

**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО - ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
«СИНЕРГИЯ»**

Направление

45.04.02

Кафедра

ИЯ

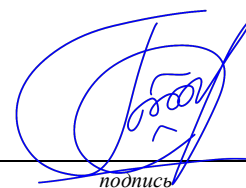
(код)

(аббревиатура)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**на тему «Вариативность делового этикета в английской, американской
и русской лингвокультурах»**

Обучающийся Мансурова Мафтуна Абдурасуловна
(Ф.И.О. полностью)



подпись

Руководитель Осинцева Татьяна Николаевна
(Ф.И.О. полностью)

подпись

Рецензент Мохова Оксана Леонидовна
(Ф.И.О. полностью)

подпись

Заведующий кафедрой Осинцева Татьяна Николаевна
(Ф.И.О. полностью)

подпись

МОСКВА 2021 г.

**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
«СИНЕРГИЯ»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета Лингвистики

Пеньковская Инна Игоревна
(ФИО)

« ____ » _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ

на ВКР обучающегося

Мансуровой Мафтуны Абдурасуловны

1. Тема ВКР:

«Вариативность делового этикета в международной лингвокультуре»

2. Структура ВКР:

Введение

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ СНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

1.1 Язык и культура. Свойства национальных деловых культур и способы их выявления

1.2 Специфика языка делового общения

1.3. Влияние межкультурных различий на язык делового общения

1.4 Стратегии успешной деловой межкультурной коммуникации

Выводы по главе 1

Глава 2. НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ И ИХ ПРОЯВЛЕНИЕ В АНГЛИЙСКОЙ, АМЕРИКАНСКОЙ И РУССКОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

2.1 Национальный компонент в структуре языковой личности и его влияние на деловую коммуникацию

2.2 Языковая личность в английской лингвокультуре и особенности ее проявления в деловой коммуникации

2.3 Языковая личность в американской лингвокультуре и особенности ее проявления в деловой коммуникации

2.4 Языковая личность в русской лингвокультуре и особенности ее проявления в деловой коммуникации

Выводы по главе 3

Глава 3. АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНЫХ ТРУДНОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ НА БАЗЕ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ИСКУССТВА. ИТОГИ АПРОБАЦИИ ПРЕДСТАВЛЕННОЙ РАБОТЫ

3.1 Анализ ситуации межкультурной коммуникации в процессе делового общения в сфере искусства

3.2 Педагогическая апробация работы

3.3 Научная апробация работы

Выводы по главе 3

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

3. Основные вопросы, подлежащие разработке.

Во введении рекомендуется обосновать актуальность выбранной темы, сформулировать цели и задачи работы, описать объект, предмет и информационную базу исследования.

Для написания **главы 1** рекомендуется изучить теоретические основы исследования делового этикета. Для этого необходимо в пункте **1.1** рассмотреть понятия языка и культуры, свойства национальных деловых культур и способы выявления культурных особенностей деловой коммуникации. В пункте **1.2** выявить специфику языка делового общения выбранных для исследования культур и определить в пункте **1.3** степень влияния межкультурных различий на язык делового общения. В пункте **1.4** следует остановиться на стратегиях успешной деловой межкультурной коммуникации.

Глава 2 изучает национальные особенности языка и культуры, оказывающие влияние на деловой этикет в выбранных для исследования странах. Необходимо рассмотреть национальные особенности языковой личности в 2.2. Англии, 2.3 в Америке, 2.4 в России и проанализировать на конкретных примерах их проявления в процессе делового общения.

Глава 3 должна носить практический характер. В пункте **3.1** необходимо проанализировать конкретную коммуникативную ситуацию в деловой сфере, в пункте **3.2** - представить педагогическую, а в пункте **3.3** научную апробацию работы.

Необходимо сформулировать выводы к каждой главе.

В заключении необходимо отразить основные положения дипломной работы и сформулировать общие выводы.

4. Исходные данные по ВКР:

Основная литература:

1. Абросимова Е. Б. О деловом этикете и не только... / Е. Б. Абросимова, В. И. Соболев. Н. Новгород : Деком, 2013. 588 с.
2. Апресян, Ю. Д. Идеи и методы современной структурной лингвистики Текст. / Ю. Д. Апресян. М.: Просвещение, 1966. - 305 с.
3. Арутюнова, А. Д. Язык и мир человека Текст. / А. Д. Арутюнова. М. : Языки русской культуры, 1999. - 896 с.
4. Босрок М. М. Деловая Европа: правила путешественника / М. М. Босрок. М.: Поколение, 2007. 688 с.
5. Андреева И. В. Бизнес-этикет / И. В. Андреева, О. Б. Бетина, О. А. Жлудова. СПб.: Вектор, 2006. 192 с.
6. Архангельская М. Д. Бизнес-этикет, или Игра по правилам: правила,
7. принципы, рекомендации / М. Д. Архангельская. М. : Эксмо, 2004. 160 с.
8. Барайс Г. Как вести себя в отеле / Г. Барайс. М.: БММ, 2000. 96 с. : ил.
9. Басманова Э. Б. Визитная карточка: история и современность /
10. Вежбицкая, А. Понимание культур через посредство ключевых слов Текст. / А. Вежбицкая. М. : Языки славянской культуры, 2001. - 288 с.21 .Верещагин, Е. М. Язык и культура Текст. / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. М., 1990. - 248 с.
11. Воробьев, В. В. Лингвокультурология Текст. / В. В. Воробьев. М.: Издательство РУДН, 1997. - 340 с.
12. Гачев, Г. Д. Национальные образы мира : Америка в сравнении с Россией и славянством Текст. / Г. Д. Гачев. М.: Раритет, 1997. - 680 с.
13. Гришаева, Л. И. Введение в теорию межкультурной коммуникации Текст. : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова. М.: Академия, 2006. - 336 с.

14. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации Текст. : учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; под ред. А. П. Садохина. М. : ЮНТТТИ-ДАНА, 2003. - 352 с.
15. Добровольский, Д. О. Национально-культурная специфика во фразеологии Текст. / Д. О. Добровольский // Вопросы языкознания, 1997. № 6.-С. 37-48.
16. Ермакова, В. А. Концептуализация оппозиции «свой-чужой» в паремической картине мира (на материале русского и английского языков) : дисс. канд. филол. наук : 10.02.20 Текст. / В. А. Ермакова. -Караганда, 2010. 156 с.
17. Карасик, В. И. Иная ментальность Текст. / В. И. Карасик, О. Г. Прохвачёва, Я. В. Зубкова, Э. В. Грабарова. М. : Гнозис, 2005. - 352 с.
18. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность Текст. / Ю. Н. Караулов. 1-е изд. - М. : «Наука», 1987. - 264 с.
19. Ключанов, И. Э. Семиопереvod и маркированность межкультурного общения Текст. / И. Э. Ключанов // Язык, сознание, коммуникация : Сб. статей / Ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М. : Диалог-МГУ, 2000. -Вып. 11.-С. 30-39.
20. Колесов, В. С. Язык и ментальность Текст. / В. С. Колесов. СПб : Санкт-Петербургское Востоковедение, 2004. - 240 с.
21. Корнилов, О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов Текст. / О. А. Корнилов. 2-е изд., испр. и доп. - М. : ЧеРО, 2003. - 349 с.
22. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность Текст. / А. Н. Леонтьев. М. : Политиздат, 1975. - 304 с.
23. Маковский, М. М. Историко-этимологический словарь современного английского языка (Слово в зеркале человеческой культуры) Текст. / М. М. Маковский. - М. : Издательский дом «Диалог», 2000. 416 с.
24. Маковский, М. М. Язык-миф-культура : Символы жизни и жизнь символов Текст. / М. М. Маковский. М. : Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН, 1996. - 329 с.
25. Маслова, В. А. Лингвокультурология Текст. / В. А. Маслова. М. : Академия, 2004. - 208 с.
26. Маслова, В. А. Современные направления в лингвистике Текст. / В. А. Маслова. М. : Издат. центр «Академия», 2008. - 272 с.
27. Сорокин, Ю. А. Национально-культурная специфика художественного текста Текст. / Ю. А. Сорокин, И. Ю. Марковина. -М. : Наука, 1989.-87 с.
28. Тарасов, Е. Ф. К построению теории межкультурного общения Текст. / Е. Ф. Тарасов // Языковое сознание : формирование и функционирование. М. : ИЯ РАН, 1998. - С. 30-34.
29. Текст как явление культуры Текст. Новосибирск : Наука, сибирское отделение, 1989. - 194 с.
30. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантические, прагматические и лингвокультурологические аспекты Текст. / В. Н. Телия. М. : Языки русской культуры, 1996. - 288 с.
31. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация Текст. / С. Г. Тер-Минасова. М. : Слово, 2000. - 264 с.
32. Ушакова, Т. Н. Языковое сознание и принципы его исследования Текст. / Т. Н. Ушакова // Языковое сознание и текст : теоретические и прикладные аспекты (сборник научных статей) / под ред. Н. В. Уфимцевой. М., 2003. - 136 с.
33. Фрумкина, Р. М. Психоллингвистика : Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений Текст. / Р. М. Фрумкина. М. : Издательский центр «Академия», 2003. - 320 с.
34. Шестопалова, О. Н. Типология социальных стереотипов Текст. / О. Н. Шестопалова // Известия Уральского государственного университета. -2007. -№ 51. С. 106-110.

35. Arora, S. L. The Perception of Proverbiality Text. / S. L. Arora // Wise Words. Essays on the Proverb / Ed. By W. Mieder. New York, 1994. -P. 3-29.
36. Hofstede, G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values Text. / G. Hofstede. Beverly Hills CA: Sage Publications, 1980.
37. Jandt, F. E. An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community Text. / Fred E. Jandt. 5th ed. - Sage Publications, 2007. - 444 p.
38. Mieder, W. Proverbs are never out of Fashion. Popular Wisdom in the Modern Age Text. / W. Mieder. New York, Oxford, 1993. - 265 p.
39. Obelkevich, J. Proverbs and Social History Text. / J. Obelkevich // Wise Words. Essays on the Proverb / Ed. By W. Mieder. New York, 1994. -P. 211-252.
40. Rogers, T. B. Psychological Approaches to Proverbs. A Treatise on the Import of Context Text. / T. B. Rogers // Wise Words. Essays on the Proverb/Ed. By W. Mieder. New York, 1994.-P. 159-181.

