому, что люди более сходны в своем внутреннем, нравственном, этическом измерении и различаются, главным образом, во внешних проявлениях, обычаях, ритуалах одежде и т.д. Одной из основных сфер практических поисков нейтрализации этих различий стала сфера бизнеса, где целесообразность любого нововведения, новой идеи доказывается быстро и просто – получением большей прибыли, достижением большей эффективности.

В процессе глобализации в области науки и политики растут усилия ученых, транснациональных организаций и правительств разных стран, направленные на взаимопонимание и диалог. Все очевиднее становится тот факт, что для этого требуется не только более интенсивное изучение иностранных языков, но и понимание чужих обычаев и культур в процессе обучения деловому общению.

В последнее время активно разрабатывается новое направление лингводидактики – обучение языку делового общения (Хавронина 2002, Колтунова 2005, Ду Янь 2009 и др.), проводятся семинары, мастер-классы, предназначенные как для преподавателей и переводчиков, так и для деловых людей, чья профессиональная деятельность лежит в сфере международного бизнеса.

В деловых кругах утвердилась мысль о том, что специалисты в сфере международных бизнес-контактов должны владеть языком профессионального общения, включающим и международные, и национально-культурные компоненты.

Таким образом, **актуальность** нашего исследования обусловлена интересом к изучению особенностей языка делового общения и вызвана, прежде всего, осознанием практической потребности специалистов международного класса в сфере бизнеса, обладающих знаниями культуры, традиций, привычек, специфики речевого этикета и поведения той или иной национальности.

В нашей работе предпринята попытка исследовать и выявить национальное своеобразие вербальных и невербальных средств в международном деловом общении с учетом этнических и конфессиональных особенностей стран изучаемого иностранного языка с целью предупреждения возможных коммуникативных неудач и сбоев в ситуациях делового общения.

Объектом исследования в нашей работе является международное деловое общение.

Предметом исследования являются вербальные и невербальные средства международного делового общения.

В исследовании предпринимается попытка выявления национального своеобразия вербальных и невербальных средств делового общения на материале китайского, русского и английского языков с целью

предупреждения возможных коммуникативных неудач и сбоев. В этом состоит **новизна исследования**.

Основные цели работы – рассмотрение национальной специфики речевого этикета в деловом общении, проблем международного делового общения, в частности, специфики русской, китайской и английской деловых культур в сопоставительном плане, на основе научных исследований в области лингвистики, психолингвистики, культурологии, социолингвистики и других смежных дисциплин.

Эти цели обусловили **задачи исследования**:

- 1) характеристика делового общения;
- 2) определение роли делового этикета в международном общении;
- 3) краткая характеристика особенностей делового этикета в Китае, России и Англии.
- 4) анализ формул речевого этикета и невербальных средств общения.

Материалом исследования стали этикетные формулы и невербальные средства коммуникации международного делового общения.

Гипотеза исследования заключается в следующем: международное деловое взаимодействие будет еще более эффективным, если обучение иностранному языку будет строиться с учетом специфики деловой культуры изучаемых стран в целом; а также изучение речевого этикета и невербальные средства делового общения будут способствовать повышению эффективности обучения деловому международному общению.

Методы исследования: для достижения вышеуказанной цели использовались метод наблюдения, культурно-лингвистический анализ синхронного состояния речевого этикета и невербальных средств общения, описательно-аналитический, аналитический и сопоставительный методы.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы для более глубокого изучения языка

делового общения, описания своеобразия национальных форм делового общения, в том числе в сопоставительном плане.

Практическая ценность исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы преподавателями на занятиях по иностранному языку со слушателями курсов по международному бизнесу, студентами языковых вузов, а также учтены авторами учебных пособий по языку делового общения, кроме того, полезны всем, кто вовлечен в межнациональные деловые отношения.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Эффективность международных деловых контактов (переговоров) зависит, прежде всего от знания международных норм и национальной специфики делового общения, не исключая при этом других параметров.

2. При обучении иностранному языку делового общения студентам необходимо учитывать специфику национального речевого этикета и невербальных средств коммуникации.

3. Сопоставительное изучение китайского, русского и английского языков делового общения поможет выявлению в них общего и различного и будет способствовать совершенствованию формы и содержания учебных материалов для обучения международному деловому общению.

Апробация работы. Результаты диссертационного исследования отражены в двух статьях, ежегодных отчетах магистрантов на заседаниях кафедры русского языка и межкультурной коммуникации, выступлениях на международных студенческих научных конференциях.

Структура работы определяется целями и задачами исследования. Она состоит из введения, двух глав, заключения и библиографии.

ГЛАВА I. НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

1.1. Особенности делового общения

С развитием международной торговли и глобальных связей в области науки и политики растут усилия ученых, национальных организаций и правительств разных стран, направленные на то, чтобы углубить взаимопонимание и наладить диалог. Все очевиднее становится тот факт, что для этого требуется не только более интенсивное и полномасштабное изучение иностранных языков, но и понимание чужих обычаев и культур. Эффективность международных деловых контактов зависит, среди других параметров, от знания международных норм и национальной специфики делового общения.

Деловое общение - это сложный многоплановый процесс коммуникации между людьми в служебной сфере, ориентированный на достижение цели и решение конкретных задач. Специфической особенностью данного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным правилам и принципам, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими поведением. Участники находятся в особых официальных статусах.

Деловое общение осуществляется как между равными по статусу, так и между руководителем и подчиненным.

Общим правилом считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам и партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

Деловое общение характеризуется взаимодействием, при котором партнеры устанавливают контакт, обмениваются определенной информацией в процессе совместной деятельности.

Деловое общение состоит из следующих этапов: 1) Установка контакта (знакомство - представление себя другому человеку); 2) Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы; 3) Обсуждение интересующей проблемы; обмен аргументами; 4) взаимовыгодное решение проблемы; 5) Завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

Деловое общение сегодня проникает во все сферы общественной жизни. В коммерческие, деловые отношения вступают предприятия всех форм собственности, частные лица. Компетентность в деловом общении непосредственно связана с успехом или неуспехом в любом деле: науке, искусстве, производстве, торговле. Особенно это касается менеджеров, предпринимателей, организаторов производства, людей, занятых в сфере управления и бизнеса, т.к. Умение вести переговоры составляет часть их профессионального имиджа.

Специфика делового общения заключается в том, что в процессе взаимодействия устанавливаются партнерские отношения, построенные на основах взаимного уважения и доверия.

Другой специфической особенностью делового общения является его регламентированность, т. е. подчиненность установленным правилам и принципам взаимодействия. Регламентированность делового общения выражается также во внимании к речи. Важно знать и уметь пользоваться принятыми нормами делового этикета — этикетными формулами, клише в

зависимости от конкретной ситуации общения: приветствия, просьбы, благодарности и т. д. (например, «Здравствуйте», «Будьте добры», «Разрешите принести извинения», «Рад видеть Вас снова» и т.п.). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик.

Эти правила определяются типом делового общения, его формой, степенью официальности и теми конкретными целями и задачами, которые стоят перед партнерами. Эти правила определяются национальными культурными традициями и общественными нормами поведения.

Они фиксируются, оформляются в виде протокола (делового, дипломатического), существуют в виде общепринятых норм социального поведения, в виде этикетных требований.

Еще одна особенность делового общения — строгое соблюдение определенной роли участниками процесса. В повседневной жизни мы также используем различные роли: жены, мужа, отца, матери, продавца, покупателя и т.д. В течение дня наши роли могут несколько раз меняться. То же происходит и в деловом общении, где участникам этого процесса приходится примерять разные роли в зависимости от ситуации (быть начальником, подчиненным, коллегой, партнером, специалистом и т. п.) Соблюдение ролевого статуса в деловом общении упорядочивает, стабилизирует и облегчает рабочий процесс, тем самым приводит к достижению цели.

К особенностям делового общения относится и повышенная ответственность участников за его результат. Умением правильно сформулировать цель сотрудничества, определить интересы партнеров, выстроить обоснование собственной позиции и подобрать соответствующие ситуации реплики ведет к успешному деловому взаимодействию.

Следовательно, такие личные качества как обязательность, организованность, верность слову, а также соблюдение

нравственно-этических норм и принципов приобретают в деловом общении особую значимость.

Особое отношение предьявляется к использованию его участниками вербальных и невербальных средств. В деловом общении не допускаются бранные слова и нецензурные выражения, просторечие, нежелательным является использование слов ограниченной сферы употребления (жаргонизмов, диалектизмов, архаизмов и др.).

Итак, мы рассматриваем деловое общение как процесс взаимодействия, направленный на обмен деловой информацией и опытом работы, выработку единой стратегии взаимодействия, в результате достигающую определенного результата в совместной работе, решение конкретных задач или реализацию определенной поставленной цели. Спецификой этого процесса является момент регламента, то есть ссылка на установленные правила, которые подчиняются культурным и национальным традициям определенного народа, профессиональным этническим принципам, принятым в данном профессиональном круге лиц. Регламент в свою очередь, опирается на речевой этикет — нормы языкового поведения, выработанные обществом. Это устойчивые конструкции или клише, которые меняются в зависимости от ситуации (например, ситуации приветствия, благодарности, просьбы и др.)

1.1.1. Характеристики делового общения

Значительную часть делового общения занимает служебное общение, т.е. совместная деятельность людей в организованное рабочее время, например, деловые приемы, семинары, выставки и проч. Существует прямое общение (непосредственный контакт) и косвенное (между партнерами – пространственно-временная дистанция). Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и

внушения, чем косвенное.

Субъектом делового общения выступают индивид, группа - общество в целом. Мотивы и цели субъектов на начальных стадиях могут не совпадать и по мере обмена суждениями сторонами во время деловых бесед или переговоров происходит сближение мотивов и целей поведения партнеров, что является главным направлением оптимизации всего процесса общения, главным условием достижения взаимопонимания и выработки конструктивных взаимоприемлемых результатов. В сближении позиций собеседников - глубокий внутренний смысл общения (проистекающего в форме беседы, совещания, диалога, переговоров, дискуссий и пр.). Деловое общение, сближая позиции собеседников, строит тем самым доброжелательные и честные отношения партнеров друг с другом и с обществом в целом.

По способу обмена информацией различают устное и письменное деловое общение. Устные виды делового общения делятся на монологические и диалогические. К монологическим видам относятся: а) приветственная речь; б) доклады (на заседании, собрании). Диалогические виды: а) деловой разговор (кратковременный контакт, преимущественно на одну тему); б) деловая беседа (продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений); в) переговоры (обсуждение с целью заключения соглашения по какому - либо вопросу); г) интервью (разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения); д) дискуссия; совещание (собрание); пресс – конференция; е) телефонный разговор.

В прямом контакте и непосредственной беседе наибольшее значение имеют устная и невербальная коммуникации.

Письменные виды делового общения - это многочисленные служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и объяснительная записка, акт, заявление, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ,

доверенность и др.

По содержанию общение может быть разделено на:

- 1) Материальное - обмен предметами и продуктами деятельности;
- 2) Когнитивное - обмен знаниями;
- 3) Мотивационное - обмен побуждениями, целями, интересами, мотива-ми, потребностями;
- 4) Деятельностное - обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

По средствам общения возможно деление на такие четыре вида:

А) Непосредственное - осуществляемое с помощью органов, данных живому существу: руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.;

Б) Опосредованное - связанное с использованием специальных средств и орудий;

В) Прямое - предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения;

Г) Косвенное - осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди.

Таким образом, деловое общение — процесс сложный и многогранный, направленный на установление и развитие контактов между людьми в служебной сфере. Соответственно чем выше компетентность в сфере делового общения тем лучше результат общения, который отражается в успехе или неуспехе любого дела. коммуникативная компетентность в общении представляет важнейшую часть профессионального имиджа менеджеров, предпринимателей и других людей, занятых в сфере бизнеса. Как говорят предприимчивые люди: «Бизнес - это умение разговаривать с людьми», поэтому изучение и анализ формул речевого этикета в международном общении в различных ситуациях представляется для нас очень важным процессом.

1.1.2. О стереотипах в деловом общении

В настоящее время очень часто мы слышим, что нужно ломать, преодолевать стереотипы. Возможно..., когда мы говорим о социальной рутине, об отживших формах управления, застывших представлениях об устройстве общества — это надо преодолеть. Но стереотип стереотипу рознь. Если подумать, то в нашей повседневной жизни множество стереотипного, привычного в поведении, в том числе и речевом, что помогает нам исполнять привычное автоматически, освобождая умственную и физическую энергию для творческих целей. Для гармоничного взаимодействия в обществе необходимо вырабатывать стандартизированные нормы социального поведения (некий образец, шаблон), особенно это характерно для делового общения. Поведение человека (в том числе и речевое) осуществляется в рамках неписанных (и писанных) правил (законов), которые вырабатывались обществом многократным повторением одинаковых проявлений в стандартных деловых ситуациях. Л.П. Якубинский писал: «Говорение в связи с определенными шаблонами быта влечет образование целых шаблонных фраз, как бы прикрепленных к данным бытовым положениям и шаблонным темам разговора» [125]. Действительно, проанализировав повторяющиеся ситуации делового общения, мы без труда заметим, что пользуемся речевыми формулами, стереотипами общения. *Сколько стоит...; Покажите, пожалуйста...; Позвольте представиться...* - все это шаблоны при знакомстве людей, партнеров и т.д. То есть существуют определенные стандарты, стереотипы в деловом общении для конкретной ситуации. Стереотипы, стандарты, клише экономят нам массу времени, когда мы извлекаем информацию из стандартной «упаковки». Как заметил Костомаров В.Г.: «Завершая рассмотрение мультипликативной, дистрибутивной неоднократности, мы хотели бы обратить внимание на то, что названные типы множества ситуаций

представляют собой результат классификации, для которой используются два бинарных семантических признака»? Конечно же, это отрывок из научного произведения, мы и распознаем это по типизированным способам изложения мысли в сугубо научной терминологии, в синтаксическом строе предложений — с деепричастным оборотом и сложноподчиненным предложением, в авторском «мы» вместо «я». А это: *Настоящим предписывается неукоснительное исполнение вышеназванного?* Это, вне всякого сомнения, официально-деловой документ, канцелярская бумага» [46].

Наконец, существуют ритуалы, при исполнении которых текст оказывается жестко стандартизованным, канонизированным. Таковы церемонии встречи, проводов официальных гостей, ритуал защиты диссертации, дипломатический протокол и др.

В деловом общении множество повторяющихся коммуникативных проявлений стереотипов в совокупности образуют жизненно важную сферу человеческих отношений, и прежде всего в отношении этикета.

Таким образом, по мере социализации человек, становясь личностью, овладевая языком и речевыми взаимоотношениями, познает этические нормы взаимоотношений, овладевает культурой делового общения. Для этого необходимо ориентироваться в деловых ситуациях общения, в ролевых признаках партнера, соответствовать собственным социальным и психологическим признакам и удовлетворять ожидания других людей, стремиться к «образцу», сложившемуся в сознании носителей языка, действовать по правилам коммуникативных ролей говорящего или слушающего, строить текст в соответствии со стилистическими нормами, владеть устными и письменными формами делового общения, а также иметь представление о невербальных средствах коммуникации. Но что особенно важно, так это владение правилами речевого этикета.

1.2. Речевой этикет: определение и функции.

Этикет (от французского—ярлык, этикетка) — совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям (обхождение с окружающими, формы обращения и приветствий, поведение в общественных местах, манеры и одежда)». Если этикет как установившийся в обществе свод правил регулирует наше поведение в соответствии с социальными требованиями, то речевой этикет можно определить как регулирующие правила речевого поведения. Это широкая зона единиц языка и речи, которая словесно выражает этикет поведения, дает нам в руки те языковые богатства, которые накопились в каждом обществе для выражения неконфликтного, «нормального» отношения к людям, а это значит — отношения доброжелательного. С другой стороны, речевой этикет регулирует сложный выбор наиболее подходящего, наиболее уместного средства именно данным человеком. для его конкретного адресата, в данном конкретном случае, в данной ситуации и обстановке общения. В одном случае получается текст: *Зин, а Зин, сходим в кино!*, а в другом: *Уважаемая Зинаида Ивановна, разрешите пригласить вас на новый фильм.* Мы каждый день и по много раз употребляем выражения речевого этикета: обращаемся к людям, приветствуем их, прощаемся, благодарим, извиняемся, поздравляем с праздником, желаем успехов — и т.д. и т.п. Мы сочувствуем и соболезнуем, одобряем и делаем комплимент, мы что-то советуем, кого-то приглашаем, о чем-то просим — и все это так, при этом учитывая и официальную или неофициальную обстановку общения, и свои собственные роли относительно ролей собеседника, и конкретную ситуацию общения, и национальные привычки и обычаи. И все это привычно, автоматически, потому что «так надо».

Таким образом, под **речевым этикетом** мы понимаем

«регулирующие правила речевого поведения, система национально-специфичных, стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности» [106].

Речевой этикет выполняет ряд функций. Во-первых, он способствует установлению контакта между собеседниками. Наиболее очевидно эта функция проявляется в момент произнесения приветственных фраз.

Вторую функцию определяют как апеллятивную, то есть служащую для привлечения внимания собеседника. Так, фразы: *«Простите, пожалуйста, как пройти...»* или *«Скажите, пожалуйста, ...»* – помогают говорящему обратить на себя внимание собеседника, подготовить его к коммуникации.

С указанной функцией связана еще одна очень значимая функция – конативная, то есть функция ориентации на собеседника. С помощью тех или иных речевых этикетных формул собеседники выражают свое отношение друг к другу. В общении с одним человеком мы говорим: *«Привет!»*, – а с другим партнером используем фразу *«Здравствуйте!»*. Выбор данных фраз определяется возрастом, полом, статусом и степенью знакомства собеседников.

Весьма важной является волеизъявительная функция, поскольку от того, насколько грамотно мы выстраиваем просьбу, приглашение, совет, зависит эффективность нашего общения.

Наконец, следует отметить эмотивную функцию, которая связана с выражением чувств и эмоций по отношению к партнеру по общению. Владение речевым этикетом делает общение людей комфортным, поскольку в этом случае собеседникам легче прогнозировать реакцию друг друга на те

или иные действия партнера. Во все времена этикетная выверенность поведения человека высоко ценилась обществом.

Начало изучению русского речевого этикета положила статья В.Г. Костомарова «Русский речевой этикет» в 1967 г. В последние десятилетия речевой этикет становится предметом лингвистических исследований, благодаря прежде всего работам Н.И. Формановской. Причем научные исследования проводятся в разных аспектах: лингвокультурологическом (Акишина, Формановская, 1975), прагматическом (Формановская, 1982, 1989), социолингвистическом (Гольдин, 1978), методическом (Лазуткина, 1998; Смелкова, 1997). В результате выявлены разноуровневые языковые средства, используемые в общении в качестве этикетных формул, определена семантика указанных единиц, их социальные смыслы (Формановская). Классификация этих формул по ситуациям получила научное обоснование. Так, выявлена их социально-стилистическая маркированность, определена национальная специфика русского речевого этикета в сопоставлении с некоторыми другими языками, т.е. каждый из национальных языков проявляет свои особенности.

2.1.2. Национальный речевой этикет

Речевой этикет — важный элемент всякой национальной культуры. В языке, речевом поведении, устойчивых формулах (стереотипах) общения отложился богатый народный опыт, неповторимость обычаев, образа жизни, условий быта каждого народа. А это бесконечно ценно. Поэтому несколько слов о национальной специфике речевого этикета.

И. Эренбург оставил такое интересное свидетельство: «Европейцы, здороваясь, протягивают руку, а китаец, японец или индеец вынужден пожать конечность чужого человека. Если бы приезжий совал парижанам или москвичам босую ногу, вряд ли это вызвало бы восторг. Житель Вены говорит «целую руку», не задумываясь над смыслом своих

слов, а житель Варгnavы, когда его знакомят с дамой, машинально целует ей руку. Англичанин, возмущенный проделками своего конкурента, пишет ему: «Дорогой сэра, вы мошенник», без «дорогого сэра» он не может начать письмо. В Европе цвет траура черный, в Китае — белый. Когда китаец видит впервые, как европеец или американец идет под руку с женщиной, порой даже ее целует, это кажется ему чрезвычайно бесстыдным. В Японии нельзя войти в дом, не сняв обуви; в ресторанах на полу сидят мужчины в европейских костюмах и в носках. В пекинской гостинице мебель была европейской, но вход в комнату традиционно китайским — ширма не позволяла войти прямо; это связано с представлением, что черт идет напрямик; а по нашим представлениям черт хитер и ему ничего не стоит обойти любую перегородку. Если к европейцу приходит гость и восхищается картиной на стене, вазой или другой безделушкой, то хозяин доволен. Если европеец начинает восторгаться вещицей в доме китайца, хозяин ему дарит этот предмет — того требует вежливость. Мать меня учила, что в гостях нельзя ничего оставлять на тарелке. В Китае к чашке сухого риса, которую подают в конце обеда, никто не притрагивается — нужно показать, что ты сыт. Мир многообразен, и не стоит ломать голову над тем или иным обычаем: если есть чужие монастыри, то, следовательно, есть и чужие уставы» (*И. Эренбург. Люди, годы, жизнь*).

Конечно, многое из перечисленного И. Эренбургом устарело, и сегодня молодые китайцы ведут себя на улицах крупных городов так же, как и европейцы, но всё неповторимыми остаются глубинные народные культурные традиции, обычаи, как в примере: «Темучин потчевал мудреца, который сразу пришёлся ему по душе своей простотой и приветливостью. Гость ел очень мало и ничего, кроме чая и родниковой воды, не пил, хотя его угощали и вином, и мёдом, и кумысом. Он ни разу не сказал «нет», но очевидный отказ его отвесть то или иное блюдо был

сделан с таким тактом, что не вызывал никакой обиды. Лишь изощрённейшая культура могла выработать такие приёмы вести застольную беседу, какими окончательно пленил владыку даос» (*Е. Тарнов. Третий глаз Шивы*).

Национальная специфика речевого этикета в каждой стране чрезвычайно ярка, потому что на неповторимые особенности языка здесь накладываются особенности обрядов, привычек, всего принятого и непринятого в поведении, разрешенного и запрещенного в социальном этикете. Порой самым неожиданным образом проявляются национально-культурные особенности речевого поведения говорящих. Например, приведем такой разговор, описывающий встречу и обмен приветствиями между двумя чехами:

- Привет! Как дела?
- Да, не особо..
- И не говори, а в чем дело?
- Знаешь, столько забот.
- Мне б твои заботы!
- А ты как?
- Да, знаешь неважно.
- А как здоровье?
- Пока жив. А что у вас дома?
- Ничего. Потихоньку, ну, ладно, будь здоров!
- И тебе не хворать.

Не правда ли, создается впечатление, что у собеседников дела идут неважно. Но это не так, просто при встрече по обычаю, привычке чехи не склонны говорить, что у него жизнь идет хорошо, он скорее предпочитает жаловаться. Однако жалуется он бодрым тоном и как бы хвастается заботами, гордится трудностями и огорчениями, потому что без трудностей, по его представлениям, живет лишь бездельник. У

серьезного же человека на уме одни заботы. Ну а если ближний на вопрос: *Как дела?* — ответит, что у него все хорошо, то тотчас возбудит смутное подозрение: он что-то скрывает! Вот ведь как любопытны национальные особенности использования речевого этикета! По наблюдениям, русские на вопрос: *Как дела?* — предпочитают усредненный ответ: *Ничего! Помаленьку!*, а вот от болгарина не редкость услышать: *Хорошо!*

Вообще специфика приветствий и всякого рода осведомлений при встрече у разных народов очень интересна. В Китае, например, приветствие «Ни чифань ла ма? — Кушали ли вы? Ответ: Чи ла! Сесе! — Кушал! Спасибо! (даже если вы и голодны)». Объяснение появления такой формы приветствия можно найти в культуре китайского народа. В древнем китайском менталитете существовало представление о том, что «Еда для народа является небом (самым важным)», так как в длительный исторический период существования феодального строя в Китае простой народ в большинстве своем не имел достаточно средств для полноценного питания, но всегда стремился к сытости. Поэтому вопрос о том, не голоден ли собеседник, свидетельствовал о заботе адресата. Заметим, что сегодня эта форма приветствия устарела и очень редко используется в деловом общении, так как с развитием экономики после начала проведения политических реформ уровень жизни в Китае улучшился. Соответственно приветствие "你吃了吗?" (Ни чи (фань) ла ма? - Вы поели?) используется, в основном, представителями старшего поколения на севере Китая.

Примеров национальной специфики речевого и неречевого поведения разных народов в коммуникативных ситуациях множество. Каждый из русских, кто оказался в какой-либо стране, сразу замечает такие особенности. Вот впечатления о Китае:

«Одно наблюдение. Показывая, даже рассказывая о себе, китайцы

умудряются говорить более всего с вами о вас, нежели о самих себе, как бы отступая в тень, тушуясь весьма деликатно. Но пусть вас это поведение не обманет. Китаец при этом очень внимательно смотрит, насколько и вы деликатны, умея все же настоять на своем интересе к нему» (*Л. Васильева, Неприснившийся Китай*).

Или впечатления об Англии:

«Я уже говорил, что к моему сыну часто приходил английский мальчик лет тринадцати. Жена угощала их чаем с булочками или пирожным. Каждый раз после чая парень приходил на кухню и говорил моей жене:

— Большое спасибо, миссис Орестов, за чай и очень вкусные булочки. Я давно не ел таких замечательных пирожных, благодарю вас.

Не беда, что пирожные были куплены в соседней кондитерской, где их покупают и родители мальчика. Просто он твердо знает, что нельзя уйти из чужого дома, не поблагодарив и не похвалив угощение» (*О. Орестов. Другая жизнь и берег дальний*).

Сколько добра в речевом этикете и сколько национальной культуры! *Добрый день!* и *Добрый вечер!*; *Добро пожаловать!* и *Хлеб да соль!*; *Не поминайте лихом!*; *Милости прошу к нашему шалашу!*; *Будьте как дома!*; *Заходите, гостем будете!*; *Прошу любить и жаловать!*—и всегда благопожелание, доброжелательство, в котором исходный глубокий народный смысл. Академик Н. Моисеев говорит: «Я думаю, например, что древний принцип «полюби ближнего, как самого себя» должен будет возродиться в новом виде, отвечающем ясному естественнонаучному пониманию необходимости кооперативной деятельности людей!» (*Из журнала*).

Таким образом, нужно помнить: «Слово, как сказал поэт, полководец человеческой силы. Могущество его беспредельно. Оно и лечит, и наносит смертельные раны, яростных врагов делает верными

друзьями или дружбу превращает в ненависть и навсегда разлучает людей. И, видимо, потому с древних времен мудрецы призывают умело обращаться с этим грозным оружием» (*Из газеты*).

1.2.2. Деловой этикет

Деловой этикет занимает особое место в искусстве поведения. Если, нарушая те или иные нормы поведения, в быту и в обществе вы рискуете главным образом своей репутацией воспитанного человека, то в бизнесе такие ошибки могут стоить больших денег и карьеры. Великий мастер и учитель в сфере деловых отношений Дейл Карнеги утверждал, что успех человека в финансовых делах на пятнадцать процентов зависит от его профессиональных знаний и на восемьдесят пять – от его умения общаться с людьми. В самом деле, любой бизнес – это скоординированные действия множества людей, и эффективность этих действий прямо зависит от их способности налаживать отношения друг с другом.

Общеизвестно, что движущей силой экономики являются потребности общества и производства и конкуренция. Эти факторы обуславливают непрерывную перестройку национальных экономик и мировой экономики в целом, сопровождающуюся исчезновением отдельных фирм и даже отраслей и возникновением других. При этом судьба отдельного работника в таких сложных условиях зависит не только от фатальности рока и воли начальства, но и от соответствия его качеств и потенций стоящим перед фирмой задачам. Мало быть способным к выполнению своей миссии – надо уметь сыграть эту роль перед другими, чтобы и они в вас поверили. Короче говоря, вы должны быть в состоянии вести себя так, чтобы у нужных людей сложилось о вас благоприятное мнение.

Таким образом, умение вести себя должным образом, т.е. соблюдение этикета, стало ныне одним из важнейших условий и способов вырваться в

перёд и сохранить лидерство в бизнесе. Иными словами, твёрдо усвойте, что соблюдение делового этикета – один из элементов вашей профессиональной стратегии.

Мало просто быть вежливым и воспитанным человеком. Нужны конкретные знания тонкостей этой области человеческих взаимоотношений. А их великое множество: как и когда сказать нужное слово или промолчать, сделать соответствующий событию подарок, как составить полезный для дела круг общения, умение организовать деловую трапезу и вести себя на ней и т.д. и т.п. – и все с тем прицелом, чтобы эти контакты и поступки благоприятно отражались на делах фирмы и ваших собственных.

Правила делового этикета могут различаться в отдельных фирмах и отраслях производства. Вы обязаны знать эти особенности в каждом конкретном случае. Кроме того, глобальность экономических связей обязывает людей знать правила хорошего тона других стран. Нарушение этих правил приводит к разрыву деловых связей и оборачивается потерей рынков сбыта.

1.3. Роль делового этикета в международном общении

Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важным видом отношений с другими людьми. В общении обычно формируется более или менее устойчивая система целей. Чтобы добиться успеха в общении с деловым партнером, нужно понять, в чем состоят его интересы, и это можно сделать, даже если партнер пытается их скрыть. Для делового человека чрезвычайно важно грамотно выражать свои мысли, уметь достигать взаимопонимания в решении многих задач в непосредственном

взаимодействии людей в рамках различных событий и т. д.

Деловой этикет – важная составляющая деловых отношений, которая базируется на многовековой мудрости, определяющей представления о духовных ценностях (справедливости, честности, верности слову и т.д.). Установление прочных деловых отношений с зарубежными партнёрами возможно только при условии изучения делового этикета той страны, в которую предстоит отправиться [2].

Международный деловой этикет – результат длительного отбора правил и норм наиболее целесообразного поведения, которое способствует успеху в международных деловых отношениях. Установление прочных деловых связей и отношений с зарубежными партнерами обязывает знать и уметь использовать принципы и правила делового этикета различных стран.

Международный этикет включает в себя нравственные и поведенческие установки различных социальных и национальностей групп. Знание и соблюдение элементарных правил и норм этики и этикета, способствует более эффективному повседневному, деловому, а также международному общению.

В связи с увеличением интенсивности международных контактов особое внимание направлено на изучение процесса общения представителей разных национальностей. Национально–культурная специфика оказывает огромное влияние на эффективность общения. Когда в контакт вступают представители разных национальных культур, даже говоря на одном языке, каждый представитель действует по своей национальной модели поведения, иногда весьма резко отличающейся от модели поведения другого представителя.

В каждой стране и у каждого народа существуют традиции и обычаи общения и этики. Существует две точки зрения на наличие национальных особенностей. Во–первых, каждая нация признает наличие своих особенностей в сфере этики и этикета, отводит национальным особенностям

одно из центральных мест в международном общении, в частности на переговорах, составляющих основу общения. Во-вторых, интенсивность делового общения в современном мире приводит к «размыванию» национальных границ, формированию единых норм и правил. Увеличение численности бизнесменов и туристов, которые посещают зарубежные страны, знакомятся с их культурой, приводит к постепенному сближению обычаев, нравов и этикетов народов разных стран.

Итак, участники международного общения должны придерживаться единых норм и правил, но национальные и культурные особенности могут оказаться весьма значительными в деловых отношениях. Современный деловой человек должен знать, уважать и уметь применять формы общения, принятые в стране его собеседника.

Например, приветствия «*Good morning/afternoon/evening*» в английском языке, “早上好!晚上好!” в китайском языке и «*Доброе утро/ день/ вечер*» в русском языке, являются нейтральными и могут употребляться по отношению к любому лицу. При этом в китайском языке отсутствует форма приветствия «*Добрый день*». А в английском при приветствии обязательно называется имя человека, с которым здороваются.

После приветствия англичане обычно осведомляются о жизни, делах, здоровье «*How are you?*» и т.п. Однако, эти вопросы не подразумевают подробного ответа, они лишь подчёркивают вежливость обращения.

У китайцев наравне с обычным приветствием: «你好!» («Привет/Здравствуйте»), можно услышать и вопросительные формы: «最近怎么样?过得好吗?吃饭了吗?» («Ты как? Как жизнь? Ты кушал?»). Большую роль также играет социальный статус и возраст человека: «您好!» («Здравствуйте» - уважительная форма, подчеркивающая особое расположение к человеку).

В выражениях благодарности имеются общеупотребительные формулы: «Спасибо! Thank you! Thanks! 谢谢». Для англичан характерна сдержанность

в выражении своего мнения, отношения и оценки: «*Это не лучший фильм*», «*Книга могла бы быть интереснее*» и т.п. Высказывания русских людей в большинстве случаев носят открытый и прямой характер: «*Фильм плохой*», «*Книга неинтересная*». Китайцы в свою очередь не поспеют на похвалы, особенно к незнакомым людям.

Языковые различия очевидны не только в том, что они говорят на разных языках, но и в особых языковых привычках, национальных особенностях поведения.

Национальные особенности – стили, типичные для тех или иных стран, а не определенных национальностей. Объективно описать национальный стиль делового общения практически невозможно, поскольку всегда работают устоявшиеся стереотипы национальных черт тех или иных народов.

Национальный стиль – это наиболее распространенные, вероятные особенности мышления, восприятия, поведения.

В основе делового этикета также лежат черты национального характера. Национальный характер – это нечто приобретенное во время взаимодействий внутри определенного сообщества людей на протяжении многовековой истории; совокупность важнейших способов общения, сложившаяся на основании системы ценностей данного общества, которая усваивается им как на сознательном, так и на бессознательном уровне.

В международный бизнес активно включается все большее число людей, часто не обладающих опытом международного общения. Они вносят значительный элемент национальной специфики. Однако в процессе межличностных и деловых связей с представителями других стран важно иметь информацию об особенностях их национального характера и отличительных манерах поведения, чтобы быть готовым к возможному проявлению непредвиденных действий, поступков.

При межнациональном общении в случае отсутствия языкового понимания на первый план выходят мимика и жесты. Совокупность мимики, жестов и поз – это настоящий, хотя и бессловесный, язык. Но, как и всякий язык, у каждого народа он свой. Один и тот же жест у разных народов может иметь совершенно иное толкование. Поэтому для успешного общения с представителями других государств необходимо изучить те невербальные средства общения (жесты, пространственно–временную организацию общения, позы, мимику), которые приняты в их стране.

Например, традиция при встрече обмениваться рукопожатиями для Китая считается относительно новой. Независимо от того, что рукопожатие сейчас существует почти повсеместно, иногда вместо него китайцы могут поклониться или просто кивнуть головой [3].

Таким образом, сопоставительный анализ невербальных форм коммуникации в международном общении позволяет сделать вывод, что знание этих важных средств может способствовать успеху делового общения, так как они не менее, чем вербальные, выражают уважение к адресату, показывают воспитанность собеседников, демонстрируют их уровень культуры общения.

1.3.1 Особенности делового этикета в Китае

Китай на сегодняшний момент — многонациональное государство, до сих пор удерживающая первое место в мире по населению. Главная этническая группа - китайцы (хань) составляет большинство во всех районах. Помимо нее в Китае проживает более 40 наций и народностей — чжуань, уйгуры, хуэй, ицзу, тибетцы, мяо, маньчжуры, монголы, буи, корейцы и другие.

Китай - светское государство, официальная коммунистическая идеология проповедует атеизм, но многие люди, в том числе и китайские государственные чиновники, придерживаются традиционных верований. Среди верующих: даосисты, буддисты, в меньшинстве — мусульмане, христиане.

Главные языковые семьи Китая: китайско-тибетская, алтайская, индоевропейская и австроазиатская. Наиболее широко распространен язык хань, в нем существуют три основных диалекта — пекинский (северный), чэндунский (верхнее Янцзы), нанкинский (южный).

Жизнь современных китайцев глубоко связана с древней китайской историей и философией, которые как и прежде оказывают сильнейшее влияние на жителей Китая. Образ мышления китайцев очень отличается от европейского, в том числе и русского. Итак, перечислим эти факторы:

1. Конфуцианство — древнее учение, придерживающееся следующих правил: а) соблюдение неравенства во взаимоотношениях людей; б) семья является прототипом любой общественной организации; в) все люди - не личности, а члены какой-нибудь группы; г) доброжелательное отношение к другим людям, где каждый должен «сохранять свое лицо» и «лицо другого»; д) хорошее образование и упорство в труде должны вознаграждаться; е) умеренность, бережливость, спокойствие во всем, по возможности избегать крайностей и стараться не потакать себе.

В центре учение Конфуция - образ совершенного человека (цзиньцзы). Человек должен обязательно обладать таким качеством как *человеколюбие* (жэнь), которое Конфуций рассматривает в совокупности с скромностью, искренностью, сдержанностью, бескорыстием, достоинством и др. Конфуций определил основное правило морали: поступай так, как должны поступать по отношению к тебе.

2. Даосизм — древнее учение о соблюдении здорового образа жизни, разумное вегетарианство и великодушие. Чтобы достичь гармонии необходимо быть великодушным. Тем самым человек учится быть скромным, снисходительным к себе и чужим недостаткам. Существует такая пословица в Китае «В большой душе великодушного человека вмещается корабль».

3. Правило - почитать предков, т.к. прошлое человека никогда не забывается и оказывает сильное влияние на настоящее.

4. Фен-шуй - религиозное верование «вода и ветер», которое определяет место расположения мебели, зеркал и дверей и других вещей.

Также свои нюансы и тонкости существуют и в деловом общении.