Дополнительная литература:

41. Английские пословицы и поговорки и их русские соответствия Текст. / сост. В. Модестов. М. : Художественная литература, 2000. - 416 с.
42. Большой энциклопедический словарь Текст. / гл. ред. А. М. Прохоров. - 2-е изд., перераб. и доп. М. : Большая Российская энциклопедия, СПб. : Норинт, 2000. - 1456 с. : ил.
43. Большой Энциклопедический Словарь «Языкознание» Текст. / гл. ред. В. Н. Ярцева 2-е изд. - М. : Большая Российская Энциклопедия, 1998. -685 с.
44. Даль, В. И. Пословицы русского народа Текст. / В. И. Даль. М. : ННН, 1994.- 616 с.
45. О.Комаров, А. С. Английские пословицы, поговорки и крылатые выражения: учебное пособие Текст. / А. С. Комаров. М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. - 80 с.
46. Комаров, А.С. The Concentrated Wisdom of the Race. Пословицы английского языка и их русские аналоги : учеб. пособие / А. С. Комаров. М. : Флинта : Наука, 2008. - 112 с.
47. Маргулис, А. Русско-английский словарь пословиц и поговорок Текст. / А. Маргулис, А. Холодная. Jefferson, North Carolina, London : McFarland & Company Publishers, 2000. - 487 с.
48. Райдаут, Р. Толковый словарь английских пословиц Текст. / Р. Райдаут, К. Уиттинг. СПб : Лань, 1997. - 256 с.
49. Российский энциклопедический словарь : в 2 кн. Текст. / гл. ред. А. М. Прохоров. М. : Большая Российская энциклопедия, 2001. - 2015 с. : ил.
50. Словарь употребительных английских пословиц : 326 статей Текст. / авторы: М. В. Буковская, С. И. Вяльцева, З. И. Дубянская, Л. П. Зайцева, Я. Г. Биренбаум. 3 изд., стереотип. - М. : Русский язык, 1990.-240 с.
51. Толковый словарь русского языка : в 4 т. Текст. / под ред. Д. Н. Ушакова. М. : Астрель, АСТ, 2000.
52. Фелицына, В. П. Русские пословицы, поговорки и крылатые выражения : Лингвострановедческий словарь Текст. / В. П. Фелицына, Ю. Е.
53. Прохоров // Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина; под ред. Е. М. Верещагина, В. Г. Костомарова. 2-е изд., испр. и доп. - М. : Русский язык, 1988.-272 с.
54. Шанский, Н. М. Краткий этимологический словарь русского языка Текст. / Н. М. Шанский, В. В. Иванов, Т. В. Шанская / под ред. С. Г. Бархударова. М. : Государственное учебно-педагогическое издательство министерства просвещения РСФСР, 1961. - 400 с.

Руководитель: Осинцева Т.Н.



Обучающийся задание получил: «23» января 2021г

Обучающийся:



подпись

Мансурова М. А.

расшифровка

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	9
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА	14
1.1 Язык и культура. Свойства национальных деловых культур и способы их выявления.....	14
1.2 Специфика языка делового общения	20
1.3 Влияние межкультурных различий на процесс делового общения.....	26
1.4 Стратегии успешной деловой межкультурной коммуникации	35
Выводы по главе 1	42
ГЛАВА 2. НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ И ИХ ПРОЯВЛЕНИЕ В АНГЛИЙСКОЙ, АМЕРИКАНСКОЙ И РУССКОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	45
2.1 Национальный компонент в структуре языковой личности и его влияние на деловую коммуникацию.....	45
2.2 Особенности языковой личности и деловой коммуникации в английской культуре.....	53
2.3 Особенности языковой личности и деловой коммуникации в американской культуре.....	59
2.4 Особенности языковой личности и деловой коммуникации в русской культуре.....	63
Выводы по главе 2.....	67
ГЛАВА. 3. АНАЛИЗ ОСОБЕНОСТЕЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ИСКУССТВА. ИТОГИ АПРОБАЦИИ ПРЕДСТАВЛЕННОЙ РАБОТЫ.....	71

3.1 Анализ ситуации межкультурной коммуникации в процессе делового общения в сфере искусства	71
3.2 Педагогическая и научная апробация работы.....	90
Выводы по главе 3.....	95
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	97
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	100
ПРИЛОЖЕНИЕ	105

ВВЕДЕНИЕ

В современных реалиях шансы добиться успеха в бизнесе, предпринимательской, политической или любой другой служебной деятельности определяются не только профессиональными способностями конкретного человека, но и напрямую зависят от его коммуникативных навыков и умения обходиться с людьми надлежащим образом. Соответственно, владение деловым этикетом по сути является одной из базовых профессиональных компетенций, которые необходимо эффективно применять и непрерывно совершенствовать.

Особенную значимость данные способности приобретают в контексте диалога между представителями разных культур. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Несмотря на то, что принципы и основные правила делового этикета являются общепринятыми в мировом культурном контексте, в разных странах они все же несколько отличаются друг от друга в силу национальных, культурных и корпоративных особенностей. Это накладывает определённый отпечаток на стиль и манеру общения людей как внутри собственной культуры, так и за её пределами, т. к. каждый представитель той или иной нации непременно вписан в её политический, религиозный, языковой и социокультурный контекст. Таким образом процесс коммуникации может быть значительно осложнён межкультурными различиями оппонентов.

Для того чтобы избежать нежелательных конфликтов, недопониманий и добиться наибольшей эффективности коммуникативного процесса между представителями различных стран, необходимо предварительное изучение их национально-культурной специфики, а также соблюдение норм международного делового этикета, которым руководствуются партнеры при установлении, развитии и поддержании международных деловых отношений.

Таким образом, с одной стороны международный деловой этикет становится необходимым компонентом для установления прочных деловых

связей и отношений с зарубежными партнерами, но с другой, национальные и культурные особенности всё же довольно сильно влияют на процесс построения деловых отношений. В связи с этим современный деловой человек должен знать, уважать и уметь применять формы общения, принятые в стране его собеседника, что практически невозможно без надлежащей предварительной профессиональной подготовки. Поэтому **актуальность нашей работы**, посвященной изучению особенностей этикета делового общения в английской, американской и русской лингвокультурах, обусловлена высокой потребностью в подготовке профессионалов, способных успешно вести официально-деловое сотрудничество в соответствии с международными нормами.

Объектом исследования являются проявления делового этикета в процессе бизнес взаимодействия представителей английской, американской и русской культур.

Предметом исследования являются особенности, различия и барьеры в деловой коммуникации и пути их преодоления с учётом специфики национального, культурного и языкового кода Англии, Америки и России.

Целью работы является систематизация элементов национальной культуры, проявляемых в коммуникативном деловом акте, описание и интерпретация основных способов их отражения в деловом дискурсе.

Для достижения поставленной цели мы формулируем **задачи работы** следующим образом:

1. исследовать значение языка и культуры для успешного международного делового взаимодействия;
2. установить лингвистическую специфику делового общения;
3. определить особенности делового этикета в рамках национального речевого поведения;
4. рассмотреть стратегии успеха межкультурного официально-делового общения;

5. определить влияние национального компонента на языковую личность и деловую коммуникацию;
6. выявить особенности языковой личности и делового взаимодействия в английской культуре;
7. выявить особенности языковой личности и делового взаимодействия в американской культуре;
8. выявить особенности языковой личности и делового взаимодействия в русской культуре;
9. создать и проанализировать ситуацию межкультурного делового общения;
10. проанализировать данные апробации результатов исследования.

Поставленные задачи решались при помощи следующих **методов и приемов:**

- метод критического анализа научной литературы,
- описательный метод,
- метод сравнительного анализа,
- метод интервьюирования

Методологическую базу исследования составляют труды известных ученых-лингвистов: С. В. Даниловой, Е. В. Дятловой, И. В. Карасика, Ю. Н. Караулова, Н. И. Леонова, О. А. Леонтович, А. В. Максимовой и других, учебные пособия по психологии делового общения¹, лингвистике²,

¹ Леонов, Н. И. Психология делового общения: уч. пособие. / Н. И. Леонов — М.: Издательство Московского психолого-социального института, 2005. 256 с.

² Шишкина, Т. С. Лингвистические особенности языка делового общения (английского) Linguistic peculiarities of Business English: учебное пособие / Электронный ресурс - режим просмотра - <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570897>

менеджменту³, деловому этикету⁴ и др., а также словари и справочная литература.

Теоретическая значимость данной работы заключается в изучении и систематизации способов ведения переговоров в процессе деловой коммуникации в английской, американской и русской культурах, а также в типологизации коммуникативных ситуаций в деловом общении. В свете мировой глобализации, развития рынка и непрерывного расширения числа межкультурных коммуникаций между людьми, особенно важно тщательное исследование способов воздействия на участников коммуникативного процесса с целью достижения успешных результатов.

Практическая ценность работы определяется возможностью использования ее результатов в учебных курсах по теории и практике ведения деловых переговоров, сопоставительному языкознанию. Полученные данные могут представить интерес для участников делового общения как научный материал, в котором проведен анализ языковых и культурных методов делового общения.

Данная работа состоит из **введения, трёх глав, заключения, списка литературы и приложений.**

Во **введении** определяется актуальность, цели, задачи, объект и предмет исследования, перечисляются методы анализа, и указывается теоретическая и практическая ценности исследования.

В **первой главе** раскрываются языковые и культурные особенности национальных общностей в рамках делового общения, изучается лингвистическая специфика делового этика, общие принципы коммуникации и стратегии достижения эффективности межкультурного официально-делового общения.

³ Менеджмент в торговле: учебное пособие / Г. А. Короленок. Минск: БГЭУ, 2017. 269 с.

⁴ Капкан, М. В. Деловой этикет: учебное пособие / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2017. 168 с.

Во **второй главе** рассматривается понятие языковой личности и выявляются национальные особенности языковой личности и деловой коммуникации в английской, американской, русской культурах.

В **третьей главе** приведены примеры проявления коммуникативных трудностей в процессе делового общения на базе деловой коммуникации в сфере искусства, предложены пути их решения, а также описаны итоги педагогической и научной апробации представленной работы.

В **заключении** представлены результаты исследования и сформулированы выводы.

Список использованной литературы состоит из 54 источников и включает в себя электронные ресурсы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

1.1 Язык и культура. Свойства национальных деловых культур и способы их выявления

Одними из ключевых понятий в контексте данного исследования являются язык, коммуникация и культура, поэтому нам представляется необходимым более подробно остановиться на их дефинициях, а также рассмотреть их взаимосвязь.

Известный лингвист, доктор филологических наук Светлана Григорьевна Тер-Минасова в своей работе «Язык и межкультурная коммуникация» приводит множество определений данных понятий, взятых из словарей и научных работ, написанных разными авторами в разное время, как бы рассматривая их в различных аспектах. Ниже мы приведем некоторые из них, на наш взгляд наиболее актуальные в рамках данной работы:

«Язык – совокупность всех слов народа и верное их сочетание, для передачи мыслей своих»⁵.

«Язык - стихийно возникшая в человеческом обществе и развивающаяся система дискретных (членораздельных) звуковых знаков, служащая для целей коммуникации, и способная выразить всю совокупность знаний и представлений человека о мире»⁶.

«Язык - исторически сложившаяся система звуковых, словарных и грамматических средств, объективирующая работу мышления и являющаяся орудием общения, обмена мыслями и взаимного понимания людей в обществе»⁷.

⁵ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 10.

⁶ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 10.

⁷ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 10.

На основании данных определений мы можем заключить, что язык по своей сути является инструментом, который носит две основные функции: общение и выражение мыслей. Очевиден тот факт, что «язык служит коммуникации, это главный, самый эксплицитный, самый официальный и социально признанный из всех видов коммуникативного поведения»⁸.