Для любого китайца престиж компании, в которой он работает превыше его личного успеха. В Китае из-за неблагоприятного поступка одного из членов группы – семьи, трудового коллектива или общественной организации – можно потерять репутацию всей группы, поэтому в любой ситуации китаец старается вести себя достойно.

В Китае не принято спорить со старшими по возрасту, званию, рангу и положению. Это будет воспринято ни как грубейшее нарушение этикета, а национальной традиции в целом.

Если вы только собираетесь налаживать деловые отношения с китайской стороной, то лучше воспользоваться услугами посредников, которые смогут официально представить вашу компанию и выступить гарантами сделок и поручителями. Китайцы всегда стремятся удостовериться в благонадежности фирм, желающих с ними работать, поэтому хорошие рекомендации о вашей компании будут очень уместны.

В отличие от России, в Китае деловые отношения носят более формальный характер, исключая более близкие контакты (театры, кафе,

клубы и т.д.). Это объясняется щепетильным отношением китайцев к разграничению бизнеса и личного общения.

При ведении бизнеса с китайскими партнерами стоит запастись огромным терпением, так как бюрократический аппарат Китая огромен и согласование различных вопросов требует в стране много времени и сил. Кроме того, китайцы очень скрупулезные люди, не принимающие решения без досконального изучения всех аспектов дела. Поэтому в переговорах стоит задействовать высококвалифицированных специалистов, разбирающихся во всех тонкостях вопроса и хорошего переводчика, знающего специфические термины. Пытаться завоевать симпатию китайца во время деловых переговоров путем личностного общения не стоит, так как в иностранных партнерах китайцы видят не личность, а представителей компаний. Четкое изложение сути дела даст больший результат, чем радушное, дружеское общение. Тем не менее, китайцы стремятся наладить дружественные неформальные отношения с иностранцами, интересуясь вопросами семьи и детей, делая это, как правило, искренне. Ранг играет в деловой культуре Китая огромную роль. Поэтому на переговорах лучше присутствовать главе компании, а не его помощнику или заместителю. Любую важную деловую встречу стоит планировать и оговаривать за несколько месяцев. После достижения договоренности можно выслать полную информацию о компании и любые документы, касающиеся предстоящих переговоров. Опоздание на встречу будет воспринято как оскорбление, так как пунктуальность в Китае считается символом добродетели. Поэтому на встречу лучше приходить немного раньше назначенного времени.

Самая большая ошибка, которую можно допустить в общении с китайцем – это его прилюдное оскорбление, унижение или обман. Если подобное произойдет на публике – вы наживете себе врага, способного даже на месть, так как по своей натуре китайцы злопамятны. Стоит помнить, что китайцы могут быть и крайне импульсивными, что может создать сложную

ситуацию при общении в случае прилюдных оскорблений. Если же вы обманите или оскорбите китайца не при свидетелях, то первое будет воспринято им как доказательство вашего ума, а второе – как показатель внутренней силы. Обычно китайские компании имеют традицию совмещать переговоры с последующим угощением. Прием пищи в Китае – часть переговорного процесса.

В китайской культуре, так же как и в русской, придается большое внимание установлению неформальных отношений. Одной из важных тем, способствующей налаживанию таких контактов у русских и китайцев, считается тема семейного положения. Если в Китае интересуются возрастом семейным положением, детьми собеседника, то это необходимо воспринимать как искренний интерес. В России также любят говорить о житейских проблемах, о детях, родственниках. Одним словом, нас объединяет любовь к разговору по душам.

Другой характерной чертой, объединяющей нас, является гостеприимство. В Китае вас могут пригласить домой или в ресторан, где будет представлено не менее 20 блюд. Постарайтесь не отказываться ни от какого угощения и попробуйте немного каждое из них. Традиционным завершением китайского застолья является суп. Кроме того, это и сигнал того, что обед близится к концу. В России гостеприимство традиционно считается отличительной чертой русского характера. Для русского человека хорошо принять гостя – это, прежде всего, хорошо накормить его. Отказ от еды под любым предлогом – сытости, диеты и т.п. - в России воспринимается чаще всего как обида, поэтому, если вы даже спешите, постарайтесь всё-таки не отказываться от приглашения. Единственное исключение, позволяющее вам отказаться от еды – это болезнь. В этом случае вас всегда поймут.

Необходимо также помнить при общении с представителями китайской культуры о соблюдении некоторых правил, нарушение которых может нанести большую обиду и оскорбление вашему собеседнику. Так, например,

для представителя китайской культуры самое оскорбительное заключается в «потере своего лица», т.е. в общении между представителями китайской культуры не принято «выяснять отношения» в присутствии третьих лиц, что достаточно распространено в деловом общении среди представителей русской культуры. Всякую критику, жалобу и т.п. необходимо высказывать сдержанно и тактично.

Большое внимание в китайской культуре уделяется установлению и развитию взаимовыгодных связей между членами общества, поскольку это является основой сплоченности китайского народа.

Отличительной особенностью представителей китайского этноса является то, что китайцы очень редко откровенно выражают свои мысли, мнение. Они стараются не показывать свои эмоции в общественных местах. В отличие от России, где при встрече знакомых чувства выражаются эмоционально, в Китае, например, не принято при встрече обмениваться рукопожатием.

1.3.2. Особенности делового этикета в России

Странам, имеющим с Россией деловые контакты, следует учитывать современные особенности страны, чтобы выработать адекватную стратегию общения, не допуская тактических ошибок в деловой коммуникации. Российское государство - многонационально, но русская нация является государственнообразующей, так как этносов не отделяет себя от русских. Так сложилось исторически. Именно русский народ помог освоить и объединить территорию страны. Идеи, менталитет, русские обычаи стали объединяющим началом всех коренных народов России.

Чтобы охарактеризовать черты русского менталитета, мы воспользовались работами Ю.Е. Прохорова и И.А. Стернина «Русское коммуникативное поведение» М., 2002). Ниже мы приведем особенности

русского характера, которые влияют на коммуникативное поведение современных российских бизнесменов в деловом общении.

1) Соборность (т.е. приоритет общих, коллективных интересов, целей над личными. Это явление всегда высоко ценилось в России (Вьюнов 2002, 2005). В традиционной русской экономике соборность проявлялась и в крестьянской общине, которая регулировала многие стороны деятельности русского человека, и в быту, например, взаимопомощь людей, в том числе и расчет на помощь незнакомых. Это прослеживается в русской пословице «Мир не без добрых людей». Выделяться в русской культуре не принято. Людей, которые достигли большого успеха и материального благополучия чаще не любят, им завидуют и иногда даже мешают продвижению их бизнеса. Интересно, что иностранцы не раз отмечали веру русского человека в возможность быстрого решения сложных проблем, что также относится к проявлению соборности русского сознания.

Русскому деловому человеку свойственна склонность к устойчивым длительным связям, что выражается в пословице «Старый друг лучше новых двух», поэтому постоянные проверенные партнеры всегда лучше новых.

2) Гуманность, душевная мягкость — основные черты характера, свойственные русскому человеку. В русском сознании — по-доброму относиться к окружающим людям, с людьми надо по-хорошему — вот проявление душевности и гуманности. Черствые, эгоистичные люди морально осуждаются, негативно воспринимаются общественным мнением.

3) Гостеприимство — национальная традиция русских людей. Приглашая домой, русский человек, оказывает высшую честь гостю. Угощать гостя лучшим считается за нерушимое правило. Слова «гость» и «угощение» однокоренные. Русские обижаются, если гости рано уходят или плохо едят. Общение также важно в гостях, потому что именно ради душевного общения люди обычно и ходят в гости. Общение имеет

несомненный приоритет над угощением: если русский человек был в гостях, где угощение было богатым, а, общение - натянутым, вялым, неискренним, то он, скорее всего, оценит вечер отрицательно; если же угощение, было «так себе», но очень приятно пообщались, было весело — значит вечер «удался».

4) Для русского человека свойственна быстрая смена настроений, эмоций и чувств. Русские люди часто склонны к крайностям («все или ничего»), русское мышление не любит середины, оно бескомпромиссно по своей сути. Вопрос часто ставится так: за или против, ты за меня или против меня. Действует жесткий стереотип: «Кто не с нами, тот против нас». Компромисс русским сознанием рассматривается как беспринципность, неумение проявить волю, настоять на своем. А попытки достичь компромисса сплошь и рядом оцениваются негативно. Стоящих за свое «до конца» уважают, независимо от того, какую идею этот человек отстаивает.

5) Русские твердо убеждены, что во всех правилах есть исключения. Поэтому есть понятия «без очереди», «в порядке исключения». Закон тоже может подвинуться. Отношение к закону иногда определяют как правовой нигилизм, проявляемый в русских афоризмах: «Закон что дышло; куда поверни, туда и вышло»; «Если нельзя, но очень, хочется, то можно». Существует глубокое убеждение русского человека в том, что все можно сделать, обо всем можно договориться.

6) Вера русского человека в централизованное решение всех проблем сочетается с надеждой на возможность быстрого и простого решения сложных проблем, как личного, так и общественного характера, как «по щучьему веленью» (при этом русскому сознанию свойственно и быстрое разочарование реформами, если они не дают немедленный положительный эффект). Поэтому возможна ситуация, когда русские бизнесмены, выражая мысль о том, что что-то очень просто, легко выполнить, говорят: «Это для нас — тьфу!» Такое выражение вполне может вызвать недоразумение или

неприятное ощущение у китайского партнера, и даже сорвать переговоры, так как китайцы могут воспринять это выражение как «плевать на кого-то».

Следует подчеркнуть, что в современном российском обществе есть люди, которым не свойственны некоторые или даже многие черты русского менталитета, отмеченные выше. Но в интересах данного исследования мы выделили именно такие ментальные черты, которые тем или иным способом влияют на поведение людей, работающих в сфере международного бизнеса.

Важно отметить, что особенности делового этикета в России сложились под влиянием американско-европейского стиля и морально-этических норм, господствовавших в прогрессивной России. В период правления одной партии люди привыкли всю ответственность перекладывать на руководство, поэтому в потребительском обществе приходится многое создавать сначала, учиться деловому этикету. Некоторые участники переговоров со стороны россиян с трудом избавляются от командной системы принятия решений; а менеджеры высшего звена все привыкли решать сами, боятся доверять некоторые функции подчиненным. Российские бизнесмены быстро учатся на своих ошибках и впитывают все положительное, что дает им общение с представителями разных стран.

В деловой сфере наиболее ценными являются такие этические нормы, как надежность и честность. Данные моральные требования предъявляются не просто так. Русские деловые люди стремятся быть максимально честными и надежными со своими партнерами. Таким образом, они проявляют внутреннюю установку на поддержание долгосрочных и стабильных отношений. Демонстрируя этикет делового человека, партнеру дают понять, что им получена гарантия на надежное взаимодействие с конкретной организацией.

Вторым важным правилом достижения эффективных деловых отношений в России является *обязательность*. Прежде всего, ценится

сотрудничество, которое проверено годами. Отметим, что в России деловая сфера требует соблюдения норм служебной субординации. Она основывается на правилах трудовой дисциплины, обязательном подчинении руководству, а также разграничении полномочий профессионального типа. Четкая субординация предполагает следующие особенности делового этикета: 1) координация действий между сотрудниками компании одного уровня; 2) власть и подчинение; 3) контроль и исполнительность; 4) запрет на действия сотрудника без одобрения начальника; 5) компетентность в принятии управленческих решений; 6) знание служебных прав и исполнение обязанностей.

1.3.3 Специфика делового общения в Англии

Бесспорно, английский язык – язык международного общения. Англичане мало внимания уделяют подготовке к переговорам. Обычно они сдержанны в суждениях, избегают категорических утверждений. У них сильно развито чувство справедливости, поэтому при ведении переговоров они предпочитают открытость и честность.

Для английского бизнеса характерна кастовость, которая определяет его высокий профессиональный уровень. Английскому бизнесу свойственен социальный консерватизм, преданность идеям, которые имеют многовековую историю.

Бизнесмены-англичане — одни из самых квалифицированных в деловом мире Запады люди. Английский бизнесмен - это эрудированный человек, в котором сочетаются высокая профессиональная подготовка и своеобразный политический инфантилизм. Поэтому такая сторона не приемлет слабой профессиональной подготовки.

Переговоры ведутся с привлечением многочисленного фактического, справочного и статистического материала. Обсуждается и определяется не

только предмет переговоров, но также деятельность, направленная на дальнейшее развитие делового сотрудничества, в частности перспективы заключения других возможных сделок. Все вопросы должны быть выдержаны и корректны. Если английский партнер пригласил вас на ланч — не отказывайтесь, но помните, что вы должны также организовать подобное мероприятие. Не менее важно не забывать оказывать знаки внимания тем, с кем вы когда-либо встречались или вели переговоры. Поздравительная открытка к празднику или по случаю дня рождения, приветы близкими им вашего английского коллеги поднимут ваш авторитет и будут свидетельствовать о вашей вежливости.

В Великобритании очень ценится юмор во всех сферах жизни, включая и деловую среду. Юмор часто может выступать в роли защитного механизма и служить способом уйти от неловкой темы разговора. Такая уклончивость — еще одна черта британского стиля делового общения. Особое уважение придается титулам и званиям, которые при общении никогда не опускаются, а также старшинство. При входе или выходе из здания не забывайте пропустить вперед старшего по должности. Если кто-то из британских коллег пригласил вас к себе домой, то нелишним будет явиться с небольшим (10-20 минут) опозданием. Прийти раньше времени в данном случае будет также невежливо.

Англичане характеризуются деловитостью, почитанием собственности, традиций, вежливостью, законопослушанием. В общении они очень сдержанны и щепетильны, что иногда воспринимается как замкнутость, чопорность. В беседах ценится умение слушать, в деловых отношениях — пунктуальность. В Англии господствует правило «соблюдай формальности». Обращение на «ты» к англичанину абсолютно немыслимо, так же как и обращение к кому-либо по имени без специального разрешения. Британцы очень строго соблюдают процедуру знакомства. Говорить с англичанином

о делах после окончания рабочего дня считается дурным тоном, даже если вы выпиваете или ужинаете со своим деловым партнером.

Англичане умеют терпеливо выслушать собеседника, что, однако, не всегда означает согласие. Грубым поведением считается, когда слишком много говорят, т. е., как считают англичане, силой навязывают себя другим. По традиции англичанин сдержан в суждениях, избегает категоричных утверждений, старательно обходит в разговоре любые личностные моменты, т. е. все то, что было бы расценено как вторжение в частную жизнь. У них высоко развито чувство справедливости, поэтому при ведении дел они исповедуют честную игру

ВЫВОДЫ

Проанализировав понятие и характеристики делового общения, понятие национального речевого этикета, а также рассмотрев особенности делового этикета в Китае, России и Англии, мы пришли к следующим выводам:

1. Деловое общение - это сложный многоплановый процесс коммуникации между людьми в служебной сфере, ориентированный на достижение цели и решение конкретных задач. Специфической особенностью данного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным правилам и принципам, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими поведением. Участники находятся в особых официальных

статусах.

2. Субъектом делового общения выступают индивид, группа - общество в целом. Мотивы и цели субъектов на начальных стадиях могут не совпадать и по мере обмена суждениями сторонами во время деловых бесед или переговоров происходит сближение мотивов и целей поведения партнеров, что является главным направлением оптимизации всего процесса общения, главным условием достижения взаимопонимания и выработки конструктивных взаимоприемлемых результатов. В сближении позиций собеседников - глубокий внутренний смысл общения (проистекающего в форме беседы, совещания, диалога, переговоров, дискуссий и пр.). Деловое общение, сближая позиции собеседников, строит тем самым доброжелательные и честные отношения партнеров друг с другом и с обществом в целом.

3. Под речевым этикетом мы понимаем регулирующие правила речевого поведения, система национально-специфичных, стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в конкретной ситуации.

4. Деловой этикет – форма общения, которая помогает ориентироваться в повторяющихся стандартных ситуациях, способствует овладению мастерством межличностных отношений, исходящих из принципов и норм деловой этики [1]. Деловой этикет – это порядок поведения, установленный в деловом общении, свод правил, которые следует исполнять, позволяющий регулировать деловое общение. Деловой этикет – это внешнее выражение внутренней моральности и культуры делового человека.

5. Деловой этикет – важная составляющая деловых отношений, которая базируется на многовековой мудрости, определяющей представления о духовных ценностях (справедливости, честности, верности

слову и т.д.). Установление прочных деловых отношений с зарубежными партнёрами возможно только при условии изучения делового этикета той страны, в которую предстоит отправиться.

6. Необходимо помнить при общении с представителями китайской культуры о соблюдении некоторых правил, нарушение которых может нанести большую обиду и оскорбление вашему собеседнику. Так, например, для представителя китайской культуры самое оскорбительное заключается в «потере своего лица», т.е. в деловом общении между представителями китайской культуры не принято «выяснять отношения» в присутствии третьих лиц, что достаточно распространено в деловом общении среди представителей русской культуры. Всякую критику, жалобу и т.п. необходимо высказывать сдержанно и тактично.

7. Большое внимание в китайской культуре уделяется установлению и развитию взаимовыгодных связей между членами общества, поскольку это является основой сплоченности китайского народа. Отличительной особенностью представителей китайского этноса является то, что китайцы очень редко откровенно выражают свои мысли, мнение в деловом общении. Они стараются не показывать свои эмоции в общественных местах. В отличие от России, где при встрече знакомых чувства выражаются эмоционально, в Китае, например, не принято при встрече обмениваться рукопожатием.

8. Англичане мало внимания уделяют подготовке к переговорам. Обычно они сдержанны в суждениях, избегают категорических утверждений. У них сильно развито чувство справедливости, поэтому при ведении переговоров они предпочитают открытость и честность. Английском бизнесу свойственен социальный консерватизм, преданность идеям, которые имеют многовековую историю. Бизнесмены-англичане — одни из самых квалифицированных в деловом мире люди. Английский бизнесмен - это эрудированный человек, в котором сочетаются высокая профессиональная

подготовка и своеобразный политический инфантилизм. Поэтому такая сторона не приемлет слабой профессиональной подготовки.

ГЛАВА II. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФОРМУЛ РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА И НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ (на материале китайского, русского и английского языков)

В процессе коммуникации можно выделить два вида общения: вербальное и невербальное. Они также являются взаимосвязанными компонентами деловой коммуникации, которые могут использоваться в совокупности и отдельно друг от друга.

Вербальное общение — наиболее универсальный способ передачи информации, так как вербальный язык является основным способом «перевода» сообщения, созданного с помощью любой знаковой системы. Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую речь, естественный звуковой язык, то есть систему фонетических знаков.

Формулы речевого этикета — это совокупность слов и выражений,

придающих вежливую форму речи, а также правила, согласно которым эти слова и выражения употребляются на практике в различных ситуациях общения. Национальные речевые формулы своеобразны и имеют собственные правила и нормы, присущие конкретному языку. Искусное владение формулами речевого этикета не только признак благовоспитанного человека, а, так сказать, «прямая дорога» к успеху в международном деловом общении, налаживанию международных деловых контактов.