Понятие коммуникации же является довольно устоявшимся и однозначным по своей сути и служит для обозначения сообщения, общения. Если же привести более развернутое определение, то оно будет звучать следующим образом: «Коммуникация – это акт общения, связь между двумя или более индивидами, основанная на взаимопонимании; сообщение информации одним лицом другому или ряду лиц»⁹.

Гораздо более сложным для осмысления и определения является понятие культуры. Это обусловлено тем, что слово культура во всех европейских языках имеет множество значений, а многозначность не идёт на пользу точности передачи научной информации, т. к. терминологическое употребление требует однозначности формулировки. Например, в Академическом толковом словаре русского языка фигурирует целых семь определений данного слова, но для нас с антропологической точки зрения наиболее интересно только первое:

«Культура – это совокупность достижений человеческого общества в производственной, общественной и духовной жизни»¹⁰.

Однако, как, верно, замечает С. Г. Тер-Минасова, слово «достижения» в данном определении является не совсем уместным с культурологической

⁸ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 11.

⁹ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 11.

¹⁰ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 13.

точки зрения. Это связано с тем, что культурология, будучи фундаментальной научной дисциплиной стремится к непредвзятости и максимально возможной объективности, а слово «достижения» априори несет в себе положительную оценку. Соответственно, «совокупность достижений» более уместно в данном контексте было бы заменить формулировкой «совокупность результатов деятельности», нейтральной в отношении оценки результата.

Еще одним довольно удачным на наш взгляд определением данного понятия является следующее, данное философским энциклопедическим словарём:

«Культура (от лат. *cultura* – возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание) — это специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленный в продуктах материального и духовного труда, в системе социальных норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе»¹¹. Это означает, что культура характеризует особенности поведения, сознания и деятельности людей в различных областях, благодаря чему формируется прочная связь между ней и языком. В связи с этим язык приобретает следующие функции:

- репрезентативную, т. е. служит средством отражения окружающей человека реальности, а также общественного самосознания, национального характера, традиций, мировоззрения, мироощущения, системы ценностей и менталитета конкретного народа;
- накопительную, т. е. сохраняет культурные ценности нации с помощью лексических, грамматических, идиоматических единиц, фольклора, художественной и научной литературы, форм письменной и устной речи;
- воспитательную, т. е. является инструментом передачи накопленного культурного опыта из поколения в поколение;

¹¹ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 14.

- лично-образующую, т. е. он формирует личность человека, носителя языка, через культуру народа, пользующегося данным языком как средством общения.

При рассмотрении же языка относительно его структуры, функционирования и способов изучения мы можем наблюдать следующую закономерность: с одной стороны, социокультурный слой, или компонент культуры, оказывается частью языка или фоном его реального бытия, а с другой, компонент культуры является неотъемлемым свойством языка существующим в контексте всех его отраслей и уровней восприятия. Таким образом, «язык – это мощное общественное орудие, формирующее людской поток в этнос, образующий нацию через хранение и передачу культуры, традиций, общественного самосознания данного речевого коллектива»¹².

Важно отметить, что язык является ярким маркером принадлежности людей к определённому социуму, в результате чего создаётся ситуация его двунаправленности. То есть, будучи главным фактором этнической интеграции и дифференциации, он с одной стороны является средством общения людей, а с другой, наоборот их разобщения. Фактически в рамках функции самосохранения этноса, происходит условное разделение общества на «своих» и «чужих», в зависимости от принадлежности конкретного человека к той или иной языковой или лингвокультуре.

Подробным изучением данных языковых и культурных взаимодействий и закономерностей сегодня занимается лингвокультурология. «Это комплексная научная дисциплина синтезирующего типа, изучающая взаимосвязь и взаимодействие культуры и языка в его функционировании и отражающая этот процесс как целостную структуру единиц в единстве их языкового и внеязыкового (культурного) содержания при помощи системных методов и с ориентацией на современные приоритеты и культурные

¹² Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 14

установления (систем норм и общественных ценностей)», что даёт нам инструменты для анализа особенностей и общего значения лингвокультурной принадлежности в сфере делового общения и межкультурной коммуникации.

Под термином «межкультурная коммуникация» подразумевается «адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам»¹³. Одним из определяющих факторов успешности данной коммуникации является понятие деловой культуры и делового языка. По мнению С.В. Михельсон, «деловая культура – это система отношений, выраженных в нормах, ценностях и знаниях в сфере трудовых отношений. Деловая культура регулирует деловую активность, которая проявляется в навыках делового взаимодействия и правилах делового этикета, в искусстве вести дела, в репутации»¹⁴.

Важнейшей характеристикой деловой культуры является ее взаимосвязь с языком делового общения. В статье «Лингвокультурные особенности языковой личности» авторы обращают наше внимание на то, что «любая культура использует определенный стиль коммуникации, который основывается на определенных традициях и ценностях данной культуры, на ее религиозных верованиях, деловое общение же характеризуется рациональным соотношением интернациональных и национальных элементов. Национально-культурная специфика делового общения имеет свои способы ее отображения, а также важно принять во внимание, что средством воплощения национально-культурной специфики языка делового общения служат культурно-

¹³ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 14.

¹⁴ Михельсон, С. В. Память культуры в языке деловых коммуникаций / С. В. Михельсон // Вестник КрасГАУ, 2013. №10. С. 283.

маркированные реалии»¹⁵. Именно таким способом передается деловая специфика, с учетом особенностей национально-культурного пространства.

Вопросы коммуникации и межкультурного взаимодействия в системе делового общения представляются одними из наиболее сложных. М. В. Зайнуллин отмечал, «коммуникация влияет на эффективность обмена информацией в многонациональном деловом коллективе. Важно отметить, что понимание причин различий в коммуникативном поведении, знание основных черт коммуникативных стилей позволяет не только лучше понять другой народ, но и самих себя, что способствует взаимопониманию людей в целом»¹⁶. Важно отметить, что собеседникам необходимо понимать и принимать культурные ценности, нормы и привычки своего народа, а также иметь способность к правильной интерпретации поведения делового собеседника с учетом норм и ценностей его культуры. По мнению Ю.Н. Караулова, «многие ценности, накопленные человечеством на протяжении истории, являются универсальными. Однако значимость тех или иных ценностей в разных культурах различны, что определяет оригинальность каждой из культур, их своеобразие и уникальность, кроме того, общность культурных ценностей и традиций наряду с языком является одним из важнейших признаков этноса»¹⁷.

Таким образом, деловая культура живет и развивается в языковой среде. Люди разных культур пользуются одними и теми же основными понятиями, но вкладывают в них разный смысл, что определяет особенности их поведения. Внимание к национальным особенностям людей, как в

¹⁵ Бальян, А. М. Лингвокультурные особенности англоговорящей языковой личности / А. М. Бальян, С. А. Кушу, Е. Ю. Задорожная // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение, 2017. С. 52.

¹⁶ Зайнуллин, М. В. Языковая личность и национальный менталитет / М. В. Зайнуллин // Проблемы востоковедения. 2015. № 3. С. 75.

¹⁷ Кожемякин, Е. А. Культурологический анализ дискурсивной практики личности в межкультурных коммуникациях: дис. ... канд. филос. наук. / Е. А. Кожемякин — Белгород, 2001. С. 71.

обществе, так и в сфере деловых отношений, помогает предвидеть их реакцию и отношение к той или иной ситуации /действию /событию. Важно отметить, что язык способен отображать культурно-национальную ментальность его носителей, поэтому каждый носитель языка является и носителем культуры народа, говорящего на этом языке.

1.2 Специфика языка делового общения

В современном мире деловое общение, где язык выполняет ключевую коммуникативную функцию, является сложным и многогранным процессом нетворкинга между людьми в служебной и деловой сферах. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач.

Сам процесс делового общения состоит из трёх основных компонентов: коммуникации (вербальной и невербальной), интеракции и перцепции. В рамках данного исследования для нас наибольший интерес представляет компонент вербальной коммуникации, т. к. именно благодаря её средствам осуществляется основной обмен деловой информацией в письменной или устной форме.

Также, для нас принципиально важно определить и рассмотреть основные характеристики делового общения, оказывающие непосредственное влияние на формирование лингвистической специфики языка официального межкультурного взаимодействия. В. Д. Грибов, например выделяет их следующим образом:

- 1) все участники делового общения выступают в определенных официальных статусах;
- 2) деловое общение направлено на установление контактов и поддержку связей между представителями разных культур;
- 3) деловое взаимодействие осуществляется в соответствии с некоторыми общепризнанными и общепринятыми правилами;

4) межкультурные деловые контакты предварительно планируются, готовятся, определяется их цель, содержание и возможные последствия;

5) деловые контакты имеют конструктивный характер, направляются на решение конкретных заданий, достижения определенной цели;

6) иностранный партнер по деловому общению выступает как значимая для субъекта деловая личность¹⁸.

Очевидно, что вышеперечисленные особенности являются важнейшими факторами при формировании языка делового общения. Благодаря им происходит обмен официальной информацией, предложениями, требованиями, взглядами. Он ограничен специальными языковыми рамками, которые определяются в соответствии с национальной спецификой участников конкретной деловой коммуникации.

Деловое взаимодействие принято строить в контексте официально-делового языкового стиля. Под данным понятием подразумевается функциональная разновидность языка, предназначенная для общения в сфере управления. А функциональной разновидностью языка обозначается система языковых единиц, приемов их отбора и употребления, обусловленная социальными задачами речевого общения.

Таким образом в качестве основных лингвистических особенностей языка делового общения выступают:

1) официальность, достоверность, сдержанность. Язык делового общения должен отражать фактическое состояние дел и избегать личных оценочных суждений в отношении рассматриваемых событий;

2) достаточность информации при точности и компактности изложения. Язык делового общения должен располагать полным объемом информации, необходимой для принятия наиболее эффективного и обоснованного решения;

¹⁸ Грибов, В. Д. Менеджмент: учебное пособие. / В. Д. Грибов — М.: КНОРУС, 2015. С. 157.

3) бесстрастность, официальность тона. Язык делового общения должен категорически избегать эмоциональности, субъективности;

4) стереотипность документов или деловых ситуаций требует ограничения и стандартизации речевых средств. Стандартизация языковых средств деловой речи не случайна. Деловое общение протекает в типовых ситуациях, где термины и речевые необходимы для обеспечения полного понимания между сторонами.

Данные языковые черты выступают в качестве основных требований, предъявляемых к языку делового общения, и играют основную роль в формировании системы языковых единиц и приемов их употребления в официальной речи.

В связи с этим, как очень точно отмечает Е. Н. Малюга, «...с точки зрения лексикологии язык делового общения отличается преобладанием дискурсивной лексики, а также отсутствием неологизмов, в случае если они могут быть заменены общелитературными словами. Если же синонимы отсутствуют и неологизмы употребляются, то необходимо дать к ним пояснения»¹⁹. Также язык деловой речи широко насыщен специальной лексикой: терминами, профессионализмами и жаргонно-профессиональными словами, что приводит к ограниченной сочетаемости слов и способствует типизации содержания, выражаемого в тексте, что в итоге оказывает положительное влияние на уровень адекватности восприятия текста документа²⁰.