2.1. Сопоставление китайских, русских и английских формул речевого этикета в деловом общении

Бесспорно, английский язык – язык международного общения. В последние годы в связи с развитием Азиатско-Тихоокеанского региона во всем мире происходит активное изучение китайского языка. На Дальнем Востоке в связи с его близким географическим положением с Китаем язык Поднебесной очень популярен, всё больше и больше русских студентов получают высшее образование в учебных заведениях Пекина, Харбина, Шанхая и других крупных городах китайской республики.

По итогам саммита АТЭС (сентябрь 2012, Владивосток) планируется развитие Дальнего Востока и строительство российско-китайских предприятий, что повышает спрос на специалистов, владеющих не только английским языком, но и китайским. Возникла потребность в тесном межкультурном общении.

Успешность и эффективность межкультурного взаимодействия предопределяется не только знанием языка. Язык – лишь первое условие, необходимое для общения. Помимо языка, важно знать культуру народа, его традиции, ценности, понять его мировоззрение и мировосприятие. Таким образом, изучение языков направлено на формирование кросс-культурной

грамотности. Кросс-культурная грамотность позволяет осознавать ценность каждой культуры в мировом поликультурном пространстве. Одновременно развиваются и патриотические чувства. Благодаря представлению о традициях, обычаях, языке своей и другой культуры формируется целостное представление о мире как одном большом доме. Незнание национально-культурной специфики поведения представителей иных культур, причин, лежащих в его основе, приводит к отрицательным оценкам и характеристикам, к появлению этнических стереотипов и предрассудков. Различия в социально-культурных отношениях находят прямое отражение в особенностях коммуникации. Важно уметь отмечать контрасты в повседневной жизни и культуре носителей языка.

Приветствия «*Good morning/ afternoon/ evening*» в английском языке, «早上好!晚上好!» в китайском языке и «*Доброе утро/ день/ вечер*» в русском языке, являются нейтральными и могут употребляться по отношению к любому лицу. При этом в китайском языке отсутствует форма приветствия «*Добрый день*». А в английском при приветствии обязательно называется имя человека, с которым здороваются.

После приветствия англичане обычно осведомляются о жизни, делах, здоровье «*How are you?*» и т.п. Однако, эти вопросы не подразумевают подробного ответа, они лишь подчёркивают вежливость обращения.

У китайцев наравне с обычным приветствием: «你好!» («*Привет / Здравствуйте*»), можно услышать и вопросительные формы: «最近怎么样?过得好吗?吃饭了吗?» («*Ты как? Как жизнь? Ты кушал?*»). Большую роль также играет социальный статус и возраст человека: «您好!» («*Здравствуйте*» - уважительная форма, подчеркивающая особое расположение к человеку).

В выражениях благодарности имеются общеупотребительные формулы: «*Спасибо! Thank you! Thanks!* 谢谢». Для англичан характерна сдержанность в выражении своего мнения, отношения и оценки: «*Это не*

лучший фильм», «Книга могла бы быть интереснее» и т.п. Высказывания русских людей в большинстве случаев носят открытый и прямой характер: «Фильм плохой», «Книга неинтересная». Китайцы в свою очередь не поспеют на похвалы, особенно к незнакомым людям. При дегустировании неизвестного блюда, например, англичанин, если еда ему не понравилась, произнесёт неопределённое "It's interesting", а русский выскажется категорично, «Невкусно». «Золотой серединой» являются выражения «Киинэ син үчүгэй. Көннөрү киинэ. Соччото суох киинэ». « Минньигэйэ суох». Языковые различия очевидны не только в том, что они говорят на разных языках, но и в особых языковых привычках. Существуют различия и в языковых привычках, например, в употреблении междометий для выражения боли(*ouch* - ой - 哎哟哟), привлечения внимания(*psst*- эй – 哎诶), сопровождения неловкого движения (*oops*- ох – 噫), выражения удовольствия от еды (*mmm* - ах, как вкусно - 哎呀哦) и др.

Языковые различия приводят к нарушению взаимопонимания. Так, русская интонация нередко воспринимается англичанами как слишком категоричная, недружелюбная или даже враждебная из-за обилия нисходящих тонов в русской мелодике. Обилие высоких и резко нисходящих интонаций может произвести у англичан впечатление происходящей ссоры. Языковые особенности китайского языка также создают своеобразные стереотипы у представителей других культур, например, понятие «китайская грамота», которое связано с наличием иероглифической письменности. Или восприятие китайской речи как чего-то громкого и непонятного за счет наличия 4 тонов произношения, быстрого темпа речи и слоговой структуры языка.

Итак, выбирая то, что подходит для официальной обстановки общения, для тех или иных ролевых и личностных отношений людей, мы каждый раз в речевом этикете действуем с помощью речи: приветствуем, благодарим, извиняемся, прощаемся, просим, советуем, соглашаемся, отказываемся, обращаемся, поздравляем, желаем, приглашаем, сочувствуем, одобряем,

предостерегаем и т.д.

Принимая во внимание все вышеизложенное, перейдем к анализу стандартных ситуаций делового общения и соответствующих им речевых формул и действий, во-первых, с точки зрения совпадения или несовпадения соответствующих структур в языковом сознании коммуникантов (русских и китайцев и англичан).

2.1.1. Приветствие

С помощью несложных вежливых выражений люди из разных стран показывают собеседнику или деловому партнеру свое уважение — в этом и состоит назначение приветствия. Важно произвести благоприятное впечатление на коммуниканта, что в какой-то степени сокращает психологическую дистанцию между общающимися, создавая предпосылки для дальнейших деловых переговоров.

Итак, приветствие предшествует обращению к деловому партнеру и тесно взаимосвязано с ним. Наиболее употребительные у русских в качестве приветствия в деловом общении — следующие стандартные фразы: 1) *Здравствуйте* + имя и отчество; 2) *Здравствуйте* + безличное обращение к собеседнику, например, «Господин управляющий!»; или к нескольким лицам, например, «Дорогие коллеги!». Встречаются и такие приветствия: *Добрый день; Приветствую Вас, Рад приветствовать Вас* и др.

Если участники делового общения считают допустимым обращаться, друг к другу по именам («на ты»), то в этом случае формулировка приветствия может быть, к примеру, следующая: 1) *Здравствуй*, (полное имя без указания, отчества; например, «Сергей!»); 2) *Привет*, (полное имя без указания отчества, например, «Кирилл!»).

У китайцев распространенное приветствие «Ни хао ма?» означает «Хорошо» ли вам?. На что следует ответить «Хао! Сесе!» — «Хорошо!

Спасибо!». Здесь, как и в России, сначала приветствуют старших по возрасту, начальников и руководителей. Если же нужно представить группу, китайцы обычно выстраиваются в линию по рангу и по возрасту — с самым главным и/или самым старшим во главе линии.

Выражение " 欢迎! 欢迎 ! "(Хуань ин, Хуань ин!) - Приветствую! чаще употребляется в деловой или официальной обстановке, а также когда человек приходит в дом или на работу, но никогда не употребляется просто при встрече знакомых.

Более деловое и официальное, стилистически повышенное выражение «Разрешите (позвольте) Вас приветствовать!» употребляется и в русском языке, и в китайском языке. Только в китайском языке в конце обязательно добавляется «от чьего имени»: "请允许我代表...欢迎你们 ! "(Цин юнь суй ву дай бяо ... хуан ин ни мэн!) — «Разрешите мне от имени нашего директора Вас приветствовать! Поэтому русское «Разрешите (позвольте) Вас приветствовать!» китайцами может быть воспринято как явно неоконченное предложение, в котором «опущена» очень важная часть.

В китайском языке, кроме описанной традиционной формы приветствия, в деловом общении присутствуют такие же формы, как и в русском языке: "你 (您) 好"(Не/Нин хао! - Здравствуй(-те)!), "早上好! "Шзао шан хао! -Доброе утро), " 午安"(Уянт! - Добрый'день!), " 晚上好 ! "(Вань шан хао! - Добрый вечер!).

Наконец, В английском языке, также как в русском и китайском в официальной обстановке при приветствии используются следующие обороты:

- Good morning! - Доброе утро!
- Good afternoon! - Добрый день!
- Good evening! - Добрый вечер!
- Good night!- Доброй ночи!

- Good day! - Добрый день!
- Hello! - Здравствуйте!
- Welcome! - Добро пожаловать!
- Nice to meet you! - Рад(а) Вас видеть!

При знакомстве в Англии, лучше представиться полным именем и назвать свою должность, например: Hello, I'm William Jones, sales manager. Для продолжения разговора можно употребить следующие фразы: Please have a seat (Присаживайтесь, пожалуйста; Thanks for agreeing to meet with me (Спасибо, что согласились со мной встретиться); Can I offer you something to drink? (Могу я предложить вам что-нибудь выпить?).

2.1.2. Обращение

Обращение к собеседнику — это самая употребительная языковая единица, связанная с речевым этикетом. И, действительно, обращаясь с человеком, мы как-то называем его, обозначаем его социальный статус, роль, или наше отношение к нему. Установление речевого контакта, регулирование социальных взаимоотношений с помощью обращения — все это его важные общественные функции, поэтому употребление обращений становится предметом обсуждения. Основная функция обращения — привлечение внимания собеседника, что дало ему определенную специфическую звательную форму, существующую в ряде языков. В официальном общении от выбора той или иной формы обращения может зависеть престиж страны или успех в бизнесе, поэтому все тонкости регламентирует дипломатический протокол.

Функциональное значение обращения к собеседнику шире, чем у приветствия. При помощи персонального или группового обращения говорящий, действительно, свидетельствует собеседнику свое уважение.

Так, официальное обращение в России - по имени отчеству - при этом оно должно быть четким и ясным, так как небрежность при произнесении, проглатывание букв, а тем более ошибки, могут обидеть человека. Если вы называете только фамилию человека, вы можете быть неправильно понятым в России — это считается невежливыми и ассоциируется у многих с «канцелярской» атмосферой.

Для России характерно наличие «Ты» и «Вы» обращения, что совершенно неприемлемо для англичан. На самом деле в Англии так обстоят дела всего лишь три столетия. Ранее в этом языке, как и в остальных европейских языках, существовало местоимение «ты» thou. Но сейчас thou используется только в молитвах и заповедях, например 'Thou shall not kill' Теперь в английском используются другие слова, свидетельствующие об уважении к собеседнику - указание его титула, обращение по фамилии, употребление слова "Mister" или "Sir". А как самый вежливый народ, они ко всем обращаются на «Вы».

В русском языке уважительное обращение на «вы» сейчас используется в основном в официальной обстановке. В сфере профессиональных контактов, даже при общении с хорошим знакомым при посторонних, считается, что лучше не переходить на «ты» и не использовать другие неофициальные формы обращения: уменьшительные имена, прозвища и так далее. Афишировать свои личные отношения не рекомендуется из соображений вежливости, ведь окружающие могут почувствовать себя неловко.

Официальным обращением является и сочетание *Господин + звание, должность положение, профессия*, например, *Господин президент. Господин депутат.*

Обращение к множественному адресату — *Господа!* — широко распространено в официальной обстановке, как и *Дамы и господа!* (дословный перевод с английского "ladies and gentlemen")

В русском этикете используются безличные формы, особенно при контакте с незнакомыми людьми, например: "прошу прощения", "будьте добры", "позвольте".

В китайском языке кроме обращения типа «титул + фамилия» используется и обращение «должность + фамилия» (например, «ректор Юнь»), что характерно только для китайцев. Очень нежелательно при общении с китайцем использование его имени в качестве обращения до тех пор, пока у вас не установятся стабильные дружеские / партнерские отношения и пока китайский собеседник сам не попросит называть его по имени.

Обычно в полном китайском имени человека фамилия ставится на первое место и состоит из одного, реже двух иероглифов (слогов). За фамилией следует двусложное (в связи с огромным количеством населения, и чтобы избежать повтора в именах, реже — односложное) имя. Например: «Ли Фей» — «Ли» — фамилия, «Фей» — имя;

Не следует обращаться к китайцу только по фамилии, например «Ли». С фамилией обязательно должны использоваться связующие слова: титул или должность («президент», «директор»; «ректор», «председатель» и пр.), или обращение («господин», «госпожа», реже «товарищ»).

Если вы узнали, что в китайском имени фамилия, а что — имя, спросили, можно ли к нему обращаться «просто по имени» и получили утвердительный ответ, тогда считается, что он принимает вас как близкого друга, или хорошего партнера.

Обычно, для того, чтобы иностранному партнеру было легче обращаться к нему, китайцы, часто общающиеся с иностранцами, берут себе «импортные» имена: Кира Ли, Таня Ван.

Если вы не знаете ни имени, ни титула человека, то лучше обращаться к нему «Господин» — «Сяншэн» или «Госпожа» — «Нюйши». Китайцы очень часто обращаются друг к другу по должностному или профессиональному

титулу: «Директор Чжан», «Мэр Ван»; «Председатель Сяо».

Женщины в Китае не берут фамилию мужей. «Госпожа Чжан» может быть замужем за «Господином Ван».

К иностранцам китайцы очень часто обращаются по формуле «имя + вежливый титул». Так, «Ирина Владимировна» может просто именоваться китайцами «Госпожа Ирина».

При деловом официальном общении с китайцами русским целесообразно предложить для общения своё имя в форме как можно более короткой и удобной для произношения и без отчества. Иначе китайцы станут называть вас по-своему, вежливо, но преобразовав имя, приблизив его фонетически к одному из китайских, например «Сергей» — «Сяо Се», что может вызвать неприятные чувства у русских партнеров.

Кроме того, если при постоянном контакте с китайцами, можно выбрать себе китайское имя, так же, как китайцы выбирают себе русские имена. Такие манеры уже давно приняты у многих английских бизнесменов, дипломатов, журналистов, работающих в Китае. Это, во-первых, легко для запоминания иностранными партнерами, а, во-вторых, выражает ваше понимание их трудностей; в-третьих, вызовет симпатию у китайского партнера, особенно если выбрано оригинальное имя, связанное с историей и культурой Китая. В итоге этот поступок сразу приблизит ваши деловые отношения к дружеским.

Китайцы, представляясь официально, обычно называют все свои титулы целиком. Тоже следует делать и иностранцам.

В Китае возможно обращение к человеку и просто по должности, что не возможно в русском речевом этикете, хотя перечень таких должностей не велик, в основном, ограничен следующими: директор, ректор, начальник, преподаватель, врач, учитель и некоторые другие. Эта традиция существует издавна: В древнем Китае в книге «Мэн Цзы» "先生" (Сянь шэн) - господин было обращением к старшему ученому. Во время

Династии Чжаньго (воюющих царств) оно стало-обращением к уважаемому лицу, представителю старшего поколения. Позже в-книге «Цюй Ли» («О вежливости»).было определено:,"从于先生 , 不越礼而与人言" (Цун юй сянь шэн, бу юе ли эр-юшжэнь янь) - «Господин — это старший педагог и учитель»,- с тех пор "先生"(Сянь шэн) — господин стало обращением к учителю и к педагогу. Кроме того, господином можно было назвать доброго и вежливого человека, а также интеллигентного, образованного и воспитанного.

Но во время культурной революции обращение господин осталось только в дипломатической сфере относительно иностранных партнеров не из социалистических стран, а во всех иных сферах общения, в том числе и деловой, обращение господин было заменено на товарищ. Эта ситуация сохранялась вплоть до начала проведения Политики реформ и открытости.

В настоящее время обращение господин снова вернулось в речевой этикет.

Во время государственных визитов, на официальных собраниях, на деловых встречах, на свадебных торжествах, на улице и в быту обращение товарищ теперь уступило господину. А обращение к аудитории подобно русскому: «女士们 , 先生们»! (Nv shi men, xian sheng men!), что обозначает «Дамы и господа»\ И, в отличие от русского языка, здесь нет ошибки, так как в китайском языке только к мужчинам относится обращение 先生. В литературном китайском языке существует еще одно обращение к аудитории «诸位 Чжу вэй» («каждый» или в английском языке «Everyone»). Но оно не часто употребляется на континенте, а в основном в регионах Тайвань, Гонконг, Мокао и, особенно, употребительно за рубежом; в местах компактного проживания китайских эмигрантов. К нему часто еще добавляются «同仁— коллеги или «精英 элита. И это является стилистически

повышенным обращением к аудитории без различия пола.

Существуют и другие отличия в употреблении обращения господин, которое в китайском языке не имеет формы женского рода.

В английском языке этикетные нормы обращения тесно связаны с дистанцией общения. Известно, что обращение по имени соотносится с интимной (0,5 м) или персональной (0,5 – 1,2 м) дистанцией, а обращение по фамилии или по официальному титулу - с социальной (1,2 – 3,5 м) дистанцией. Поддержание персональной дистанции (обращение по имени, использование личного местоимения "ты", употребление жаргонизмов, эллиптических конструкций, опора на общие знания, объединяющие собеседников и одновременно отграничивающие их от остальных людей) является символом групповой принадлежности.

В английском языке в деловом письме статус обозначается следующим образом: Mr. – Mister (обращение к мужчине); Mrs. – Misses (обращение к замужней женщине); Miss – Miss (обращение к незамужней женщине); Ms – Mizz (обращение как к замужней, так и незамужней женщине)

На деловой встрече, переговорах или презентации, используются также следующие формальные обращения. 1) Sir (для взрослого мужчины); Madam (для взрослой женщины); Mr + last name (для любого мужчины); Mrs + last name (для замужней женщины, которая использует фамилию мужа); Ms + last name (для замужней или незамужней женщины; общепринято в бизнесе); Miss + last name (для незамужней женщины); Dr + last name (для некоторых докторов по их просьбе используют не фамилию, а имя); Professor + last name (в университете/ институте). Чтобы привлечь внимание адресата, используются следующие выражения: Excuse me, Sir/ Madam; Pardon me, Sir/ Madam.

В завершении, обратим внимание на сходство и различие, существующее между русским и английским полным именем. Русское полное имя состоит из трех компонентов - имени, отчества и фамилии,

например: Михаил Иванович Скачко или Антон Александрович Сергеев. Английское полное имя (full name) может состоять из двух, трех и четырех компонентов, например: Indiana Jones, Ann Maria Sheppard, Hellen Mary Clarissa Christie.

Первый компонент полного английского имени называется по-английски Christian name, или first name (христианское, или первое имя). В приведенных выше полных именах христианским, или первым именем, являются Indiana Ann, William, Hellen. По роли в общении первые имена аналогичны русским именам. Как русские, так и английские имена дети обычно получают от своих родителей. Как русские, так и английские имена являются общеупотребительными, что нельзя сказать о фамилиях. Последний компонент полного английского имени называется по-английски surname, или last name, например (подчеркнуто) Indiana Jones, Ann Maria Sheppard, Hellen Mary Clarissa Christie. По роли в общении последний компонент аналогичен русской фамилии. В качестве формы обращения английские фамилии употребляются как самостоятельно, так и сочетания со словами Mr, Mrs и Miss.