Если проводить анализ морфологической составляющей деловой речи, то можно выявить следующие особенности:

¹⁹ Малюга, Е. Н. К вопросу о языке деловых переговоров как жанре межкультурной деловой коммуникации / Е. Н. Малюга // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика, 2009. №3 С. 52.

²⁰ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С. 121.

- часто используются отглагольные существительные и причастия;
- часто употребляются возвратные глаголы страдательного залога, краткие страдательные причастия;

- в безличных предложениях в качестве сказуемых глаголов в форме 3 лица единственного числа настоящего времени часто используются наречия, с целью выделения объективной необходимости распоряжения, деловой просьбы, либо обращения внимания на процесс исполнения того или иного действия;

- в процентном соотношении существительных и глаголов как правило преобладают первые, из-за частой потребности в перечислении наименований;

- наблюдается активное употребление относительных прилагательных, обусловленное безэмоциональностью определений, их конкретным смыслом²¹.

Что касается синтаксических особенностей делового языка, то здесь характерными чертами являются:

- преобладание простых предложений над сложными синтаксическими конструкциями;

- насыщенность речи однородными членами предложения, например при перечислении чего-либо;

- использование клишированных, устоявшихся речевых формул с целью достижения максимально адекватного и эффективного результата коммуникации.

Также необходимыми залогом успешной деловой коммуникации являются, во-первых, способность ясно излагать свои мысли и позицию относительно того или иного вопроса, а во-вторых, важно располагать обоснованной и доступной базой аргументации во время ведения деловых

²¹ Менеджмент в торговле: учебное пособие / Г. А. Короленок. Минск: БГЭУ, 2017. С.194.

переговоров. При этом нельзя забывать о фундаментальных различиях разных культур, которое требует от нас соблюдать следующее правило: «употреблять образцы речевого поведения иностранных деловых партнеров только с учетом их эффективности, а не автоматически переносить стиль ведения межкультурной деловой коммуникации в другую лингвокультуру»²².

Важно отдельно остановиться на том, что области делового взаимодействия довольно разнообразны по своей форме, структуре и целям. Конференции, презентации, переписка, интервью, приёмы, дебаты, выставки, семинары, переговоры и т. д., это все различные варианты форматов делового общения, довольно сильно отличающиеся друг от друга. Соответственно, успешность процесса делового общения обусловлена не только всеми вышеперечисленными факторами, но и напрямую зависит от соблюдения конвенциональности и регламента того или иного формата коммуникации.

Классические формы делового общения актуальные на сегодняшний день мы представим ниже на рисунке 1²³.

²² Менеджмент в торговле: учебное пособие / Г. А. Короленок. Минск: БГЭУ, 2017. С. 199.

²³ Абросимова, Е. Б. О деловом этикете и не только... / Е. Б. Абросимова, В. И. Соболев. — Н. Новгород: Деком, 2013. С. 207.

Различные основания группировки форм делового общения	Группы форм делового общения	
	1-я группа форм делового общения	2-я группа форм делового общения
По способу обмена деловой информацией	Письменные вербальные формы делового общения: а) официальная переписка B2B (business to business); б) частно-официальная переписка P2P (person to person)	Устные вербальные формы делового общения: а) монологические формы; б) диалогические формы; в) групповые формы
По месту и времени осуществления общения	Официальные формы делового общения	Условно-неофициальные формы делового общения
По позам участников общения	Застольные и другие «сидячие» формы делового общения, когда участники общаются сидя	Формы общения, при которых их участники стоят либо идут

Рисунок 1. Классификация основных форм делового общения

Значимой составляющей жизни современного делового сообщества становится переговорная часть. В современной трактовке деловые беседы как часть этого процесса означают устный контакт между партнерами. Из справочника по деловой переписке мы узнаем следующую информацию: «Деловая беседа является межличностным речевым общением партнеров, направленным на урегулирование деловых проблем и установление деловых отношений посредством вступления, как в вербальную, так и невербальную коммуникацию, и характеризуется спонтанностью»²⁴.

Таким образом, лингвисты, изучающие сферу делового общения, отмечают официальность, стандартность речи говорящего. Именно стилевая окрашенность речи является немаловажной составляющей

²⁴ Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. С.93.

профессионального успеха. Деловые переговоры требуют строгой последовательности этапов и предлагают участникам набор клишированных фраз и речевых штампов, с помощью которых они стратегически и тактически направляют переговорный процесс.

В устном деловом общении присутствует специальная лексика, которая необходима для достижения коммуникативной цели. Речь участников во время деловых переговоров воздействует на всех коммуникантов, а для того, чтобы ее функция была более открытой и действенной, она должна содержать дискурсивную лексику с наличием определенной метаинформацией, которая поможет установить и поддержать дружеские отношения.

Повышенное внимание к языку деловой коммуникации объясняется лингвистической общностью деловых партнеров, так как именно в языке деловой коммуникации посредством общения отражается и развивается культура, что способствует достижению понимания в сфере делового общения.

1.3 Влияние межкультурных различий на процесс делового общения

В предыдущем параграфе мы рассмотрели понятие делового общения, деловую речь, как способ коммуникации и присущие ей лингвистические особенности. Однако, правильно выбранный речевой стиль не является гарантом эффективности коммуникации, т. к. процесс общения требует от его участников не только соблюдения языковых норм, но и непосредственно культуры делового общения.

По своей сути культура делового общения является «проявлением влияния делового этикета на процесс делового общения» а в её основе лежит знаменитый этический постулат: «относись к людям так, как ты хочешь, чтобы люди относились к тебе». Без соблюдения данного принципа формирование устойчивых, прочных и эффективных деловых отношений не представляется возможным, потому что каждый участник коммуникации хочет доброжелательного отношения к себе, соблюдения его прав и личных границ

и уважения его деловых интересов. Таким образом мы можем утверждать, что культура делового общения зависит непосредственно от каждого участника делового общения и обеспечивается их сходными желаниями и взаимными усилиями.

Руководствуясь данным выводом, мы формулируем следующие этические установки, обеспечивающие эффективность делового общения:

1. результат делового общения должен быть выгоден для всех участников;
2. общий настрой участников процесса на достижение желаемого результата;
3. используемые партнёрами средства и методы, тактики и стратегии общения должны не только обеспечивать достижение поставленных целей общения, но и способствовать установлению и развитию плодотворных и долговременных деловых отношений;
4. каждый участник коммуникации несёт непосредственную ответственность перед собой и партнёрами;
5. у каждого участника коммуникации есть право на собственную точку зрения, а также право быть выслушанными и наоборот, право прислушиваться или нет к аргументации партнёров.

Вышеперечисленные установки при условии их соблюдения способствуют созданию наилучших условий для достижения целей деловой коммуникации. В случае же пренебрежения ими наоборот создаются условия для совершения множества этических ошибок, затрудняющих деловое общение, а иногда и вовсе делающих его невозможным. Среди таких ошибок наиболее распространёнными являются:

1. демонстрация высокомерного и пренебрежительного отношения к личности партнёра, которое по своей сути является ни чем иным, как унижением личностного или профессионального достоинства человека;
2. проявление недоброжелательности /агрессивности в отношении участников общения;

3. категоричность суждений, не соблюдение прав оппонента на выражение собственной позиции;

4. манипулятивное психологическое воздействие на партнёров;

5. чрезмерное проявление эмоций, переход на личности, неуважение личных границ партнёров.

На основе вышеперечисленных этических установок предпочтительных в деловом общении и наиболее распространённых ошибок, мы можем заключить, что этичное и гармоничное устное вербальное общение является необходимым залогом успешного достижения желаемых результатов делового общения. Соответственно, участникам конкретного диалога необходимо постоянно регулировать качество устной вербальной коммуникации. Одним из основным инструментов такой регуляции является принцип кооперации, сформулированный известным британским философом и лингвистом Гербертом Полом Грайсом.

Этот принцип основан на том, что успешная коммуникация должна иметь в своей основе единую и общую для всех участников цель, реализация которой обеспечивается вкладом каждого конкретного участника в её достижение, то есть: «твой вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель этого диалога»²⁵.

Также принцип кооперации тесно связан с соблюдением участниками диалога следующих этических максим:

1) Качества

- говорить только то, что считаешь истинным
- говорить только то, для чего у тебя есть достаточные основания

2) Количества

- говорить не больше, но и не меньше. Чем того требует шаг диалога

3) Отношения

²⁵ Абросимова, Е. Б. О деловом этикете и не только... / Е. Б. Абросимова, В. И. Соболев. — Н. Новгород: Деком, 2013. С. 138.

– говорить только по обсуждаемой теме и не отвлекаться на посторонние вещи

4) Способа

– ясно выражать свои мысли

Но зачастую применение одного только кооперативного принципа в речевой коммуникации оказывается недостаточным в силу того, что поведение её участников кооперативным не является. Поэтому Джорджем Личем²⁶, другим британским учёным, была сформулирована ещё одна система этических максим применимая в том числе и в контексте делового общения. Она состоит из шести постулатов:

1) Такта (Tact Maxim) – подразумевает соблюдение границ частных речевых интересов партнёров.

2) Великодушия (Generosity Maxim) – подразумевает соблюдение равенства занимаемых собеседниками позиций в диалоге.

3) Одобрения (Approbation Maxim) – подразумевает сохранение позитивного настроения в отношении позиции собеседника.

4) Симпатии (Sympathy Maxim) – подразумевает выражение благожелательного отношения к самому собеседнику.

5) Скромности (Modesty Maxim) – подразумевает контроль самооценки.

6) Согласия (Agreement Maxim) – подразумевает направленность на поиск компромисса.

По своей сути максимы Грайса и Лича являются ничем иным, как четко и ясно сформулированными этическими требованиями, которые издавна лежат в основе культуры межличностного общения любой развитой нации и одинаковы для всех стран. Соответственно в контексте межкультурной коммуникации соблюдение её участниками максим кооперации и вежливости

²⁶ Абросимова, Е. Б. О деловом этикете и не только... / Е. Б. Абросимова, В. И. Соболев. — Н. Новгород: Деком, 2013. С. 164.

поможет создать прочный фундамент для деловых отношений. Даже если будут допущены какие-то ошибки в отношении культурных формальностей или возникнут незначительные недопонимания вызванные межнациональными различиями, то следование данным правилам поможет сгладить эти ситуации или вовсе сведёт их на нет, потому что вышеперечисленные максимы являются общечеловеческими и ценятся абсолютно каждым человеком вне зависимости от его национальной, культурной и социальной принадлежности.

Помимо факторов, повышающих вероятность успеха делового общения, также существуют «факторы, однозначно препятствующие возможности осуществления успешного делового общения путём уменьшения эффективности коммуникации между общающимися людьми»²⁷. Эти факторы принято называть барьерами коммуникации или общения.

Основные барьеры общения имеют, во-первых, социальную, а во-вторых, личностно-психологическую природу своего формирования.

1. Социальные барьеры

Основной причиной возникновения социальных барьеров является отсутствие единого понимания содержания ситуации делового общения, что обусловлено глубинными социальными различиями, существующими у общающихся социальных личностей или их групп.