Кроме first name и surname в полном имени из трех компонентов дополнительно присутствует второй компонент, а в полном имени из четырех компонентов второй и третий компоненты, например (подчеркнуто): Ann Maria Sheppard, Hellen Mary Clarissa Christie. Второй и третий компоненты не имеют аналогов в русском полном имени и являются самобытными явлениями в английском языке, русское отчество не имеет с ним ничего общего. Английское общение невозможно представить без употребления surname и first name. Что касается дополнительных компонентов (второго и третьего), то они в устной речи употребляются крайне редко. Полное имя со всеми компонентами указывается только в удостоверениях, документах, официальных бумагах, в печатной продукции при наименовании авторов и т.д.

2.1.3. Согласие

«Согласие — это констатация правильности и приемлемости мнения собеседника, оценка этого мнения как соответствующего действительности, выражение сходства позиций, взглядов коммуникантов» [72]. Исследователи-лингвисты, которые занимаются данной языковой проблемой, выделили общие правила, характеризующие речевой акт согласия: 1) Выражение согласия нужно изучать в контексте или в диалогическом единстве, в которое он входит. Иницирующая реплика во много влияет на ответную. Она определяет возможный спектр лексических и грамматических единиц, задает тон и особенности вербальной и невербальной коммуникации; 2) Выражение согласия служит для одобрения точки зрения говорящего. Принятое мнение говорящего может быть полное или неполное, категоричное или некатегоричное, но оно должно обладать положительной семантикой; 3) В семантическом плане в рассматриваемой категории отражена модальная оценка собеседника с точки зрения соответствия действительности, поэтому в основных средствах выражения согласия присутствуют модальные слова и модальные частицы. М.К. Любимова разделяет данные прагмазначения на две группы — полное и неполное согласие. Согласие как тип речевого акта в деловом общении может выражаться по-разному. Реплика-реакция может быть вербальной и невербальной в зависимости от значения. В частности большинство исследователей исходит из чисто формальных показателей согласия, выделяя, например, по преимуществу лексические и грамматические показатели в случае вербальной реакции. Лексические средства выражения согласия объединяют в себе такие коммуникативы, в значении которых содержится полное или частичное одобрение, утверждение, разрешение и т.д. по отношению к иницирующей реплике.

В английском языке наиболее употребительными лексическими средствами выражения согласия являются утвердительные коммуникативы: Yes (yeah). Они могут сопровождаться наречиями и именами прилагательными: sure? Right, Of course, Certainly, Exactly, No doubt, Absolutely.

В деловом общении часто встречаются целостные лексические структуры: So do I, I agree with you, Tell me about it, You have a point here, There is no doubt about it, That is exactly how I feel, I am of the same opinion и др. Эти формулы соответствуют подобным средствам выражения согласия в русском языке: И я тоже, Я согласен с вами, Вы правы, нет сомнений в этом, Я разделяю ваше мнение, Именно так я и думаю и др. В китайском языке согласие очень часто сопровождается похвалой особенно в сфере делового общения. В деловой коммуникации китайцы используют следующие формулы для выражения согласия:

1) - "你们的建议非常有创意,我完全同意" (Нуминьдэ мзянь и ли фэй чан чуан и. Во вум цюань тхун и!) — «Ваше предложение имеет творческое значение. Я абсолютно согласен».

В начале хвалят предложение. Ведь сама похвала оценивает и радуется собеседника. Для подчиненных это является моральным поощрением и стимулирует их энтузиазм в работе.

2) - "你们的建议非常有创意,我是百分之百的同意你们!" (Ни мэнь дэ грянь и фэй чан ю чуан и. Во бай фэнь чжи бай тхун и ни мэнь! /Во ши фэнь мань и!) — «Я на сто процентов согласен с вами» или «Я очень доволен». В этом варианте слова «百分之百~ сто процентов» или «十分(десять фэнь) - очень» подчеркивают степень согласия, то, что предложение сделано своевременно и в большей степени удовлетворяет говорящего.

3) — "我对此方案十二分(十二万分或者百分之一百二)的满意" (Во дуй цы фан ань ши эр фэнь (ши эр вань фэнь или бай фэнь чжи и бай эр ши) дэ мань и.) ~ «Я

на двенадцать фэнь (сто двадцать тысяч фэнь или сто двадцать процентов) доволен данным предложением». Здесь «十二分 - двенадцать фэнь», «十二万分 - сто двадцать тысяч фэнь» и «百分之一百二十 - сто двадцать» процентов являются высочайшей степенью удовлетворения и согласия по сравнению с «十分 - очень» или «百分之一百 - сто процентов».

4) — "对于您的提议我举双手赞成" (Дуй ю нинь дэ тхи и во цзюй шуан шоу цзань чэн.) — «Я двумя руками за Вашу инициативу!» или «Я подниму две руки за Вашу инициативу!». Выражение «举双手 - двумя руками» означает полную стопроцентную поддержку выдвинутой собеседником инициативы. Это разговорное выражение часто употребляется в китайском языке для выражения согласия.

5) — "好主意! 我们完全同意你们意见" (Хао чжу и! Во мэнь вань цюань тхун и нинь дэ и цзянь.) — «Хорошая идея! Мы полностью согласны с Вашим мнением».

— "我认为你是对的" (Во жэнь вэй ни ши дуй дэ.) — «Я считаю, что Вы правы».

— "好极了! 这恰恰是我所希望的"。(Хао цзи лэ! Чжэ ця ця ши во со си вон дэ.) — «Прекрасно! Это именно то, что мы хотели».

Иногда в китайском этикете формулы выражения согласия становятся переходными к отказу, к несогласию, но китайцы всегда стремятся смягчить их, например:

— "我觉得, 听上去很有道理"。(Во цзюе дэ, тхин шан цю хэнь ю дао ли.) - «Мне кажется, что звучит очень разумно» являются не очень уверенным вариантом согласия и могут служить поворотом к отказу: - "这个方案听上去很有道理, 但是我们从来没有这么做过, 最好还是保险一点吧" (Чжэ гэ фан ань тхин шан цюй хэнь ю дао ли, дань ши во мэнь цун лай мэй ю чжэ мо изо го, цзуй хао хай ши бао сянь дянь ба.) — «Этот проект звучит очень

привлекательно, но мы никогда так не поступали. Лучше давайте сделаем не так эффектно, но с гарантией надежности».

2.1.4. Несогласие, отказ

Концепт «несогласие» также возникает как философская категория. Древние мыслители использовали его для выражения своей точки зрения и своего в той или иной мере негативного отношения. Согласно философской трактовке Жака Рансьера, несогласие — это противоречие, конфликт, расщепление [79]. В лингвистике понятие несогласие стало активно изучаться в связи с так называемым «лингвистическим поворотом», когда произошло признание приоритета языка, именно в диалогической речи. Речевой акт несогласия — это реактивный акт, выражающий отрицательное отношение говорящего к действию или высказыванию собеседника, представляющий собой информативное, оценочное высказывание с различными эмоциональными оттенками (суждение, неодобрение и др.) и имеющий в речи воплощение [7]. Под речевым актом в деловом общении мы понимаем акт, объединяющий все виды отрицательной реакции: опровержение, возражение, суждение, выражение недовольства, неодобрение. Мы выделяем два вида несогласия: сильное и слабое. Выражение, содержащее сильное несогласие, выражается не только иницирующей репликой, но и предоставляет информацию в виде утверждения, противоположную первичной. Слабое несогласие отрицает информацию, содержащуюся в реплике-стимуле. Как в русском, так и в английском языках существует градация определенных лексических элементов, выражающих несогласие. Так, отрицательные частицы, наречия и местоимения мы расположили в следующем порядке, от выражающих сильное несогласие, до выражающих слабое несогласие: *not/ never/ hardly/ little/ seldom*, что соответствует русскому: нет, никогда, едва ли, немного.

Однако, в английском в отличие от русского языка существуют определенные слова, сигнализирующие наличие отрицания. К ним относятся такие элементы как any, yet, a red cent. В русском языке обычно это приставки и предлоги не и ни. Для выражения несогласия в деловом общении в русском и английском языках используется ряд лексических словосочетаний, например:

I see things rather different – У меня другое мнение

That is not necessary so – Не обязательно так

It is not as simple as it seems — Все не так просто

This is in complete contradiction to — Это полностью противоречит

I am of different opinion – Я другого мнения

I cannot share this/that/the view – Я не разделяю этого мнения

What I object to is – Я возражаю против...

I'd say the exact opposite – Я бы сказал с точностью наоборот

Некорректный отказ в деловом общении может испортить сделку, повредив партнерские отношения, тем самым поставив при этом собеседника в неловкое положение. Поэтому в Китае принято щадить самолюбие партнера, как говорится, «сохранить лицо собеседника».

Согласно «учению о лице» (面子学 - мянь цзы сие), человек боится «потерять лицо» ("丢面子" - дю мянь цзы), и все должны заботиться о «сохранении лица» ("留面子" - лю мянь цзы) чужого человека. В китайском этикете существует несколько тактик поведения для смягчения отказа.

- "对不起, 我还有事, 只好当逃兵了"。(Дуй бу ци, во хай ю ши цин, чжи хао дан тхао бин лэ.) — Извините, у меня еще дела.

-“感谢您的信任! 我也非常愿意接受您的建议。但是我暂时还没有成熟的方案。也许我不是最合适的人选。”(Лю ние сень зэ шинь жэнь! По е фэй чан юан и цзе лоу ни ди прян и. Воин ши во грань ду цинь мэй ю чэн шу дэ фан алин. Е сю во бу ши

цзуй хэ ши дэ жэнь суин.) — «Благодарю за доверие! Я бы с удовольствием принял Ваше предложение, но у меня еще нет готового проекта. Может быть, я не являюсь подходящим кандидатом»;

-“非常感谢您的盛情邀请!我也希望尽快与您见面,但是最近公务繁忙,我们不得不把行程稍作调整”。(Фэй чан гань се нинь дэ шэн цин яо цин! Шин ми он се цзин пей ми. Да мань нь ши цуй зянь гун у фань ман, во мэнь бу день бин ли фана син чэн шао иго тхяо чжэн.) — «Большое спасибо Вам за приглашение! Очень бы хотелось встретиться с Вами, но в последнее время я очень занят. Предлагаю перенести поездку на другой день».

Как мы видим, в этих примерах адресат выражает свою благодарность и высказывает свое желание, но эвфемистически, в подтексте, отказывается от предложения или делает свое предложение. И в том, и в другом случае самолюбие собеседника не задето.

Далее следует так называемый способ «буфер» - используется, если вам трудно согласиться сразу, вы должны подумать и перенести решение дела на какой-то срок. Например:

-“容我们再考虑一下你们的建议,你们也再考虑考虑,下星期我们再讨论这个问题,好吗?”(Шин цу вей хан ляй ис ме сяо зай во мэнь грай кхао люй нимао ду мин и, ни мэнь е грай кхаосей хой, ся син ци во мэн пгхао люн чжу гэ вин тхи. Хао ма?) — Дайте немного времени подумать о Вашем предложении. И Вы тоже подумайте. В следующий раз мы еще вернемся к этой проблеме. Вы согласны?

В конце ответа добавление вопросительного слова «Вы согласны?» явно дает собеседнику понять намерение согласовать с ним дела, а не напрягать ситуацию. В этом случае можно максимально сохранить лицо адресата. Но в таком случае вы должны вовремя выполнить свое обещание. Иначе получится еще хуже, чем при прямом отказе.

4) Следующий способ «компенсация» или намерение компенсировать компаньону что-то не очень приятное, сделать ему приятный сюрприз.

На переговорах деловые партнеры часто расходятся в ценах, на этой почве могут возникнуть недопонимание и конфликты. Рассмотрим ситуацию, в которой русский партнер просит китайского продавца немного уступить в цене на поставляемые товары, китайская сторона предложила самую низкую цену! В таком случае китайская сторона отказывается от уступки в ценах, но предлагает такое решение:

-“很遗憾, 价格我们无法再降了。但是我们同意免费为贵方提供一套配件。”(Шин ми он се цзин пей ми. Да мань нь ши цуй зянь гун у фань ман, во мэнь бу день бин) — «К сожалению, мы не можем уменьшать цену на данный товар. Но мы согласны поставить Вам 1 дополнительный комплект запчастей бесплатно».

Таким образом, сделав более возможную уступку со своей стороны, обе стороны сохранили лицо партнера, уважение к нему, что стимулирует сотрудничеству.

2.1.5. Выражение благодарности

В деловом общении в России используются следующие весьма распространенные формулы благодарности или комплимента: - Спасибо! Благодарю! Большое спасибо! Благодарю (вас)!; - Разрешите поблагодарить (вас) за...; - Позвольте выразить мою (нашу) благодарность за...; Как я вам благодарен! и др. Что соответствует английскому: - Thank you very much; - Thank you so much; -Thanks (Thank you) very much indeed; -Thank you in advance; - Thanks, I (really) appreciate it!; - I am very much obliged to you; - I am very grateful / thankful to you.

Формулы речевого этикета, используемые для реакции на благодарность, похвалу или одобрение, на комплимент или поощрение, всегда соотносятся с этими репликами в стилистическом и эмоциональных планах: Спасибо, вы очень добры (любезны)!; Не стоит благодарности!; И вам тоже большое спасибо; Мне не стоило труда сделать это!; Спасибо за комплимент; Очень приятно слышать; Хотел(а) то же сказать и о вас. Также и в английском языке: You are always welcome. / Any time; Not at all. / That's all right. / That's really nothing. / No trouble at all. / No problem; Don't mention it; It was a real pleasure for me to do it!; It was the least I could do.

Специалисты утверждают, что благодарность является большим стимулом к сотрудничеству, чем осуждение. На практике делового общения было установлено, что люди скорее отзываются на признательность или благодарность, если она заслужена конкретными поступками. Человек, умеющий найти нужные слова для благодарности, одобрения, комплимента и не «переигрывающий» при этом, может рассчитывать на позитивную реакцию партнера и его готовность к дальнейшим действиям. В то время как незаслуженная похвала и неискренние комплименты мало способствуют продвижению дела.

Однако, есть основания более подробно рассмотреть особенности китайских этикетных формул благодарности, так как существуют и некоторые отличия между китайскими, русскими и английскими формулами в ситуации, когда нужно выразить благодарность или ответить на благодарность, хотя многие из них постепенно уходят в прошлое.

Еще в конце XX века в ответ на похвалу или благодарность чаще всего китайцы скромничали или давали отрицательную оценку своим поступкам, Например, если китаец слышал: **你们所取得的成绩为这一领域的同类的企业树立了榜样**. (Ваши достижения создали хороший пример для подобных предприятий в этой области) или **你们的产品包装非常的精美** (Упаковка Вашей продукции очень

красивая.), или 你们的厂房建的非常好! («У Вас цеха очень хорошо построены!»), то, скорее всего, его ответом было следующее:

- "哪里, 哪里" (На ли, на ли! - «Что вы говорите!»), в буквальном переводе — «Где, где!»);

- "您太过奖了" (Нинь гуо цзян лэ! — «Вы слишком преувеличили!»);

- "不, 不, 我们做的还不够." (Бу, бу Во цзо дэ хай хэнь бу гоу) - «Нет, нет. То, что я сделал, далеко еще недостаточно»;

- 哪里, 哪里! 我们做的还远远不够。 «Нет, нет. То, что мы сделали, далеко еще недостаточно»;

Аналогией данной традиции считается русское «Не за что» или «Не стоит благодарности».

Приведенные выше примеры китайских этикетных формул показывают нормы древнего китайского этикета, согласно которому, несмотря на то, что адресант рад это слышать, он должен вести себя скромно, не хвастаться, уменьшать собственные заслуги, возвышать гостя, так как быстрое признание похвалы в свой адрес считалось нескромностью, и даже невоспитанностью.

Существуют некоторые особенности и в реакции китайцев на комплимент. В отличие от русской или европейской традиции реагировать на комплимент искренними словами благодарности («Спасибо за ваш комплимент!»), в китайском языке выражение "谢谢您的恭维" (Сесе нинь дэ гун вэй!) - «Спасибо за ваш комплимент!» иногда звучит иронично. Соответственно после этого нужно добавить: "这不是恭维, 是真心的" (Чжэ бу ши гун вэй, ши чжэнь синь дэ!) - «Это не комплимент, а чисто от души!»,. Это объясняется тем, что в китайском языке слово "恭维" (Гун вэй - «комплимент») иногда понимается как похвала с целью понравиться собеседнику. Но не всегда так. Комплименты бывают и искренние, они

всегда радуют собеседника, тем самым создавая благоприятную атмосферу общающихся между собой людьми.

2.1.6. Просьба

Особенности выражения просьбы в китайском этикете и, в частности, в деловом этикете, связаны с общей установкой, существующей много столетий — как можно меньше причинить беспокойства людям, к которым обращаешься с просьбой. В китайском языке есть такая поговорка: "求人矮三分" (Ци шэнь май синь фунь. — «Обращаясь с просьбой к другому, чувствуешь себя на три фэня ниже» (фэнь - китайская единица измерения равная 0.33 см). Это говорит о том, что человеку неудобно обращаться к другому с просьбой о чем-либо. И это ощущение существует у китайцев и сегодня, что хорошо демонстрируют формулы выражения просьбы. С позиций китайского речевого этикета, выражение просьбы должно быть мягким, очень вежливым. Чтобы снять ощущение внутреннего напряжения и неудобства и увеличить возможность выполнения другой стороной вашей просьбы, нужно уметь выражать свою просьбу или требования, используя всевозможные стилистические средства языка. Поэтому часто используется, например, такое выражение: 贵方能否尽快协助我们办理好这批货物的清关手续 «Не могли ли бы Вы как можно быстрее содействовать оформлению документов для перевозки этого товара» Здесь употребляется вопросительная форма выражения просьбы с целью выразиться максимально вежливо, как будто посоветоваться с собеседником, будет ли у него возможность выполнить вашу просьбу. Такой вопрос не создает собеседнику впечатления, что это его обязанность, и он должен выполнить просьбу партнера по бизнесу, в отличие от другого варианта: 请贵方尽快协助我们办理好这批货物的清关手续, что означает «Просим Вас как можно быстрее содействовать оформлению документов для

рперевозки этого товара». Такая форма воспринимается собеседником как не очень приятная, как приказ, несмотря на первые слова «Просим вас».

В китайском языке для выражении просьбы часто употребляется этикетная формула неуверенности в возможности какого-либо действия (поступка): "不知道"(Бу чжи дао...) - «не знаю(-ем)...», например: 不知道贵方能否在下个月把不合格的产品更换好?- «Не знаем, сможет ли Ваша сторона поменять бракованную продукцию в следующем месяце?» Такие слова снимают резкость просьбы и не наносят удар по самолюбию собеседника, в отличие от более категоричной просьбы 请贵方在下个月把不合格的产品更换好。 — «Просим Вас поменять бракованные продукции в следующем месяце».