Коммуникативные барьеры социального характера как правило обуславливают следующие различия:

- социально-статусные,
- духовно-идеологические,
- политические,
- социально-экономические,

²⁷ Абросимова, Е. Б. О деловом этикете и не только... / Е. Б. Абросимова, В. И. Соболев. — Н. Новгород: Деком, 2013. С. 141.

- конфессиональные,
- профессиональные и др.

Среди коммуникационных барьеров, выстроенных этими различиями, заметную роль играют барьеры социально-культурных различий, которые включают в себя:

а) принадлежность общающихся деловых людей к разным культурным системам, что означает их приверженность к различным культурным традициям, принципам, нормам и ценностям;

б) различия в знании, понимании и выполнении требований общего и делового этикета;

в) несоответствия социальных статусов, жизненного и профессионального опыта, а также деловой компетенции участников коммуникации;

г) неравные уровни образования общающихся людей, а также различные уровни их познавательно-аналитической возможности и готовности к обсуждению актуальных вопросов в процессе делового общения.

2. Барьеры личностно-психологической природы

Основной причиной возникновения барьеров личностно-психологической природы является несовпадение личностно-психологических характеристик общающихся, либо на основе сформировавшихся между ними психологических отношений антагонистического характера. Поэтому главными среди барьеров коммуникации этого рода выступают барьеры отношений и общения. Эти барьеры возникают по причинам несовпадения, вплоть до столкновения, различных личностных и психологических качеств участников делового общения, формирующих неприязнь и недоверие между общающимися сторонами. А это неминуемо негативно сказывается как на качестве информации, используемой в деловом общении, так и на характере самого процесса коммуникации.

В эту группу коммуникационных барьеров входят:

а) барьеры индивидуального личностно-психологического характера, возникающие из-за различий темпераментов, характеров, уровней способностей, интеллекта и других индивидуальных проявлений психических свойств и состояний участников делового общения;

б) субъективная неготовность кого-либо из участников делового общения к коммуникации из-за навязанных извне стереотипов и предвзятых мнений, а также по причине поспешности суждений и скоропалительности умозаключений и выводов;

в) незнание характерных особенностей различных типов собеседников по деловому общению.

Кроме того, к барьерам отношений и общения относятся барьеры непонимания, среди которых по формальным признакам различаются следующие разновидности:

а) фонетические барьеры – речевые ошибки, неверные ударения в словах, невнятная, нечленораздельная речь из-за плохой дикции или нечёткой артикуляции слов, из-за скороговорки либо, наоборот, по причине излишнего замедления речи, засорение разговорной речи словами-паразитами, жаргонными и ненормативными выражениями, злоупотребление словами-профессионализмами;

б) стилистические барьеры – несоответствие речевого стиля кого-либо из участников делового общения либо отдельного участника самой ситуации общения, несоответствие стиля делового общения и актуального эмоционального состояния участника или участников общения;

в) семантические барьеры, возникающие по причине допускаемой вербальной небрежности в форме двусмысленного или обидного по смыслу высказывания или суждения, а также из-за наличия у общающихся индивидов или их групп различий в смысловом толковании произносимых слов либо из-за незнания значения того или иного слова, профессионального термина;

г) логические барьеры, возникающие по причине сложной и затруднительной для восприятия и понимания либо неправильной и

искажённой схемы рассуждений и доказательств, используемой в процессе делового общения;

д) барьеры аудирования, то есть неумение слушать и слышать партнёра по деловому общению;

е) барьеры невербальной коммуникации, проявляющиеся через незнание и неумение использовать невербальные средства в процессе делового общения.

После рассмотрения общепринятых (как внутри конкретной страны, так и на международном уровне) требований к культуре делового общения, а также основных языковых барьеров, мы можем сфокусироваться на исследовании национальных различий речевых этикетов в разных странах. По мнению В. К. Борисова, «национальная специфика речевого этикета в каждой стране чрезвычайно ярка, потому что неповторимые особенности языка связаны с особенностями обрядов, привычек в социальном этикете. Случается, так, что национально-культурные особенности речевого поведения говорящих проявляются неожиданным образом»²⁸. Данные аспекты мы можем наблюдать в национальной специфике речевого и неречевого поведения разных народов в коммуникативных ситуациях и т. д.

Сейчас мы коротко остановимся на некоторых особенностях этикета делового общения в английской, американской и русской культурах, чтобы показать некоторые национальные различия речевых этикетов данных стран. Более подробный анализ национальных особенностей деловой коммуникации данных лингвокультур будет представлен в следующей главе.

Деловая этика в Великобритании предполагает постоянную вежливость. Как мы установили выше, она является основой межличностных деловых отношений и поэтому логично было бы предположить, что страна, в культуре которой так ярко выражен данный концепт, должна сталкиваться с

²⁸ Борисов, В. К. Этика деловых отношений /В. К. Борисов —Издательство: Форум, 2015. С. 67.

минимумом трудностей в процессе межкультурной коммуникации. Однако, как это ни парадоксально, в большинстве случаев для представителей других лингвокультур нарочитая британская вежливость кажется излишней и не способствует, а в некоторых случаях наоборот, даже мешает установлению бизнес-контактов. Это отражается во многих аспектах, например, в ограниченности выбора уместных тем для диалога, строгости формального этикета, в эмоциональной «недоступности» собеседника, трепетном отношении к образованию и т. д. В основе английского делового этикета лежат такие характерные для британцев черты характера, как четкость и обстоятельность, глубокое уважение к традициям и стремление опираться на конкретные факты, что задаёт определённый стилистический тон деловой коммуникации²⁹.

Присущие американской культуре делового общения демократизм и значительный элемент прагматизма обусловлены её «молодостью» (относительно многих азиатских, европейских или ближневосточных). При этом важно отметить, что этот американский прагматизм во многом обеспечивается объективными национальными факторами, поэтому, как правило, представители США обладают сильной позицией на переговорах, что естественным образом отражается на технологии их ведения. В противовес нарочитой британской вежливости они склонны говорить с использованием языка жесткого прессинга и различных уловок в аргументации. Это обусловлено стойким желанием реализовать свои цели, соблюдая при этом демократические принципы. Одним из приоритетов в американской системе ценностей является время, поэтому переговорному процессу всегда предшествует основательная подготовительная работа, что делает возможным принятие быстрых, но при этом тщательно выверенных решений.

²⁹ Шишкина, Т. С. Лингвистические особенности языка делового общения (английского) *Linguistic peculiarities of Business English: учебное пособие / Электронный ресурс - режим просмотра* - <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570897> (дата обращения 17.05.2021)

Специфика делового общения в России обусловлена её многонациональностью и многоконфессиональностью, т. е. каждый субъект имеет свои традиционные правила поведения. Таким образом выделить какой-то единый общероссийский стиль этикета не представляется возможным, однако во всех ситуациях следует соблюдать чувство такта, проявлять вежливость и доброжелательность. При этом во многих случаях для деловой коммуникации в России является характерным стремление к установлению более тесного личностного контакта. Также странам, имеющим с Россией деловые контакты, следует учитывать временные особенности страны, чтобы выработать адекватную стратегию общения, не допуская тактических ошибок в деловой коммуникации³⁰.

1.4 Стратегии успешной деловой межкультурной коммуникации

Перед тем как определить основные стратегии успешного ведения делового общения необходимо обозначить основные функции, которые достигаются в рамках официального межкультурного взаимодействия.

1. Во-первых, главной функцией межкультурного делового общения является достижение поставленной цели. Сложное переплетение интересов и неудачи в односторонних действиях могут подтолкнуть к началу делового взаимодействия представителей разных стран.

2. Во-вторых, деловое общение помогает получить информацию об интересах, позициях, подходах к решению проблемы противоположной стороны, а также предоставить подробные данные о себе. Значимость данной функции межкультурного взаимодействия в деловой сфере определяется тем, что невозможно достичь поставленной цели или решения, не понимая культурные особенности представителя другой страны, не разобравшись в истинных целях, не уяснив точек зрения друг друга, а также она связана с

³⁰ Арсентьева, И. И. Деловой этикет в России / И. И. Арсентьева // Читинский государственный университет, 2006. №1. С. 109.

информационной коммуникативной функцией, выполняющей ключевую роль в налаживании и поддержании связей на международной арене.

3. Следующей важной функцией делового общения является регулятивная, которая подразумевает координацию действий участников межкультурного взаимодействия. Чаще всего она реализуется в тех случаях, когда стороны делового общения уже достигли определенных договоренностей, и переговоры ведутся по вопросу о выполнении решений. Эта функция проявляется и тогда, когда с целью воплощения тех или иных задач достаточно принятия общих решений, отражающие конкретизацию постановки вопросов³¹.

Главная задача стратегии и тактики делового общения – выбор определенной модели поведения, которое в данной ситуации будет наиболее способствовать достижению поставленной цели. Спецификой официально-делового общения является регламент, который подразумевает подчинение четко установленным ограничениям. В процессе межкультурного взаимодействия определены «писанные» и «неписанные» законы и нормы поведения в процессе делового общения. Принятый порядок и форма его проявления называются деловым этикетом, основной функцией которого является формирование правил, способствующих взаимопониманию людей.

Стратегия делового общения предусматривает выбор определенной модели поведения, которое в данной ситуации будет наиболее способствовать достижению поставленной цели. Тактика делового общения основывается на определенных принципах, важнейшими из которых являются:

1) взаимодействия (в деловых контактах следует умело использовать механизмы межкультурного взаимодействия);

³¹ Грибов, В. Д. Менеджмент: учебное пособие. / В. Д. Грибов — М.: КНОРУС, 2015. С. 61.

2) бесконфликтности (не следует допускать конфликтной ситуации в общении с деловым партнером);

3) вариативности (в зависимости от особенностей национальной культуры участников переговоров следует иметь в наличии несколько вариантов поведения в определенной ситуации);

4) идейности (следует внимательно относиться к идеям представителя другой культуры)

В деловом общении принято выделять три фазы развития официальных отношений: начальная, основная и завершающая фаза. На начальном этапе устанавливаются первичные контакты, участники делового взаимодействия настроены на официальное общение. Здесь также оценивается эмоциональное состояние партнера, определяется стратегия и тактика общения, благодаря чему выбирается определенный тон взаимоотношений, учитываются национальные особенности партнера и идет распределение ролей.

В основной фазе реализуется определенная последовательность действий: устанавливается промежуточная и конечная цель общения, непосредственные языковые, неязыковые и документальные контакты, идет взаимный анализ выходных и промежуточных предложений, поиск согласованных решений, определения перспектив общения. Завершающая стадия формулирует итоги делового взаимодействия, происходит выход из контакта, формируются основы для последующего взаимодействия.

Итак, стратегия делового общения определяется на начальном этапе. Выбор той или иной стратегии во многом зависит от ожидаемых последствий официального взаимодействия для каждой из сторон, от понимания успеха переговоров их участниками. Кроме того, стратегия ведения делового общения выделяются исходя из различных уровней культуры партнеров и развития деловых отношений между ними и обществом, а также целей и способов их достижения. Важно выделить стратегии делового поведения

участников официального взаимодействия на основе сетки Томаса-Килманна³², которые помогут сформировать основные стратегии межкультурного делового общения (см. Таблица 1).