В китайском этикете вежливая просьба также часто выражается путем демонстрации понимания трудностей партнера, чтобы обеспечить собеседнику и себе возможность отступления: 大概贵方的时间不够, 不过我们还是希望能在下个月拿到样品。 — «Вам, наверное, времени не хватает. Но все-таки мы бы хотели получить образцы в следующем месяце». В данном выражении говорящий как бы полностью представляет себе ситуацию и трудности собеседника, мысленно ставя себя на его место. Таким образом часто достигается положительный эффект диалога. В таких случаях, как правило, собеседник будет стараться выполнить вашу просьбу. А слова 我们希望能在下个月拿到样品 - «Мы хотели бы получить образцы в следующем месяце», в связи с тем, что никак не демонстрируют участия в трудностях поставщиков, не гарантируют успеха.

В Китае принято также стремление ни в коем случае ни преувеличить свою просьбу, чтобы собеседник не почувствовал слишком большой груз ответственности и легче отозвался на просьбу.

Например, для этого существует следующее выражение: 你们做第一步就可以了, 剩下的事情我们来完成。 - «Достаточно Вам помочь нам сделать первый шаг. Остальное мы выполним сами». Очевидно,

что такое выражение просьбы о помощи, но значительно мягче чем слова **这个项目我们全靠贵方了。** — «В реализации этого проекта мы полностью полагаемся на Вас».

Китайцы в китайском деловом этикете практически не употребляют формы выражения долженствования, типа **"贵方必须在月底前发货"**— «Вы должны переправить продукты к концу недели». Их место занимают выражения просьбы сделать что-либо: **"恳请"**(Кэнь Цин...) - «Убедительно прошу (-сим) ...: **"恳请贵方把发货日期提前一下"** - («Убедительно просим Вас перенести даты поставки немножко вперед»).

Кроме того, просьба часто выражается путем заранее выраженной благодарности, до того, как собеседник отозвался на просьбу. Это стилистически повышенная форма, аналогичная русскому «Мы были бы весьма признательны, если бы вы ...» или «Заранее благодарю (-им) Вас за ...!»: **"如蒙。我们将不胜感激"** (Жу мэн..., во (мэнь) цзян бу шэн гань цзи!);

"如蒙贵方定力相助,我们将不胜感激。" - «Мы будем весьма признательны, если Вы нам поможете максимально, насколько возможно»; **"如蒙贵方代表团光临,我们将不胜荣幸。"** - «Если Ваша делегация будет присутствовать, для нас это будет весьма большая честь».

Еще одной особенностью китайского речевого этикета является употребление формул для выражения просьбы, подтверждающих не желание, а вынужденность обращения за помощью, например: **"关于这件事情我们本来不想打扰贵方,但是没有办法,还是来打扰了"**- «По поводу данного дела мы не хотели бы беспокоить Вас. Но не было выхода. И нам пришлось Вас побеспокоить». Это еще один путь к тому, чтобы партнер благосклонно воспринял просьбу и выполнил ее.

Нейтральная просьба в английском языке выражается общим вопросом (Yes/No question) с модальным глаголом will, would, can или could. Употребление would и could делает просьбу более вежливой, например:

You couldn't tell me the time, could you? — Вы не подскажете, который час?

I wonder if you would take a moment to talk to us in English — может, немного поговоришь с нами на английском языке? Чтобы попросить какую-нибудь вещь, в английском языке используют обороты Could I have ...?, Can I have ...?, May I have ...?. Употребление may делает просьбу более официальной: Can I have a ticket to Moscow, please? — Можно мне билет до Москвы, пожалуйста?

Чтобы вежливо выразить свое желание в английском языке и высказать просьбу, используют конструкции I would like = I'd like.

I wish you'd be quiet — Пожалуйста, тише!

В отличие от русского языка, для выражения вежливой просьбы в английском языке не используются вопросительные предложения с отрицанием.

2.1.7. Прощание

В деловом общении, безусловно, важным этапом завершения встречи или переговоров является прощание. Обе стороны, как правило, стремятся завершить переговоры в положительном ключе; несмотря на возможные трудности. При расставании в деловом общении даже самая нейтральная формула прощания может приобрести дополнительный смысл в зависимости от содержания и результатов переговоров.

По существующим международным стандартам, обычно первым прощается тот, кто был инициатором встречи, в строго оговоренное время, а в случае необходимости продолжения переговоров — его инициатором, что является знаком особой заинтересованности в делах партнеров и фирм. Если переговоры происходят между людьми, заинтересованными в продолжении общения, обе стороны внимательно прислушиваются к прощальным

репликам партнера, стараясь понять его настроение и отношение к общему делу, к своей особе. Сравним несколько микродиалогов, завершающих деловой разговор: Формулы прощания в определенных случаях предваряются благодарностью, извинением, комплиментом и т.д.

- "谢谢你帮助了我, 祝一切顺利!" (Се се бан чжу лэ во ! Чжу и це жу и!) - Спасибо, что помогли мне (нам). Всего хорошего!

- "对不起, 占用您很多时间" (Дуй бу ци, чжань юн лэ нинь хэнь до ши цзянь)
- Извините, что отнял у вас много времени.

- "对不起, 不能在耽误您了" (Дуй бу ци, бу нэн цзай дань у нин лэ.) — Простите, не могу дольше вас задерживать.

- "很遗憾, 打扰您了。" (Хэнь и хань, да жао нинь лэ.) - Сожалею, что отвлек вас от дел.

- "谢谢宝贵的建议吗, 感谢听取了我们的讲述。" (Се се бао гуй дэ цзянь и! Гань се тхин цуй лэ во мэнь дэ цзян игу!) - Спасибо за ценные советы, спасибо, что выслушали!

Принципиальных отличий китайских этикетных формул прощания от русских нам не известно. Традиционно используются . полностью эквивалентные русским выражения, например:

—"再见" (Цзай Цзянь!) — «До свидания!»

- "很快再见" (Хэнь кхуай цзай цзянь! — «До скорой встречи!»)

- "一切顺利" (И че шунь ли!) — «Всего доброго! Благополучия вам!»

Также как и в английском языке: «Have a good day or 'Have a nice day», «Have a good evening», or «Have a good night») – хорошего Вам дня! – официально-деловое прощание, вежливое и удобное, которое всегда отлично подойдет для деловых партнеров и коллег по работе. Кстати уйти по-английски — надуманная фраза. Изначально уйти, не попрощавшись, могли только французы. Как описывает история это касалось французских

пленных солдат в период Семилетней войны XVIII века, которые по своему усмотрению просто брали и уходили. Англичане, обескураженные такой наглостью и большие любители пошутить, часто посмеивались и говорили: «Они ушли по-французски». Французы оказались обидчивые и не нашли ничего лучше, чем поставить в дразнилку другое слово: «Filer a l'anglaise», то есть уйти по-английски. Именно этот последний вариант прижился в России.

Хотелось бы остановиться на некоторых особенностях в китайском языке, однако, существуют некоторые особенности. В китайском речевом этикете принято провожать гостей так же внимательно (даже более торжественно), как встречать. В Китае говорят, что необходимо "善始善终" (Шань ши шань чжун) - «Совершенство с начала до конца», или "不能虎头蛇尾" (Бу нэн ху то шэ вэй) - «Если голова тигровая, то хвост не должен быть змеиным». Поэтому в деловом общении для китайцев «долгие проводы» не являются «лишними», хотя и существует пословица "送君千里, 终有一别" (Сунь цзюнь цянь ли, чжун ю и бе) - «Проводы в тысячу ли, а в конце все-таки прощание».

Во время прощания, после деловых переговоров (и банкета), очень популярна традиция построить в ряд всех сотрудников, участников переговоров, и вместе провожать гостей. По-китайски это называется "欢送" (Хуань сунн) - «провождать добром». Такая церемония сопровождается не только словами прощания и благодарности, пожеланиями дальнейшего сотрудничества, но и просьбами покритиковать за несовершенную работу, извинениями за то, что получилось недостаточно удачно, например, так:

- "非常感谢贵代表团的来访!" (Фэй чан гань се гуй дай бяо тхуань дэ лай фан!) - Мы очень благодарны Вашей делегации за этот визит!

-“非常高兴我们双方在此期间达成了共识” - Мы очень рады, что обе стороны достигли понимания в период визита Вашей делегации!

— "欢迎多提宝贵意见! "(Хуань ин до тхи бао гуй и цзянь!) — Будем очень рады, если вы сделаете больше ценных замечаний!

- "欢迎多多批评指教! "(Хуань ин до до пхи пхин / чэюи цзяо!) — Будем очень рады, если вы нас побольше покритикуете /поучите (нас)!

- “如果我们对代表团有照顾不同的地方, 请多多包涵”- Если мы не так принимали Вашу делегацию, то просим прощения!

Если провожают китайскую делегацию, то ее члены, прощаясь, используют следующие формулы: :

- "非常感谢贵方的热情招待!! " (Фэй чан гань се гуй фан дэ жэ цин цзе дай!) — Очень благодарим за оказанный Вами сердечный / горячий прием!;

-“此次访问给我们代表团留下了深刻而愉快的印象”(Цы цы фан вэнь гэи во мэн дай бяо тхуань и син лю ся лэ шэнь кээр юй кхуайдэ инь-сян!)— — «Данный визит произвел приятное и глубокое впечатление на всех членов нашей делегации!»

-“希望贵方很快到我们那里访问, 希望我们很快能在我们那里见到!”(Хуань ин гуай фан дай бяо тхуань хэнь кхуай дао во мэн на ли цю фан вэнь! — «Надеемся на скорый визит Вашей делегации к нам!» / Си ван во мэн хэнь кхуай нэн грай во мэн на ли грэнь дао! — «Надеемся, что мы скоро встретимся у нас!»

Эти выражения одновременно являются и положительной оценкой работы принимающей стороны, оказанного приема.

Часто в китайском языке можно услышать слова извинения за причиненное беспокойство.

- "这些天给贵方填了很多麻烦!! " (Чжэ се пгхянь гэи ни мэн тхянь лэ бу шао ма фань!) — «В эти дни мы создали для Вас много проблем!»

Помимо этого, китайцы особенно обеспокоены тем, как, каким способом деловые партнеры доедут домой. Они желают — **一路平安!** (И лу пин ань!) — Счастливого пути! - аналогично русскому и английскому: Happy journey!,

Have a good trip!), когда гость отправляется на любом виде транспорта, а выражение — 一路顺风 (Илу шунь фэн!) — «Попутного ветра! Во всю дорогу не против движения ветра» используется, если деловые партнеры едут домой любым видом транспорта, кроме самолета. Такое разделение пожеланий соблюдается не очень строго, большинство китайцев не знает, почему не принято употреблять такое пожелание счастливого пути, когда провожают гостя на самолет. По нашему мнению, это объясняется тем, что при взлете и посадке попутный ветер может мешать движению самолета, увеличивая или уменьшая необходимую для этой части полета скорость.

Путешествующим на самолете китайцы пожелают: "祝您飞行愉快, 平安降落!" (Чжу нинь фэй син юй кхуа, пхин ань цзян ло!) аналогичное русскому «Приятного полета, мягкой посадки!».

Интересно также отметить, что, в отличие от русской традиции, когда попутного ветра желают морякам или тем, кто отправляется в путь по воде, для китайцев выражение «Попутного ветра!» применимо и к передвижениям по суше.

2.2. Сравнительный анализ русских, китайских и английских невербальных средств коммуникации в деловом общении

Средства невербальной коммуникации не играли существенной роли и считались дополнением к вербальному языку. Тем не менее, средства невербального общения использовались в разных сферах с древних времен. Первыми исследователями, занявшимися проблемой невербальных символов, являются античные мыслители — Аристотель, Пифагор, Цицерон. Далее Чарльз Дарвин в своем труде «О выражении ощущений у человека и животных» выделил несколько невербальных элементов, как у человека, так и у животных [127]. Новая парадигма, появившаяся во второй

половине XX века, выдвинула невербальный язык на один уровень с вербальным и позволила его изучение с лингвистической, психологической и биологической точек зрения.

Таким образом, самостоятельное научное направление «невербальная коммуникация» или «nonverbal communication» появилась сравнительно недавно. В широком понимании, невербальная коммуникация — это любой вид невербальных сообщений или сигналов, свойственных не только коммуникативным, но и другим видам взаимодействий, содержащим какую-либо информацию. В узком смысле невербальная коммуникация — это общение, осуществляемое благодаря неязыковым средствам, которые наравне с языковыми, участвуют в коммуникативных взаимодействиях [128].

Несоответствие жестовых знаков порождает сложности в понимании между сотрудничающими сторонами. Это особенно важно учитывать, когда речь идет о трех совершенно полярных по силе выражения эмоций народов, русского, китайского и английского.

2.2.1. Особенности невербальных средств коммуникации в Китае.

1. Рукопожатие.

Обмен рукопожатием во время деловой встречи для Китая считается относительно новой традицией. Даже если рукопожатие сейчас существует почти везде, вместо него иногда китайцы могут поклониться или просто кивнуть головой.

Отличительным жестом приветствия в традиционном китайском этикете является церемония «Гун Шоу Ли» (拱手礼), во время которой руки складывают перед собой на уровне груди в форме «арки». Правильная поза при этом такая: ноги прямые, верх тела тоже прямой или слегка наклонен

вперед, обе руки перед грудью. Мужчина покрывает кулак правой руки левой, пожимая его два или три раза (одновременно произносятся слова приветствия). Эта церемония была известна еще в древности, отсюда и пошло, что правая рука держит оружие и связана с агрессией, поэтому ее закрывает левая рука, этим выражается дружественное отношение к собеседнику. Женщина правой рукой впереди и ладонью закрывается кулак левой руки. Этой церемонии более четырех тысяч лет. Сначала такую церемонию проводили только подчиненные по отношению к руководителям или хозяевам. Она имела значение «охотно буду Вашим слугой». Потом она стала широко использоваться в деловом общении как невербальная этикетная форма приветствия, своей скромностью выражающая уважение к адресату.

Рукопожатие стало революционным этикетом и распространилось в служебной, деловой и официальной обстановках. Но в обычной жизни оно не так часто используется, как в России и Англии, то есть со школьного и до пожилого возраста. Раз рукопожатие пришло в Китай из Европы, то почти все правила рукопожатия у китайцев скопированы у европейцев. Однако есть небольшие отличия. Не принято в Китае сильно сжимать руку, как в России. Руку пожимают гораздо легче. Это не значит, что не от души, а просто другая норма.

2. Улыбка.

В общении улыбка способствует добрым отношениям, дает возможность почувствовать теплоту вашей души, создает гармоничную атмосферу. Несмотря на это, в Китае в истории *улыбки* как одного из средств невербальной коммуникации были различные периоды, что связано с разными обстоятельствами жизни людей, которые много веков были бедны и несвободны. Во время культурной революции китайское общество было закрыто для широких международных контактов, многие люди жили «за стеной» и были практически лишены возможности развития деловых отношений с другими странами и народами, если это не были отношения на

высоком официальном уровне. В начале 80-ых годов после проведения политических реформ и открытости улыбка снова заиграла на лице китайского народа. С развитием экономических отношений люди стали жить лучше, демократизировались отношения внутри страны, и китайцы стали чаще улыбаться при общении друг с другом или с деловыми партнерами, количество которых увеличилось с каждым годом.

Сущность улыбки была интегрирована в кровь китайского народа и во все аспекты политической, экономической и социальной жизни. Улыбка стала главным выражением лица у китайца: от улыбки гостеприимства у простых людей до «обслуживания с улыбкой» у бизнесменов. Однако улыбка, конечно, не всегда присутствует на лице бизнесмена. При знакомстве человека представляют очень формально, в довольно строгой и официально выдержанной форме. В это время китайцы могут не улыбаться, даже если имеет место шутка или легкий юмор, так как они научены — не проявлять своих эмоций в открытой форме в незнакомой обстановке. Если вас представляют группе китайцев — они могут приветствовать вас аплодисментами. Следует поаплодировать в ответ.

3. Обмен визитными карточками.

Обмен визитными карточками в китайской традиции несколько отличается от русской и английской. При деловой встрече для Китая принято давать и принимать визитную карточку двумя руками с легким поклоном. После обмена карточками не нужно сразу же ее прятать в карман или откладывать в сторону. Важно проявить внимание к партнеру. Поэтому китайцы обычно проникновенно читают визитку, усваивая необходимую информацию о партнере из этой маленькой «бумажки».

Визитки печатают с одной стороны на китайском языке, а с другой на русском или английском, при этом используется упрощенный китайский язык. Обмениваются карточками обычно в начале встречи при знакомстве

друг с другом. Поправки и добавления собственной рукой на карточке (например — сотовый телефон, электронную почту, даже домашний телефон) не считают признаком дурного тона.

4. Выражение благодарности.

В Китае есть непонятный для европейцев жест выражения благодарности. Его корни уходят в древнюю историю страны, и связан он с обычаем благодарить за услуги (за то, что накормили, дали прикурить, помогли открыть дверь и др.). Много лет тому назад при императоре Канси, известного в народе своей справедливостью и добротой, появился обычай благодарить за оказанные услуги постукиванием костяшек двух согнутых пальцев (указательного и среднего), что символизирует человека, стоящего на коленях. Притча рассказывает о том, что однажды император Канси захотел прогуляться по городу, посмотреть на народ, узнать его настроение, как они живут своими глазами. Поэтому он надел платье слуги, а слуге приказал нарядиться в его собственные одежды. Так они прогуливались, пока не зашли в чайную. Увидев их, все испугались. Но сам император оставался спокойным и невозмутимым в роли слуги, в то время как настоящий слуга чувствовал себя не совсем уютно. По обычаю, когда пришло время слуге наливать чай императору, «император» испугался, чувствуя себя очень неуверенно, так как его «хозяин» обслуживал его. Он думал, как же отблагодарить императора, не привлекая внимания окружающих людей, и в то же время выразить свои чувства. Вот тогда то и родился известный всем в Китае жест, о котором повествует эта притча.

И возможно предварительное знание истории появления этого жеста и его использование, несомненно, способствовало бы успеху деловой встречи с китайской стороной, так как выразило бы определенную степень уважения к ней, показало бы степень воспитанности, культуру поведения.

5. Процесс рассаживания участников переговоров.

Немаловажное значение для переговоров имеет то, как располагаются их участники относительно друг друга. В Китае существуют общепринятые нормы, не имеющие национально-культурной специфики, например, при встрече с глазу на глаз предпочтительнее сидеть под «углом» друг к другу, так легче договориться. Считается, что конфликты при таком расположении возникают реже, в сравнении с сидящими напротив друг друга. Оптимально, если это возможно, лучше сесть рядом. Желая подчеркнуть уважение к партнеру, китаец сядет слева от него (по правилам этикета место справа является более почетным), если захочет создать дискомфорт — сядет справа, чтобы ему было удобнее говорить. Все дело здесь в физиологии: говорящему несколько удобнее поворачивать голову влево, нежели вправо. Поэтому трибуны никогда не ставят в правом углу сцены, так как говорящие обычно смотрят перед собой или чуть левее.