Таблица 1

Основные стратегии делового поведения участников официального взаимодействия

Стратегия	Основная характеристика
Стратегия «Конкуренция»	Стремление добиться удовлетворения собственных интересов за счет потерь другой стороны.
Стратегия «Уклонение»	Отсутствие стремления к кооперации, в то же время и отсутствие тенденции к достижению собственных целей.
Стратегия «Сотрудничество»	Участники ситуации находят альтернативное решение, которое полностью удовлетворяет интересам обеих сторон.
Стратегия «Приспособление»	Ущемление собственных интересов.
Стратегия «Компромисс»	Согласие, достигнутое путем взаимных уступок

Исходя из данных таблицы 1, можно сделать вывод, что в процессе делового общения участникам необходимо обладать несколькими вариантами поведения в однотипной ситуации и уметь ими оперативно пользоваться. В деловом общении не следует допускать какой-либо конфронтации, а тем более — конфликта, так как это исключает возможность достижения успеха в официальном взаимодействии. Рассмотрим основные стратегии межкультурного делового общения в таблице 2.

³² Максимова А. В. Стратегия и тактика делового общения в управлении предприятиями торговли // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» С. 89.

Таблица 2

Основные стратегии межкультурного делового общения и их цели

Стратегия	Цель
Стратегия «Компромисс»	Межкультурное деловое взаимодействие, которое позволяет прийти к взаимоприемлемому согласию по определенному вопросу.
Стратегия «Оценка»	Открытое обсуждение, дискуссия с целью выявления возможных единомышленников и противников на международной арене.
«Деловая» стратегия	Конструктивное деловое взаимодействие при наличии различных гипотез и подходов к ней у участников официального общения.
Стратегия «Убеждение»	Переубеждение оппонента-представителя другой культуры в изменении защищаемой им позиции, отстаиваемого подхода.
«Боевая» стратегия	Достижение преимущества в процессе делового общения.
«Деструктивная» стратегия	Опровержение ненаучного или некомпетентного подхода к вопросу делового общения.

Итак, стратегия ведения переговоров заключается в выборе оптимального подхода к их ведению и выгодного варианта принимаемого

решения. Обычно в ходе переговоров приходят к трем основным вариантам решения проблемы: достижение компромисса (стороны идут на взаимные уступки); принципиально новое решение проблемы, возникшее в ходе переговоров; принятие асимметричного решения (в результате одна из сторон выигрывает).

Данные стратегии реализуются путем применения механизмов психологического воздействия, к которым относятся: привязанность, симпатия, доверие, уважение, манеры, манипуляция и т. д. В процессе делового взаимодействия складываются добрые, уважительные отношения на основе личных симпатий, признания профессионализма, общности личных интересов.

Важно отметить, что в процессе воздействия на участника делового общения используются различные коммуникативные техники – специальные средства воздействия на партнера, например, контакт глазами, изменение дистанции, позы, речевая пауза, внимательное молчание, жесты, эмоциональное сопровождение и т.д. Данные техники используются для поддержания или, наоборот, прерывания контакта, стимулирования собеседника на продолжение деловой беседы, перехода в другую фазу или ее окончания.

В ходе деловых переговоров используются различные техники работы с содержанием делового сообщения. Данные техники активно используются в ходе официального взаимодействия представителей разных культур³³:

- 1) техника «Зеркало»;
- 2) техника «Эхо»;
- 3) развивающие вопросы (предположения о невысказанном);
- 4) наводящие, уточняющие вопросы;
- 5) техника «Парафраз».

³³ Абросимова, Е. Б. О деловом этикете и не только... / Е. Б. Абросимова, В. И. Соболев. — Н. Новгород: Деком, 2013. С. 216.

Перечисленные выше техники используются для уточнения позиции собеседника, его точки зрения, стимулирования развития разговора в нужном направлении. Рассмотрим наиболее популярные из них более подробно.

Техника «Зеркало» предполагает дословное повторение высказывания собеседника на языке ведения переговоров. Данная техника помогает показать партнеру, что его внимательно слушают, кроме того, она также помогает запомнить, о чем говорит партнер. Однако частое или неуместное использование может привести к конфликтной ситуации и межкультурным недопониманиям. Техника «Эхо» подразумевает повторение слов или фрагментов высказывания собеседника и используется для передачи инициативы собеседнику, управления ходом беседы, поддержания разговора. Если ее не использовать целенаправленно, то разговор может утратить стройность и будет перепрыгивать с темы на тему. Данная техника также не используется для изложения собственной точки зрения. Техника «Парафраз» – это отражение своими словами мысли собеседника, содержащейся в его высказывании. Однако, важно использовать эту технику с целью уточнения понимания, а не приписывания мысли. Ошибочным является и использование дословной передачи сообщения, а не передача смысла своими словами, что создает иллюзию взаимопонимания³⁴.

Таким образом, чтобы реализовать деловые интересы необходимо придерживаться определенной стратегии ведения официального взаимодействия. Стратегии нацелены на содержание коммуникативного сообщения, которое не только не противоречит его принципам, но и способно удовлетворить некоторые его потребности. Стратегия сообщения в ходе делового общения реализуется с помощью умения предвидеть возможный ход событий. Для того чтобы переговоры были удачно завершены необходимо иметь представление о том, с кем будут вестись переговоры, учитывать

³⁴ Смирнов Г. Н. Этика деловых отношений / Издательство: Проспект, 2013. С. 44.

культурные, национальные особенности собеседников. Использование стратегий на различных этапах делового общения необходимо, так как помогает реализовать цели через призму собственных интересов и потребностей.

Выводы по главе 1

В соответствии с поставленными задачами, нами было проведено исследование функционирования языка и культуры в процессе международного делового взаимодействия. В ходе этого исследования нам удалось подробно рассмотреть такие основополагающие для нашей работы понятия, как язык, коммуникация, культура, лингвокультура, межкультурная коммуникация и деловое общение, сформулировать наиболее адекватное определение для каждого из них и выявить чёткую связь между ними.

Для установления лингвистической специфики делового общения мы провели анализ деловой речи на разных уровнях: лексикологическом, морфологическом и синтаксическом, в ходе которого были выявлены языковые черты, выступающие в качестве основных требований, предъявляемых к языку делового общения:

1) официальность, достоверность, сдержанность;

2) достаточность информации при точности и компактности изложения;

3) бесстрастность, официальность тона;

4) стандартизация речевых средств.

Таким образом нами был сделан вывод о том, что одной из важнейших составляющих профессионального успеха является выбор корректной стилевой окраски речи, соответствующий конвенциональности и регламентации той или иной формы коммуникации.

Однако, этот критерий не является единственным в рамках рассматриваемой нами проблемы, поэтому нами также был проведен анализ

коммуникативных барьеров, а также способов их преодоления с помощью общих принципов коммуникации.

Мы детально изучили максимы кооперативности П. Г. Грайса и вежливости Д. Лича, которые по своей сути являются ничем иным, как четко и ясно сформулированными этическими требованиями, издавна лежащими в основе культуры межличностного общения любой развитой нации и одинаковы для всех стран. Соответственно в контексте межкультурной коммуникации соблюдение её участниками максим кооперации и вежливости поможет создать прочный фундамент для межкультурных деловых отношений, потому что вышеперечисленные максимы являются общечеловеческими и ценятся абсолютно каждым человеком вне зависимости от его национальной, культурной и социальной принадлежности.

При этом необходимо отметить, что речевой этикет является важным элементом национальной культуры. В каждом языке содержится богатый опыт, неповторимость обычаев, образа жизни, условий быта каждого народа, что отражается в речевом поведении участников делового общения. Это также необходимо учитывать при построении деловой коммуникации.

Использование стратегий на различных этапах делового общения необходимо, так как помогает реализовать цели через призму собственных интересов и потребностей.

Таким образом мы можем выделить 5 главных компонентов успешной межкультурной коммуникации:

1. выбор корректной стилевой окраски речи;
2. следование этическим максимам кооперации Г. П. Грайса;
3. соблюдение этических максим вежливости Д. Лича;
4. учёт межнациональных различий в процессе построения деловой коммуникации;
5. корректное использование стратегий и техник межкультурного делового общения и делового поведения для эффективного достижения целей.

В следующей главе представлен более подробный анализ деловой коммуникации в английской, американской и русской культурах, с целью выявления их национальных особенностей.

ГЛАВА 2. НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ И ИХ ПРОЯВЛЕНИЕ В АНГЛИЙСКОЙ, АМЕРИКАНСКОЙ И РУССКОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

2.1 Национальный компонент в структуре языковой личности и его влияние на деловую коммуникацию

Как уже было установлено в первой главе, язык является одним из важнейших компонентов культуры, формой мышления, проявления специфической человеческой жизнедеятельности. Культура, в свою очередь, является реальным бытием языка, поэтому оба данных явления неразделимы: если язык – это неотъемлемая часть культуры, инструмент культуры, то и культура является инструментом для развития языка. В связи с этим, ключевым для нас становится аспект речевого поведения личности, непосредственно существующей некоем языковом и культурном контексте.

Попытки осмысления концепта речевого поведения с целью выявления основных особенностей речевой деятельности привели к возникновению в научном поле нового объекта изучения – языковой личности. Впервые данный термин был введён в 1927 году немецким учёным Л. Вайсбергом в его работе «Родной язык и формирование духа» в следующем контексте: «язык является наиболее всеобщим культурным достоянием; никто не владеет языком только благодаря собственной языковой личности, наоборот, человек владеет им благодаря тому, что принадлежит к определенному языковому сообществу»³⁵. В некоторой степени это является отражением идей великого лингвиста-философа В. фон Гумбольдта, первым высказавшего мысль о том, что в национальном языке отражено мировидение народа, на этом языке

³⁵ Вайсгербер, Й. Л. Родной язык и формирование духа: Пер. с нем. 2-е изд., испр. и доп./ Й. Л. Вайсбергер — М.: Едиториал УРСС, 2004. С. 65.

говорящего: «различные языки являются для нации органами их оригинального мышления и восприятия»³⁶.

Единое научное определение «языковой личности» не сформулировано в силу того, что данный термин пока не изучен до конца и только начинает находить отражение в лингвистических справочниках. Ниже мы приведём несколько дефиниций, отображающих отношение к данному понятию в научной среде.

Первым изучением понятия языковой личности среди отечественных учёных занялся В. В. Виноградов. В своей работе «О художественной поэме» он рассматривает изучение проблемы индивидуального в языке и формулирует определение языковой личности, как «вместилище социально-языковых форм и норм коллектива, как фокус смещения и смешения разных социально-языковых категорий»³⁷.

По мнению Григорьевой-Голубевой, «с позиции антропоцентрической парадигмы, человек познает мир через осознание себя, своей теоретической и предметной деятельности в нем, определяя иерархию ценностей, которая проявляется в его речи, а центром внимания становится носитель языка – языковая личность»³⁸. Это приводит к тому, языковая личность вступает в коммуникацию как многоаспектный феномен, и это соотносится со стратегиями и тактиками речевого общения, с социальными и психологическими ролями коммуникантов, культурным смыслом информации, включенной в коммуникацию.