Во время переговоров китайцы также могут заинтересоваться положением рук членов делегации. По правилам этикета, руки членов делегации должны быть на столе. Если их не видно или они спрятаны под столом, это может означать напряженность, замкнутость со стороны партнера. Если руки лежат спокойно, человек открыт в общении, и напротив, скрещенные на груди, сцепленные пальцы могут означать защиту, оборону и т.д.

Порядок рассаживания участников переговоров в Китае связан с культурой и обычаями этой страны. В древнем Китае юг ("南" — Нань) считался высшей, почетной стороной света, а север ("北" - Бэй) - символом неудачи. Поэтому императорский дворец, трон, храмы всегда строились фасадом на юг. О вступлении нового императора на престол говорят, что «он стал императором — он на почетной южной стороне» ("南面称尊" - Нань мянь чэн цзунь)\ поражение в войне называется «признанием побежденным на северной стороне» ("北面称臣" — Бэй мянь чэн чэнь) или ("败北" — Бай бэй). Это императорское правило не распространялось на дома простых людей,

поэтому они боялись построить дом фасадом строго на юг, а обязательно разворачивали его немножко к юго-востоку или к юго-западу, с тем, чтобы избежать нарушения правил и осуждения.

Такие города, как Сиань, Пекин, построены строго по принципу «лицом к югу, спиной к северу», а их улицы прямые и идут строго с востока на запад (план города представляет собой квадрат или прямоугольник). Начиная с начала XX века, этот принцип градостроения распространился и на другие города Китая. Почти все городские дома построены по такому принципу.

Кроме этого, в древнее время люди считали, что восток (восточная сторона) ("东" - дун) выше чем «запад» (западная сторона) ("西" - си), так как на востоке восходит солнце, и восток стал символом жизни, надежды, энергии.

В китайском языке пословица "旭日东升" (сю жи дун шэн) - «На востоке восходит солнце» символизирует энергичность, оживленность. Поэтому дворец императрицы стоит на восточной стороне, а дворцы для наложниц на западной стороне. И «храм предков» (太庙 Тхай мяо) тоже построен на восток от императорского дворца.

В современном китайском языке в слове, имеющем значение «хозяин чего-то» тоже присутствует иероглиф, означающий «восток», например, «арендодатель дома или квартиры» называется «Фан дун» (房东), а «босс» называется «Дун цзя» (东家).

Запад является стороной захода солнца, соответственно, запад «уступает» востоку. Например, пословица "日落西山" (жи ло си шань) — «Заход солнца за западными горами» является символом умирающего, конца чего-нибудь. А когда человек умер, чтобы избежать табуированного слова смерть, говорят "驾鹤西去" (цзя хэ си цюй) - «Он на журавле летит на запад». Это выражение одновременно является и добрым пожеланием покойному

человеку очутиться в раю, что можно приравнять русскому выражению царствие ему небесное.

Кроме востока, запада, юга и севера, передняя, задняя, левая и правая стороны тоже семантизируются как почетные или непочетные. Раз император сидит на троне спиной к северу, а лицом к югу, то его левая сторона получается восточной, а правая - западной. И поскольку восточная сторона почетнее, чем западная, естественно левая сторона считается важнее, почетнее, чем правая. Поэтому в древнее время в Китае существовал ритуал, по которому на совещании с императором слева стояли чиновники-клерки, а справа - военные.

В быту эта концепция выражается в том, что во всех ситуациях левая сторона считается мужской, то есть более почетной, а правая сторона — женской, менее почетной. Эта традиция в Китае соблюдается большинством населения и в официальной, и в неофициальной обстановке. Например, мужчина всегда идет слева от спутницы, жених всегда находится слева на свадебной фотографии, обручальное кольцо мужчина носит на левой руке (а женщина - на правой), мужской туалет в учреждении тоже всегда находится слева и т.д.

Проиллюстрируем, как это выглядит на переговорах с китайскими партнерами.

На официальном или деловом банкете на столе часто раскладывают карточки с указанием имен гостей (аналогично европейской традиции). Если таких карточек нет, то, пригласив людей к столу, хозяин сам сажает почетного гостя, а его заместитель рассаживает остальных гостей.

Китайские блюда всегда подаются не отдельными порциями для каждого сидящего за столом, а в больших блюдах, рассчитанных на всех. Поэтому на банкете принято, что хозяин угощает соседних гостей, при этом он должен пользоваться общими палочками, ложкой, а не своими. Если

гостю это будет не удобно, то можно поблагодарить хозяина и сказать, что вы будете угощаться сами. Это вполне принято и вежливо. Также важно помнить, что в Китае суп подают в конце банкета, а чай в начале.

6. Счет

Многие жесты при счете имеют национально- культурную специфику. Например, русские обычно считают, загибая пальцы на руках от мизинца до большого пальца. При этом ладонь сжата в кулак (обычно это левая рука). У некоторых европейцев существует другая традиция счета, они считают от большого пальца до мизинца, и делают это, отгибая из сжатых в кулак пальцев правой руки соответственно от одного до пяти пальцев, иногда помогая левой рукой. Китайская традиция счета очень интересна сама по себе, она отличается и от европейской, и от русской. Китайцы считают и показывают числа от 1 до 10 одной рукой и начинают с указательного пальца. Это выглядит следующим образом:

1(一) - указательный палец правого кулака смотрит вверх;

2(二) - средний и указательный пальцы правого кулака смотрят вверх;

3(三) - поднимаются безымянный, указательный и средний пальцы правого кулака;

4(四) — поднимаются мизинец, указательный, средний и безымянный пальцы правого кулака;

5(五) — отгибаются все пять пальцев правого кулака.

6(六) — поднимается большой палец и мизинец правого кулака, остальные сжаты. Эта форма перевернутого иероглифа "六"(лю), означающего число 6.

7 (七) — большой палец, указательный и средний палец правой руки соединяются в одной точке, мизинец и безымянный пальцы сомкнуты на

ладони. Этот жест полностью совпадает с жестом троеперстия, с помощью которого крестятся русские православные.

8 (ㄩ) — большой палец, указательный открыты, другие пальцы правой руки согнуты. Этот жест напоминает перевернутый иероглиф "ㄩ"(ба), имеющий значение 8.

9 (ㄣ) — указательный палец поднят и изогнут в форме крючка. Остальные пальцы сжаты в кулак. Так изображается арабская цифра 9.

10 (十) — обычно показывают просто правый кулак, так как кулак похож на камень, а в китайском языке слово «камень» ("十"- shi) звучит «Ши», то есть одинаково со словом "+"(ши) - 10.

Число десять еще можно показать указательными пальцами обеих рук, которые накладываются друг на друга в форме «креста». Это напоминает иероглиф "十"(ши) - «десять».

Также интересная китайская традиция — трактование значений различных чисел. Восприятие чисел выражается в китайской философии, религии, истории, политике, традициях, легендах и мифах. Например, число «3» - счастливое. Китайский иероглиф, изображающий это число, состоит из трёх горизонтальных полос. Первая горизонталь обозначает небо, вторая — это земля, третья — человек. Эти три горизонтальные черты, объединяющие небо, землю и человек, обозначают гармонию. Число «5» имеет философское значение, в понятие которого включается золото, дерево, вода, огонь и земля. Поэтому числа «3» и «5» пользуются популярностью в Китае.

Число «4» в китайском языке имеет похожее произношение со словом «смерть». Поэтому это число - несчастливое. Китайцы стараются избегать числа «4» в различных комбинаций с ним. Напротив, в западных странах и в России число «4» наоборот считается символом силы и справедливости.

Интересно интерпретируется в китайской культуре цифра «6», символизирующая успех и удачу. Именно поэтому люди предпочитают как

можно чаще использовать это число в различных комбинациях, например «66», «666» и т.д. По лунному календарю шестое, шестнадцатое и т.п. считают удачным и счастливым числом для свадьбы. Что касается представлений о сочетании «666» в российской культуре, то, как известно, оно несет негативный оттенок и представители российской культуры стараются его избегать.

В заключении можно сказать, что китайцы, как и другие народы, дарят подарки при встрече или при прощании с деловыми партнерами. В деловом общении они в большинстве своем очень приветливы и доброжелательны по отношению к иностранцам.

2.2.2. Особенности невербальной коммуникации русских и англичан

Л. Броснахан образно отмечает, что «русское осознание себя, как представляется, имеет границы, совпадающие с границами тела, в то время как у англичан оно распространяется сантиметров на 10 за пределами его тела» [126]. Судя по его данным, можно говорить по меньшей мере о 20 сантиметрах или даже больше.

Персональная дистанция играет наиболее важную роль в процессе межличностной коммуникации. Она представляет собой личное пространство, в которое человек не пускает других (за исключением самых близких). Личное пространство, которое Э. Холл образно называет *bubble* (пузырь), в разных культурах не только различается размером, но и занимает разное место в иерархии ценностей. В английской культуре, для обозначения этой важнейшей культурной ценности даже существует специальное слово – *privacy*.

У русских, по сравнению с англичанами, личное пространство является минимальным и едва выходит за пределы тела.

Зона личной автономии, соблюдение которой является обязательной, проявляется в повседневной жизни англичан. При наблюдении за их поведением (в транспорте, на улице, в магазине) возникает ощущение, что 'privacy' – это даже не абстрактное понятие, а объективная реальность, не видимая простым глазом. Создаётся впечатление, что вокруг каждого человека существует некое поле, отталкивающее незнакомых людей друг от друга, как только они слишком сильно сближаются, в результате чего люди в толпе не сталкиваются, если же такая неприятность всё же произошла, они искренне и пространно извиняются.

Русские же настолько толерантны к прикосновениям (на улице, в транспорте, магазине), что в подобных ситуациях не всегда считают необходимым извиниться.

Наличие зоны privacy у англичан и ее отсутствие у русских проявляется в том, что англичане при ходьбе предпринимают попытку избежать столкновения с идущим навстречу намного раньше, чем это делают русские. В то время как русские извиняются обычно при непосредственном физическом столкновении или едва не столкнувшись, англичане – при «столкновении» зонами автономии. При этом извиняются оба субъекта, независимо от того, кто спровоцировал создавшуюся ситуацию. Идущий сзади скажет 'sorry', если идущий впереди пешеход внезапно остановился. Идущий навстречу извинится задолго до того, как это делают русские.

Различие в использовании пространства англичанами и русскими свидетельствует о том, что первые чувствуют себя комфортно при большем личном пространстве, чем вторые. Англичане предпочитают стоять, сидеть на более значительном расстоянии друг от друга, чем русские. Поэтому не стоит удивляться, если в транспорте от вас будут отсаживаться, а когда вы зайдете в кабинет официального лица на деловую встречу, вам предложат сесть где-нибудь прямо у двери. Поддерживать беседу в такой ситуации русскому человеку достаточно сложно.

Дистанция общения сказывается и на использовании знаков тактильной коммуникации. Англичане в общении избегают физических контактов, что неудивительно: прикоснуться к собеседнику, похлопать его по плечу на расстоянии вытянутой руки сложно и неудобно. Англичане не обнимаются, не целуются, не прикасаются друг к другу. Даже такой распространенный (и не только у русских) жест приветствия, как рукопожатие, используется, только при знакомстве. При этом рукопожатие у англичан более краткое, чем у русских, делается оно при полностью вытянутой руке и без попытки задержать руку собеседника в своей.

Жесты и мимика в английской культуре используются очень ограниченно. И это закономерно: чем больше дистанция, характерная для той или иной культуры, тем больше в ней норм и ограничений на поведение людей. Ограниченная жестикуляция, как и сдержанная, неинтенсивная мимика, являются признаком воспитанности и хороших манер. Следует также обратить внимание на использование визуального контакта. Как и в других европейских культурах, прямой взгляд у англичан является знаком внимания и заинтересованности. При этом глаза обычно неподвижны, не переходят с предмета на предмет, а сфокусированы в одной точке. Чтобы дать понять собеседнику, что они слышат и понимают его, англичане зачастую не кивают головой, а мигают. При этом смотреть прямо в глаза собеседника не принято.

В русской культуре, которую исследователи называют «глазеющей», по сравнению с англосаксонской культурой, обычай смотреть прямо в глаза означает самораскрытие перед собеседником, что свидетельствует о прямой зависимости между контактом глаз и откровенностью в отношениях [29].

Русские используют жесты намного больше: они кивают головой в знак согласия; качают головой, когда несогласны; пожимают плечами или разводят руки, когда говорят «не знаю», и т. д., при этом жесты рукой имеют большую амплитуду, чем западноевропейские, и занимают большее

пространство.

Существенные различия в поведении англичан и русских проявляются в улыбке, которая имеет большое национальное своеобразие. В английской культуре улыбка является обязательным элементом коммуникации, в то время как одним из наиболее ярких и национально-специфических черт русского невербального поведения и русского общения в целом является, как отмечают исследователи, «бытовая неулыбчивость» [78].

Подводя итог сказанному, в таблице ниже приведены наиболее характерные черты английской и русской невербальной коммуникации, что важно учитывать для успешного делового общения (см. табл.1):

Таблица 1

<i>Английский стиль невербальной коммуникации</i>	<i>Русский стиль невербальной коммуникации</i>
<ul style="list-style-type: none"> • значительная пространственная дистанция; • бережное отношение к незаблемости личного пространства каждого из участников коммуникативного акта, его автономии, недопустимость его нарушения; • практически полное отсутствие тактильной коммуникации; • ограниченное и сдержанное использование мимики и жестов; • сдержанность в проявлении эмоций; • социальная улыбчивость. 	<ul style="list-style-type: none"> • достаточно близкая дистанция общения; • незначительное личное пространство и допустимость его нарушения; • использование тактильной коммуникации; • более активная жестикуляция; • более интенсивная и выразительная мимика; • открытое проявление эмоций; • бытовая неулыбчивость.

ВЫВОДЫ

1. В процессе коммуникации можно выделить два вида общения: вербальное и невербальное. Они также являются взаимосвязанными компонентами деловой коммуникации, которые могут использоваться в совокупности и отдельно друг от друга. Вербальное общение — наиболее универсальный способ передачи информации, так как вербальный язык является основным способом «перевода» сообщения, созданного с помощью любой знаковой системы. Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую речь, естественный звуковой язык, то есть систему фонетических знаков.

2. Формулы речевого этикета — это совокупность слов и выражений, придающих вежливую форму речи, а также правила, согласно которым эти слова и выражения употребляются на практике в различных ситуациях общения. Национальные речевые формулы своеобразны и имеют собственные правила и нормы, присущие конкретному языку. Искусное владение формулами речевого этикета не только признак благовоспитанного человека, а, так сказать, «прямая дорога» к успеху в международном деловом общении, налаживанию международных деловых контактов.

3. В широком понимании, невербальная коммуникация — это любой вид невербальных сообщений или сигналов, свойственных не только коммуникативным, но и другим видам взаимодействий, содержащим какую-либо информацию. В узком смысле невербальная коммуникация — это общение, осуществляемое благодаря неязыковым средствам, которые наравне с языковыми, участвуют в коммуникативных взаимодействиях.

4. Приветствие. Между русскими, китайскими и английскими этикетными формулами приветствия существует ряд отличий, связанных в основном с историей и культурой народов. Например, в Китае до сих пор

сохраняется типичное в прошлых веках приветствие “你吃了吗？”(*Ни чи (фань) ла ма? – «Вы поели?»*), прямой перевод которого, без знания истории возникновения и функционирования, может стать причиной коммуникативного сбоя.

5. Обращение. Ситуация, которая характеризуется значительными отличиями в русском, китайском и английском языках: 1) Для России характерно наличие «Ты» и «Вы» обращения, что совершенно неприемлемо для англичан, они ко всем обращаются на «Вы»; 2) Различная структура полного имени: русское полное имя состоит из трех компонентов - имени, отчества и фамилии. Английское полное имя (full name) может состоять из двух, трех и четырех компонентов, а у китайцев два компонента: фамилия и имя.

6. В выражениях благодарности имеются общеупотребительные формулы: «Спасибо! Thank you! Thanks! 谢谢». Для англичан характерна сдержанность в выражении своего мнения, отношения и оценки: «*Это не лучший фильм*», «*Книга могла бы быть интереснее*» и т.п. Высказывания русских людей в большинстве случаев носят открытый и прямой характер: «*Фильм плохой*», «*Книга неинтересная*». Китайцы в свою очередь не поспевают на похвалы, особенно к незнакомым людям.

7. Прощание. Принципиальных отличий китайских этикетных формул прощания от русских и английских нам не известно. Однако в китайской традиции принято провожать гостей более торжественно. Поэтому в деловом общении для китайцев «долгие проводы» не являются «лишними».

8. Сопоставительный анализ невербальных средств коммуникации в деловом общении позволяет сделать вывод, что знание этих важных средств может способствовать успеху делового общения, так как они не менее, чем вербальные, выражают уважение к адресату, показывают воспитанность собеседников, демонстрируют их уровень культуры общения.

9. Сравнив невербальные средства общения в китайской, русской и английской культуре, мы пришли к выводу, что они могут очень сильно отличаться в зависимости от традиций, привычек и менталитета нации, хотя в деловом общении они могут копироваться и уравниваться согласно деловому этикету. Так, в Китае все правила рукопожатия скопированы у европейцев, улыбка стала главным выражением лица у китайца: от улыбки гостеприимства у простых людей до «обслуживания с улыбкой» у бизнесменов; китайцы владеют особыми жестами выражения благодарности и счета, корни которых уходят в древнюю историю страны, а порядок рассаживания участников переговоров в Китае связан с частями света. Английский стиль невербальной коммуникации имеет следующие черты: бережное отношение к незыблемости личного пространства каждого из участников коммуникативного акта, его автономии, недопустимость его нарушения; практически полное отсутствие тактильной коммуникации; ограниченное и сдержанное использование мимики и жестов; сдержанность в проявлении эмоций; социальная улыбчивость. В России невербальные средства коммуникации в деловом общении характеризуются следующими признаками: достаточно близкая дистанция общения; незначительное личное пространство и допустимость его нарушения; использование тактильной коммуникации; активная жестикуляция; интенсивная и выразительная мимика; открытое проявление эмоций; бытовая неулыбчивость.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной магистерской диссертации были рассмотрены особенности языка делового общения в китайском, русском и английском языках. В ходе нашего исследования были решены следующие задачи:

- 1) рассмотрены особенности и характеристики делового общения;
- 2) обоснована роль делового этикета в международном общении;
- 3) дана краткая характеристика особенностей делового общения и делового этикета в Китае, России и Англии.
- 4) проанализированы формулы речевого этикета и невербальных средств коммуникации (на материале китайского, русского и английского языков).

В ходе исследования были установлены следующие особенности делового общения: регламентированность, т. е. подчиненность установленным правилам и принципам взаимодействия; повышенная ответственность участников за его результат, умение правильно сформулировать цель сотрудничества, определить интересы партнеров, выстроить обоснование собственной позиции и подобрать соответствующие ситуации реплики, которые ведут к успешному деловому взаимодействию.

Чтобы овладеть культурой делового общения, необходимо ориентироваться в деловых ситуациях общения, в ролевых признаках партнера, стремиться к «образцу», сложившемуся в сознании носителей языка, действовать по правилам коммуникативных ролей говорящего или слушающего, строить текст в соответствии со стилистическими нормами, а также иметь представление о невербальных средствах коммуникации. Но

что особенно важно, так это владение правилами речевого этикета. Для этого существуют формулы речевого этикета — это совокупность слов и выражений, придающих вежливую форму речи, а также правила, согласно которым эти слова и выражения употребляются на практике в различных ситуациях общения. Национальные речевые формулы своеобразны и имеют собственные правила и нормы, присущие конкретному языку.

Сопоставив в китайском, русском и английском языках формулы речевого этикета (при приветствии, обращении, прощании, выражении благодарности согласия/несогласия) в деловом общении и невербальные средства коммуникации, мы пришли к выводу, что знание этих средств чрезвычайно важно для корректного с точки зрения языка и культуры и эффективного делового общения. Сопоставление особенностей речевого поведения и невербальных средств коммуникации в международном деловом общении, позволяет констатировать, что они существенны и мотивированы разными типами культуры. Поэтому решение проблем межкультурной коммуникации в деловом общении должно начинаться со сравнения национальных культур, с выявления их различий, которые проявляются в социальном, речевом и соматическом поведении коммуникантов и являются источником возникающих проблем.

Библиография

1. Аджанова И. Учет национально-культурной специфики русского делового телефонного разговора в обучении носителей чешского языка: Дисс. ... Канд. филол. наук. - М., 1996. - 230 с.
2. Акишина А.А., Кано Х., Акишина Т.Е. Жесты и мимика в русской речи: Лингвострановедческий словарь. - М.: Изд-во Красанд, 2010. — 125 с.
3. Акишина А.А., Формановская Н.И. Русский речевой этикет. - М.: Русский язык, 1978. - 84 с.
4. Акишина А.А., Формановская Н.И. Русский речевой этикет. Практикум вежливого речевого общения. 3-е изд. - М.: Изд-во Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. - 184 с.
5. Андреев В.П. Деловая риторика. - Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1993. - 25 Г с.
6. Андронова И.В. Культура международной деловой коммуникации. - М.: Экон-информ, 2005. - 108 с.
7. Архипова Е.В. Согласие/ несогласие как реакция на комиссивные речевые акты в английском языке // Вестник ВГУ. № 2. - 2012. С.- 13-15.
8. Астафурова Т.Н. Лингвистические аспекты межкультурной деловой коммуникации. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 1997. - 108-с.
9. Афанасьев М.А. Деловой этикет. - М.: Наука, 20001 - 800 с. Ю.Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. 2-е изд. - М.: Изд-во Новое знание, 2005. — 368 с. П.Белянко О.Е., Трушина Л. Б. Русские с первого взгляда. - М.: Русский язык, 1996. - 80 с.
10. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Принципы и практика в эпоху информации. - СПб.: Питер, 2000. - 381 с.
11. Бульгина А. Этика делового общения. - Новосибирск, 1995. - 167 с.
12. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. - М.: Прогресс, 1989. - 312 с.
13. Введенская Л. А., Павлова Л.Г., Катаева Е.Ю. Культура

речи государственного служащего: Учебно-практическое пособие. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. - 473 с.

14. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. 5-е изд. - Ростов-на-Дону: Изд. Центр «МарТ»: Феникс, 2010. - 488 с.

15. Вежбицкая А., Годдард К. Дискурс и культура // Жанры речи: Сборник научных статей. - Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. - вып. №3. - С. 118-156.

16. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. - М.: Фонд Правовая культура, 1994.-175 с.

17. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеповеденческих тактик. - М., 1999. - 427 с.

18. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. - М.: Русский язык, 1990. - 248 с.

19. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности. - М.: Изд-во стандартов, 1990. - 160 с.

20. Веселов П.В. Аксиомы делового письма: культура делового общения и официальной переписки. - М.: ИВЦ Маркетинг, 1993. - 74 с.

21. Виноградский Б.Б., Сизов В.С. Менеджмент в китайской традиции. - М.: Изд-во Экономистъ, 2007. — 255 с.

22. Вьюнов Ю.А. Слово о русских: Характер, склад мышления и духовные ценности народа в историческом контексте. - М.: Икар, 2002. - 296 с.

23. Вьюнов Ю.А. Русский культурный архетип. Страноведение России: Учебное пособие. - М.: Флинта: Наука, 2005. - 480 с.

24. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации: учебник для вузов. - М.: Инфра-М, 1997. - 272 с.

25. Голуб И.Б., Розенталь Д.Э. Секреты хорошей речи. - М.: Международные отношения, 1993. — 279 с.
26. Гольдин В.Е. Речь и этикет. -М.: Просвещение, 1983. - 116 с.
27. Гольдин В.Е. Этикет и речь. - Саратов: Сарат. ун-т, 1978. - 112 с.
- 30.Горева Т.А. Проблемы межкультурного взаимодействия в контексте обучения иностранному языку профессионально-делового общения // Межвузовский сборник научных трудов по проблемам межкультурной коммуникации. — Пермь, 1999. - С. 226-234.
28. Граудина Л.К., Миськевич Г.И. Теория и практика русского красноречия. — М.: Наука, 1989.-256 с.
29. Грейдина Н. Л. Основы коммуникативной презентации. Пятигорск: ПГЛУ. Изд-во «Рекламно-информационное агенство на КМВ», 2003, стр 111.
30. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов. - М.: Юнити, 2003. - 352 с.
31. Губенко В.А. Основные особенности речи делового человека: Реферат. - Владивосток, 2001. — 18 с.
32. Демидова А.К., Смирнов Э.А. Русская коммерческая корреспонденция: для говорящих на английском языке. - М.: Русский язык, 1993. - 323 с.
33. Демин Ю.М. Деловая переписка. - М.: Бератор-Пресс, 2003. - 352 с.
34. Добрынина В.И., Грехнев В.С., Добрынин В.В., Лысенко Н.Н., Осипова Н.А., Пономарева Г.М. Философия XX века: Учебное пособие. - М.: ЦИНО общества «Знание» России, 1997. - 288 с.
35. Жданов А.А., Жданова И.Ф. Деловые письма и контракты. - М.: Филоматис, 2006. - 288 с.
36. Жданова И.Ф., Романовская М.А., Величко А.В. Деловой русский: Пособие для самостоятельного изучения русского языка для говорящих на английском языке. - М.: Русский язык, 1992. - 377 с.

37. Залевская А.А. Вопросы теории и практики межкультурных исследований // Этнокультурная специфика языкового сознания: Сборник статей / Отв. Ред. Н.В. Уфимцева. -М.: МГУ, 1996, - С. 23-39.
38. Зимняя И. А. Общая культура и социально-профессиональная компетентность человека // Высшее образование сегодня. - М., 2005. — № 11. -С. 14-20.
39. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. - М.: Наука, 1987. - 262 с.
40. Карнеги Д. Ораторское искусство и оказание влияния на деловых партнеров (Public Speaking and Influencing Men in Business). 1926 переработана в 1931.
41. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. — М.: Вече, 2003.-656 с.
42. Касьянова К. О русском национальном характере. - М.: Институт национальной модели экономики, 1994. - 267 с.
43. Клобукова Л.П. Проблемы межкультурной коммуникации сквозь призму обучения иностранных учащихся русскому языку как средству делового общения. // Вестник ЦМО МГУ, 2009. - № 1. - С. 49-52.
44. Колтунова М.В. Деловое письмо. Что нужно знать составителю. - М.: Дело, 1998.-112 с.
45. Колтунова М.В. Язык и деловое общение. Нормы, риторика, этикет: Учебное пособие для вузов. 2-е изд., доп. - М.: Логос, 2005. - 312 с.
46. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики. - М.: Гардарики, 2005. - 287 с.
47. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. - М.: Дрофа, 1994. - 246 с.
48. Красивова А.Н. Деловой русский язык: Учебно-практическое пособие. — М.: Изд-во МФА, 2001. - 80 с.
49. Кузин Ф.К. Культура делового общения: Практическое пособие. 5-е изд., перераб. и доп. -М.: ОСЬ-89, 2000. - 320 с.

50. Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловой этикет: Учебное пособие для студентов вузов. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 431 с.
51. Кукушкин В.С. Деловой этикет: Учебное пособие. 3-е изд. - М.: Изд-во Марат, 2008. - 304 с.
52. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. - М.: Флинта; Наука, 1997. - 315 с.
53. Курбатов В.И. Стратегия делового успеха. — Ростов-на-Дону: Изд-во Феникс, 1995.-416 с.
54. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения: учебник для вузов. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 415 с.
55. Лазуткина Е.М. Соматические речения как эпистемические модели. // Русский язык: исторические судьбы и современность: Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 13-16 марта 2001 г.): Труды и материалы / Под общей ред. М.Л. Ремнёвой и А.А. Поликарпова. - М., 2001. - С. 75-79 .
56. Лебедева М.М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. - М.: КЛЮЧ-С, 1999. - 224 с. БО.Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. - М.: Гнозис, 2005. - 352 с.
57. Леонтьев А.А. Важнейшие проблемы сопоставления русского языка и языков Востока // Актуальные проблемы преподавания русского языка в странах Азии, Африки, ближнего и среднего Востока: Доклады и тезисы докладов. — М., 1972.-С. 23-55.
58. Ли Сичан Русский речевой этикет в прагматическом и лингвострановедческом аспектах с точки зрения носителя китайского языка. Дисс.... канд. филол. наук. -М., 2001. - 174 с.
59. Лобашкова С.Г., Игнатьева М.В. Бизнес-курс для деловых людей: Внешнеэкономическая деятельность: Учебник русского языка. - М.: ИКАР, 1997.-426 с.
60. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. - М.: Дело, 1999. - 440 с.

61. Любимова Н.В. Новые подходы к формированию поликультурной компетенции // Вестник МГЛУ. - 2004. - Вып. 492.
62. Мамонтов А.С. Кросс-культурный анализ (лингвострановедение в сфере рекламы): учебное пособие. — М.: Гуманит.-социал. акад., 2002. - 126 с.
63. Милославская С.К. Межкультурная коммуникация в свете задач интернационализации образования // Мир русского слова. - М., 2001. — № 4. -С. 14-24.
68. Митителло В.Л. Этика и этикет делового человека. - Самара, 1992. — С. 21.
69. Михалкина И.В. Вербальные средства выражения коммуникативных намерений в курсе «Русский язык в деловом общении» // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации: Сб. статей / Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. - М., 1997. - С. 34-48.
70. Мищич П. Как проводить деловые беседы. -М.: Экономика, 1987. - 208 с.
71. Нельсон К.А. Бизнес этикет: Международные стандарты общения. - М.: Интернет-Трейдинг, 2005. - 260 с.
72. Озаровский О.В. Способы выражения согласия-несогласия в современном русском языке // РЯНШ. - 1974. №6. - С. 70-75.
73. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учебное пособие. - СПб.: Знание, 2004. - 496 с.
74. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие. - М.: ЛОГОС, 2002. - 224 с.
75. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. -М.: Комкнига, 2003.-224 с.
76. Прохоров Ю.Е. Лингвострановедение. Культуроведение. Страноведение: Теория и практика обучения русскому языку как

иностранному. - М., 1998. - 216 с.

77. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: Коммуникативное поведение. - М.: Флинта; Наука, 2006. - 328 с.

78. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М., 1996, 145

79. Рансьер Ж. Несогласие: Политика и философия/ пер. и прим. В.Е. Лапицкого. - Спб.: Machina, 2013.- С.67-74.

80. Русский язык делового общения / Под общ. ред. И.А. Стернина. - Воронеж: Изд-во ВГУ, 1995.

81. Садохин А.П. Теория и практика межкультурной коммуникации. - М.: Юнити, 2004.-271 с.

82. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: Учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2010. - 288 с.

83. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств: Учебное пособие по профессиональной межкультурной коммуникации. - М.: Изд-во «Р. Валент», 2005. - 215 с.

84. Сарыгина Н.В. Путеводитель ксенофоба. - М.: МУК ЦГБ, 2008.

85. Сафонова В.В. Изучение международного общения в контексте диалога культур и цивилизаций. - Воронеж: Истоки, 1996. - 237 с.

86. Снелл Ф. Искусство делового общения. - М.: Прогресс, 1990. - 64 с.

87. Соловьев В.М. Тайны русской души. Вопросы. Ответы. Версии: Книга для чтения о рус. нац. Характере для изучающих русского языка как иностранный. -М.: Русский язык. Курсы, 2003. - 198 с.

88. Соловьев В.М. Слово о России. -М., 2003.

89. Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. 5-е изд. перераб.

доп. - М.: ОСЬ-89, 2001. - 272 с.

90. Сорокин Ю.А. Этнические формы культуры: сознание и модусы его

вербальной репрезентации (компарационные цепочки). // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации: Сб. статей / Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов - М., 1997. - С. 21-36.

91. Стародубцев В.Ф. Деловое взаимодействие: путь к успеху (проблемы межкультурной коммуникации в сфере бизнеса и предпринимательства): учебное пособие. - М.: Экономика, 2007. - 300 с.

92. Стенюков М.В. Документы. Делопроизводство. - М.: Приор, 1997. - 144 с.

93. Стернин И.А. Межкультурный аспект коммуникации // Психолингвистика и межкультурное взаимопонимание. - М., 1991. - С. 285-287.

94. Стернин И.А. О понятии менталитет // Язык и национальное сознание. - Воронеж, 1998. - С. 24-26.

95. Стефаненко Т.Г. Метод подготовки к межкультурному взаимодействию // Стефаненко Т.Г., Шлягина Е.И., Ениколопов С.Н. Методы этнопсихологического исследования. - М.: Изд-во МГУ, 1993. - С. 55-78.

96. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учебное пособие. - М.: Слово/Slovo, 2000. - 624 с.

97. Толстой Н.И. Язык и народная культура: Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. - М.: Изд-во Индрик, 1995. - 262 с.

98. Трушина Л.Б., Вохмина Л.Л., Булгина А.А., Волкова Т.Г., Глива Н.Б., Кузнецов А.Л., Лайкова М., Никифорова Е.П., Потемкин А.А. Русский - Экзамен - Туризм. РЭТ-1: Учебный комплекс по русскому языку как иностранному в сфере международного туризма. — М.: Изд-во ИКАР, 2005. — 252 с.

99. Тунгусова Г.И., Крайнова Е.В. Деловой русский язык: менталитет партнеров и стандартные ситуации делового общения // Русский язык и языковые контакты в Азиатско-Тихоокеанском регионе в XXI веке: материалы Междунар. конф. Иркутск, 29-30 сент. 2004 г. - Иркутск, 2004. - С. 98-102

100. У Гохуа Национально-культурные аспекты семантики русских номинативных единиц (с позиций носителя китайского языка). Дисс. ... Докт. филол. наук. - М., 1995. - 358 с.

101. Узерина М.С. Этика делового общения: учебное пособие. -

Ульяновск: УлГТУ, 2004. - 72 с.

102. Фионова Л.Р. Этика делового общения: Учебное пособие. - Пенза: Изд-во ПТУ, 2010. - 126 с.

103. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспект. — М.: Русский язык, 1982. - 126 с.

104. Формановская Н.И. Русский этикет: Учебное пособие для студентов- иностранцев. - 2-е. изд. — М.: Русский язык, 1978. - 183 с.

105. Формановская Н.И. Употребление русского речевого этикета. - М.: Русский язык, 1982. - 125 с.

106. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. - М.: Высшая школа, 1989.-159 с.

107. Формановская Н.И. Вы сказали: Здравствуйте! (Речевой этикет в нашем общении). Изд. 3-е. - М.: Знание, 1989. - 160 с.

108. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: нормативный социокультурный контекст. — М.: Русский язык, 2002. — 160 с.

109. Формановская Н.И. Речевой общение: коммуникативно-прагматический подход. - М.: Русский язык, 2002. - 216 с.
ПО. Формановская Н.И. Речевой этикет в русском общении: Теория и практика. - М: ВК, 2009. - 334 с.

111. Фурманова В.П. Межкультурная коммуникация и лингвокультуроведение в теории и практике обучения иностранным языкам. — Саранск: Изд-во Мордов. ун-та 1993. - 122 с.

112. Фэн Линьюй, Ши Вэйминь. Очерки по культуре Китая. - Пекин: Межконтинентальное изд-во Китая, 2002. — 198 с.

113. Хавронина С.А., Клобукова Л.П., Михалкина И.В. Русский язык для деловых людей: Выпуск 3. Финансы и банки: Учебное пособие. - М.: ПАИМС, 1993.-176 с.

114. Хавронина С.А., Клобукова Л.П., Михалкина И.В., Дэвидсон Д. Русский язык в деловом общении. - Вашингтон: Изд-во Аспрял. 1996. - 230 с.

115. Ходжсон Д. Переговоры на равных / Пер. с англ. З.Я. Красневкий — Мн.: Амалфея, 1998.-352 с.

116. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. - М.: Анкил, 1995.-366 с.

117. Цзян Сипин. Безэквивалентная лексика и фразеология в русском и китайском языках. Дис. ... канд. филол. наук. - СПб., 1995. - 198 с.

118. Честара Дж. Деловой этикет / Пер. с англ. Бесковой Л. — М.: Агентство ФАИР, 1997.-336 с.

119. Шахнарович А.М. Национально-культурная специфика общения: психологический аспект // Национальная культура и общение. - М., 1977. — С. 85-89.

120. Шаховский В.И. Эмоциональные проблемы речевых партнеров в межкультурном общении // Языковая личность: культурные концепты. — Волгоград: Изд-во Перемена, 1996. - С. 80-96.

121. Шилова К.А. Телефонные разговоры делового человека. - М.:

Арсис Лингва, 1993.-192 с.

122. Шэнь Юнью, Хэ Саньси. Высшая мудрость в идиоматических выражениях и классических афоризмах (Чэньюй дяньгу чжундэ чжэли). — Китая, Нанкин, 1986.-441с.

123. Эрнст Отто. Слово предоставлено вам. Практические рекомендации по ведению деловых бесед и переговоров. -М.: Экономика, 1988. - 141 с.

124. Этикет делового человека на материалах зарубежных прессы. — Екатеринбург: Наука, 1993. - 78 с.

125. Якубинский Л.П. О диалоговой речи. Пг., 1923. С. 175. 40

126. Brosnahan 1998, цит. По: Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М., 1996, стр 162/

127. Darwin, C. The Expression of the Emotions in Man and Animal. - London: Murray, 1872. - 435 p.

128. Payrato, L. Non-verbal communication. Handbook of Pragmatics. - 2006. [Электронный ресурс]: <https://www.benjamins.com/onlain/hop/>