³⁶ Гумбольдт, В. Избранные труды по языкознанию. / В. Гумбольдт — М.: Прогресс, 1984. С. 113.

³⁷ Виноградов, В. В. Избранные труды: О языке художественной прозы./ В. В. Виноградов — М.: Наука, 1980. С. 22.

³⁸ Григорьева-Голубева, В. А. Становление гуманистических ценностей педагога (в аспекте языковой личности): дис. ... д-ра пед. наук / В. А. Григорьева-Голубева. — СПб., 2002. С. 59.

О. М. Осиянова определяет языковую личность как «способность человека осуществлять различные виды речемыслительной деятельности и использовать разного рода коммуникативные роли в условиях социального взаимодействия с окружающим миром»³⁹.

В исследовании «Языковой круг: личность, концепты, дискурс» В.И. Карасик выделяет пять аспектов в речевой организации человека:

1) языковая способность как органическая возможность научиться вести речевое общение с учетом психических и соматических особенностей человека;

2) коммуникативная направленность на условия общения, на участников общения, языковой коллектив, носителей культуры;

3) коммуникативная компетенция как выработанное умение осуществлять общение в его различных регистрах для оптимального достижения цели;

4) языковое сознание как активное вербальное «отражение во внутреннем мире внешнего мира»;

5) речевое поведение как осознанная и неосознанная система поступков, раскрывающих характер и образ жизни человека⁴⁰.

Данные аспекты демонстрируют нам то, что языковая способность и коммуникативная потребность выступают как предпосылки для овладения языком и осуществления общения. При этом важнейшим компонентом речевой организации человека остается языковое сознание.

В контексте проводимого исследования нам представляется интересной концепция культурно-языковой личности О. А. Леонтович. Она

³⁹ Кожемякин, Е. А. Культурологический анализ дискурсивной практики личности в межкультурных коммуникациях: дис. ... канд. филос. наук. / Е. А. Кожемякин — Белгород, 2001. С. 41.

⁴⁰ Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты. / В. И. Карасик — Волгоград: Перемена, 2002. С. 394.

определяет языковую личность в условиях межкультурной коммуникации как «национально-специфический тип коммуниканта, обладающий культурно обусловленной ментальностью, картиной мира и системой ценностей, придерживающийся определенных когнитивных подходов, языковых, поведенческих и коммуникативных норм и потенциально способный к межкультурной трансформации»⁴¹.

Важно отметить, что внутренний контент языковой личности состоит из следующих компонентов:

1) ценностный (мировоззренческий) компонент – система ценностей или жизненных смыслов.

2) культурологический компонент - уровень усвоения культуры как эффективного средства повышения интереса к языку.

3) личностный компонент – индивидуальность, присущая каждому человеку⁴².

Вышеперечисленные компоненты являются структурообразующими для каждой языковой личности, а также обуславливают существование общенациональных языковых типов. Обладание участника делового общения определёнными национальными чертами передается в его языке специфическими языковыми средствами, что детерминирует его принадлежность к тому или иному лингвокультурному сообществу.

В современных условиях важно учитывать национальный компонент в понимании структуры языковой личности, который определяется «как исторически сложившееся единство ценностей, норм, и установок в их когнитивном, эмоциональном и поведенческом воплощении, присущее той

⁴¹ Леонтович, О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: монография. / О. А. Леонтович — Волгоград: Перемена, 2005. С. 262.

⁴² Малюга, Е. Н. К вопросу о языке деловых переговоров как жанре межкультурной деловой коммуникации / Е. Н. Малюга // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика, 2009. №3 С. 57.

или иной социальной группе (общности) и ее представителям»⁴³. М. В. Зайнуллин отмечает, что «именно инвариантная часть в структуре языковой личности обеспечивает возможность взаимопонимания носителей разных культурных кодов и различных национальных концептосфер»⁴⁴.

Любую личность, владеющую языком, можно рассматривать в качестве языковой личности, однако основным средством трансформации индивида в языковую личность выступает его социализация. Это объясняется тем, что, будучи в большей степени социальным явлением, языковая личность также содержит в себе и некоторый индивидуальный аспект. То есть язык конкретной личности состоит в большей степени из общего языка и в меньшей – из индивидуальных языковых особенностей.

Под языковой личностью может также пониматься и национально-культурная личность носителя определенного языка, в которой воспроизводится народно-эмоциональный опыт. Национальная принадлежность представляет собой «реальную структурно богатую связь личности с обществом, включающую в себя социально-экономический, территориально-бытовой, общественно-политический, языковой, духовный и социально-психологический аспекты»⁴⁵. Данное утверждение позволяет понять, что языковая личность взаимодействует с обществом, в котором отражены различные национальные и культурные черты, что откладывает определенный отпечаток на участников коммуникации. Подобное явление

⁴³ Михельсон С. В. Кросс-культурная этика России, Китая и США. / С. В. Михельсон // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. Журнал теоретических и прикладных исследований. 2016. № 34. С. 198.

⁴⁴ Зайнуллин, М. В. Языковая личность и национальный менталитет /М. В. Зайнуллин // Проблемы востоковедения. 2015. № 3. С. 73.

⁴⁵ Сапожникова, Е. Э. / Е. Э. Сапожникова // Сопоставительный анализ национально-культурных особенностей языка делового общения: дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. С. 180.

отражается на участниках делового общения в процессе построения отношений в бизнес-среде.

Ю. Н. Караулов отмечает, что «для языковой личности нельзя провести прямой параллели с национальным характером, но глубинная аналогия между ними существует. Национальное пронизывает все уровни организации языковой личности, на каждом из них приобретая своеобразную форму воплощения, и застывший, статический и инвариантный характер национального в структуре языковой личности отливается в самом языке в динамическую, историческую его составляющую»⁴⁶. Данное утверждение показывает, что понятие «личность» неразрывно связано с культурной традицией народа. Личность является отражением языковой картины, а в ее сознании отражается сознание носителей языка. Язык также несет информацию о национальных ценностях и культурном характере народа, поскольку «язык - единственное средство, способное помочь нам проникнуть в скрытую от нас сферу ментальности, ибо он определяет способ членения мира в той или иной культуре. Он рассказывает о человеке такие вещи, о которых сам человек и не догадывается»⁴⁷.

Принадлежность людей к определенной нации порождает и социокультурные различия, которые могут вызвать существенные затруднения в процессе общения. Таким образом возникают культурные барьеры, которые могут оказать серьезное влияние и на восприятие и толкование одного и того же высказывания или текста. Зачастую именно культурные стереотипы влияют на «правильность» или «неправильность» интерпретации той или иной информации. Поэтому на сегодняшний день

⁴⁶ Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. 2-е изд., стереотип. / Ю. Н. Караулов — М.: Едиториал УРСС, 2014. С. 57.

⁴⁷ Бальян, А. М. Лингвокультурные особенности англоговорящей языковой личности / А. М. Бальян, С. А. Кушу, Е. Ю. Задорожная // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение, 2017. С. 54.

коммуникация партнеров различной национальности является одной из наиболее животрепещущих и широко исследуемых проблем в контексте делового общения.

С. В. Михельсон также обращает внимание на то, что «эффективная внутренняя и внешняя коммуникация стала стратегическим ресурсом для бизнеса. На этом фоне наблюдается взрыв интереса к культуре, к культурному разнообразию и межкультурному взаимодействию, особенно актуально предпринимаются массовые попытки исследования ценностей национальных культур применительно к деловой культуре. Это актуализирует поиски оснований межкультурного диалога в деловой сфере, требует переосмысления сложившихся традиций и новых теоретических поисков в смежных областях — лингвистике и культурологии, этике и менеджменте»⁴⁸.

Изучение национального компонента личности в контексте деловых коммуникаций неизбежно ставит вопрос о принципах, способах, смыслах деловой культуры. По мнению Е. В. Дятловой, «национальные особенности деловых культур наиболее ярко проявляются в ситуациях кросс-культурных контактов и часто служат причиной непонимания, неприязни, негативного отношения»⁴⁹.

Кроме того, в статье «Память культуры в языке деловых коммуникаций» С. В. Михельсон говорит о том, что «важнейшей характеристикой деловой культуры является ее взаимосвязь с внутренней тканью национальной культуры. Более того, принципы деловой культуры являются социально одобряемыми в большинстве национальных культур мира. Именно нематериальные элементы национальной культуры являются

⁴⁸ Михельсон, С. В. Память культуры в языке деловых коммуникаций / С. В. Михельсон // Вестник КрасГАУ, 2013. №10. С. 284.

⁴⁹ Евтюгина, А. А. Дискуссионно-жанровый подход в коммуникативном образовании / А. А. Евтюгина // Социокультурное пространство России: общество, образование, язык: сборник научных трудов. — Екатеринбург: Ажур, 2012. С. 42.

определяющими в становлении структуры деловой культуры. К ним относят традиции, правила, ценности, нормы, ритуалы, обычаи, модели поведения, язык и символы деловой культуры. Культура выступает как среда, внутри которой происходит функционирование деловой культуры в качестве субкультурного образования»⁵⁰. Данные определения являются репрезентативными с точки зрения того, что подобный подход предполагает изучение особенностей национальной культуры в контексте изучения делового общения.

В связи с этим И. М. Дзялошинский отмечает, что «существуют довольно устойчивые представления о характерных особенностях бизнесменов разных стран, однако данный набор сильно различается в разных деловых культурах»⁵¹. Следовательно, нам представляется необходимым проведение сравнительного анализа деловых культур различных стран, с целью выявления степени влияния особенностей национальной культуры на процесс построения деловой коммуникации.

Таким образом, в научном контексте языковая личность изучается как самостоятельное явление, обладающее национальными особенностями, к которым можно отнести параметры лексические, грамматические, семантические, а также стереотипные представления о культуре, как собственного народа, так и остальных участников делового общения. Важно отметить, что деловые отношения между представителями разных стран зависят и от близости их культур, так как общность ценностей, традиций и обычаев отражается в языке их коммуникации. В то же время необходимо

⁵⁰ Михельсон, С. В. Память культуры в языке деловых коммуникаций / С. В. Михельсон // Вестник КрасГАУ, 2013. №10. С. 284.

⁵¹ Дзялошинский, И. М., Пильгун М.А. Качественные характеристики личности в межкультурной бизнес-среде. Проблемы теории и практики управления. / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун —2013. № 11. С. 119.

уметь вовремя устранять возникающие кросс-культурные барьеры посредством глубокого исследования культуры партнера.

2.2 Особенности языковой личности и деловой коммуникации в английской культуре

Как было установлено в предыдущем параграфе, культура, как и живой язык народа, изменчива, динамична, и на протяжении жизни языковая личность вынуждена подстраиваться под изменяющиеся потребности и вкусы общества, в том числе и под языковую «моду». Тем не менее, языковая личность, которая является представителем определенной нации, отражает в себе культурные составляющие народа, играющие важную роль в процессе построения деловых отношений.

Этикет также играет довольно важную роль в контексте речевой коммуникации, так как он не только определяет культурные черты языковой личности, но отражает ее принадлежность к определенной нации. В предыдущей главе мы уже упоминали о высоком уровне вежливости, уважении к собеседнику, точности соблюдения правил этикета, присущих британской культуре.

Довольно ярко демонстрирует место, занимаемое концептом вежливости пример абсолютно обыденной ситуации – просьба о чём-либо. Дело в том, что в английском языке наиболее приемлемой и вежливой формой просьбы является косвенная просьба в виде прямого или косвенного вопроса. А в свою очередь невозможность выполнения данной просьбы вызывает у носителей английского языка чувство глубокой неловкости. Соответственно, сам отказ должен сочетать в себе вежливость и убедительность. Но даже в том случае, когда причина отказа по каким-либо обстоятельствам не приводится, британцы точно не станут специально выяснять ее у собеседника, потому что

английский этикет не признаёт категоричных форм⁵². В связи с этим в английской речевой коммуникации присутствуют формулы этикетного общения, которые оказывают значительное влияние на процесс построения деловой коммуникации.

Особую роль в языковом выражении национально-культурной семантики играют стереотипные представления о том или ином народе, на которых базируется массовое сознание и мнение о представителях другой национальности. В процессе изучения английской личности в данном дискурсе, можно выявить такие черты, как «гибкость мышления, умение приспособливаться, способность менять свои решения в зависимости от изменения ситуации, условий»⁵³. Кроме того, по мнению Е. В. Слепушкиной, «отличительными чертами английского национального характера являются взвешенность, сдержанность в проявлении эмоций, скрытность и осторожность, а также рациональность в процессе принятия решений и построения деловых связей»⁵⁴. Помимо этого, отмечается практичность и чувство собственного достоинства англичан, что отличает их от представителей других культур и национальностей.

Отдельного упоминания заслуживает концепт юмора в английской лингвокультуре. Для адекватного восприятия английского юмора иностранцам важно помнить, что в английской лингвокультуре юмор как правило идентифицируется через такие понятия как «нонсенс», «чуждачество», поэтому необходимо обращать свое внимание прежде всего на специфические

⁵² Арсентьева, И. И. Деловой этикет в России / И. И. Арсентьева // Читинский государственный университет, 2006. №1. С. 110.

⁵³ Рябова, М. А. Национальный язык и культура как объекты лингвокультурологии / М. А. Рябова // Кемеровский государственный университет, 2010. С. 199.

⁵⁴ Слепушкина, Е. В. Фразеология русского и английского языков в зеркале национального менталитета (на материале концептов «предупреждение» и «угроза»): ав-тореф. дис. ... канд. филол. наук. / Е. В. Слепушкина — Пятигорск, 2009. С.117.

качества комического⁵⁵. Также для британцев юмор часто выступает в качестве защитного механизма, средства, позволяющего сохранить присутствие духа в драматических или трогательных ситуациях.

Итак, наиболее яркими национально-специфическими лингвокультурными параметрами языковой личности считаем грамматические, лексические, семантические, когнитивные и коммуникативные факторы, среди которых для англоязычной языковой личности на первом месте стоит этикетность, подчеркнутая вежливость, в частности, косвенное языковое оформление просьбы, а также паралингвистические явления, стереотипные представления, мифы. К сугубо английским когнитивно-коммуникативным чертам относятся языковая сдержанность, самоконтроль, демонстрирование и оберегание чувства собственного достоинства, дистанцированность, уединенность, недоговоренность, специфический английский юмор, языковая игра, нацеленная, в основном, на игру с формой, на парадоксальное и неожиданное соединение несоединимого.

Лингвокультурные особенности английского делового языка довольно сильно отличаются от родственного американского варианта и тем более русского языка. Английский деловой характер не имеет ничего общего с эмоциональностью. Для него характерны такие качества, как – рациональность, сдержанность и поддержание довольно большой дистанции в межличностных отношениях. В связи с этим, в деловом общении британцы избегают тем, касающихся личной жизни. Сохранение личной неприкосновенности и невмешательства в личную жизнь – для них это основные права и свободы общества, что обусловлено хорошо развитым чувством личных границ. Бизнес-культура Британии предполагает

⁵⁵ Бент, А. Г. «Недуг, которого причину давно бы отыскать пора»: английский сплин, юмор и чудачество как выражение национальной ментальности /А. Г. Бент // Вестник Челябинского госуниверситета. 2011. Вып. 51. С. 6.

минимальный личностный контакт при всем внешнем дружелюбии и радушии. Поэтому англичанам свойственно глубокое чувство уважения к человеку, особенно к его собственности и личному времени, а также абсолютная тактичность, нелюбовь к категорическим суждениям и нарочитая вежливость. Британцы зачастую боятся обидеть собеседника и оказаться в неловкой ситуации⁵⁶, поэтому для них «по части учтивости лучше пересолить, чем недосолить».

Вести дела английские бизнесмены предпочитают с партнерами, которых хорошо знают. Чем дольше их межличностные отношения и чем больше в них дружеского компонента, тем выше вероятность достижения положительного результата. Но при возникновении необходимости в установлении новых контактов, британцы обращают большое внимание на первое впечатление от человека. Поэтому при первой встрече с английским партнёром нужно постараться оставить о себе в его глазах как можно лучшее мнение.

На деловых переговорах британцы ведут себя прагматично: гибко и охотно отвечают на инициативу партнера. При этом важно учитывать их отрицательный настрой в отношении длительных монологов, поскольку данная форма в общении воспринимается ими как способ вербального давления на собеседника или партнера. Приоритетами в деловых отношениях для британцев являются соблюдение протокола, а также честность и открытость взаимодействий, поэтому для их культуры общения использование различных уловок, создание интриг как правило нехарактерно⁵⁷.

⁵⁶ Слепушкина, Е. В. Фразеология русского и английского языков в зеркале национального менталитета (на материале концептов «предупреждение» и «угроза»): ав-тореф. дис. ... канд. филол. наук. / Е. В, Слепушкина — Пятигорск, 2009. С.73.

⁵⁷ Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты. / В. И. Карасик — Волгоград: Перемена, 2002. С. 101.

Специалист в области этики И. Л. Зеленкова, среди культурных особенностей присущих англичанам прежде всего отмечает, что «стабильность и постоянство характера, приверженность традициям характерна для англичан гораздо больше, чем любой другой западноевропейской нации. Англичане меньше других подвержены веяниям времени, преходящим модам. Безусловно, англичане и их традиции изменялись со временем, однако эти различия, столь заметны внешне, не проникают вглубь, до корней. Исконные черты английской натуры остаются прежними, создавая национальный характер англичан. Важно, однако, подчеркнуть, что при своей стабильности характер англичан составлен из весьма противоречивых, даже парадоксальных черт»⁵⁸. Знание национальных особенностей может служить определённым поведенческим маркером бизнес-партнёров и может повлиять на принятие деловых решений.

В результате проведённого В. И. Карасиком исследования англоязычного общества было установлено, что употребление языка соотносится с понятиями языковой личности в области делового и межкультурного общения. Данные, полученные В. И. Карасиком свидетельствуют о разном уровне владения языком между людьми разного пола, возраста и социально-этнической принадлежности. Ученый говорит о том, что «параметры англоговорящей языковой личности при осуществлении вербальной коммуникации проявляются в таких речевых параметрах, как интонация, паузация, тембр голоса, произношение, чёткость / нечеткость дикции, выбор лексики и фразеологии, семантико-грамматических показателей, а также в степени владения речевой компетенцией и в демонстрации степени владения языком»⁵⁹.

⁵⁸ Зеленкова, И. Л. Основы этики: Учеб. Пособие. /И. Л. Зеленкова – Минск: Тетрасистемс, 1998. С. 309.

⁵⁹ Карасик, В. И. Речевая индикация социального статуса человека / В. И. Карасик // Эссе о социальной власти языка. — Воронеж, 2001. С. 44.

Основными языковыми особенностями делового общения в английской лингвокультуре являются:

— активное использование в речи глаголов долженствования (must, have to, ought to, be supposed to и др.);

— использование сложных грамматических конструкций таких как пассивный залог, различные виды сложноподчиненных предложений, безличные предложения («The mail is being delivered by the postman»);

— использование полных, а не сокращенных грамматических форм при письменной коммуникации (I'm – I am, he didn't – he did not и т. д.);

— не допускается использование фразовых глаголов, т. к. они принадлежат к разговорной речи (go up - increase, cut down - reduce и т. д.);

— применение языковых штампов, шаблонов, канцеляризмов («Based on this decision», «Ask you», «Incoming-outgoing documents»);

— использование эвфемизмов и политически корректной лексики;

— отсутствие прямого отказа на предложение или просьбу;

— создание доверительной удобной атмосферы с помощью разговоров на нейтральные темы (погода);

— компенсация сухости деловой речи вводными словами (unfortunately, of course, moreover, first of all и т. д.);

— просьбы преподносятся в максимально вежливой форме. Считается, что чем длиннее просьба, тем она вежливее («What time is it?» - «Excuse me, could you tell me what time it is, please?»);

— большое количество речевых формул для различных коммуникативных ситуаций.

Таким образом, определены основные параметры, которые позволяют характеризовать англоговорящую языковую личность, выявить ее языковую специфику в лингвокультурном и национальном аспекте. Особую важность для нас представляют лингвистические, когнитивные и коммуникативные параметры. Акцент делается на таких характерных для английской

ментальности явлениях, как сплин, юмор и чудачество, вежливость, консервативность и четкое соблюдение личностных границ.

2.3 Особенности языковой личности и деловой коммуникации в американской культуре

Современные условия ведения международных деловых операций часто продиктованы экономической политикой США, что обуславливает необходимость изучения американской языковой личности и ее деловой характеристики.

В американской языковой личности выделяют национально-маркированные элементы, отражающие своеобразие культуры народа. Специфические черты языковой личности проявляются в лексике создателя и носителя языка. Определенная психология и мироощущение, ясно отражаются в словаре в виде эквивалентов, не имеющих однословных соответствий в других вариантах языка.

Особый когнитивный статус американской языковой культуры в конструировании современного мира признается многими учеными. Американское многообразие – одна из замечательных черт американского характера и установок американской цивилизации. Многообразие основано на разнообразном в этническом отношении потоке иммиграции, которая шла на протяжении двух сот лет и идет вплоть до сегодняшнего дня. Однако мультикультурализм уравнивается «симуляцией единой культуры» в основе которой лежат четко ярко выраженные общие ценности. При этом одними из основообразующих компонентов американской деловой личности являются неотъемлемые права личности и признание собственной и неповторимой индивидуальности.

Молодая и сильная американская культура независима и самостоятельна в своих международных экономических и политических воззрениях. В обращении друг с другом они просты и неофициальны, при этом разнице в общественном положении или возрасте не уделяется должного

внимания. Согласно классификации, разработанной Р. Льюисом, американцы принадлежат к представителям моноактивных культур, что обозначает сосредоточенность на выполнении поставленной задачи (task - oriented), строгом соблюдении установленного графика и нетерпение опозданий и переноса переговоров. Как правило — это очень трудолюбивые люди, и трудолюбие в их культуре ассоциируется со следующими характеристиками: энергичная самоуверенность, неиссякаемая страсть, мужество и настойчивость, творчество и рационализация, доброта.

Американцы признаются открытыми партнерами, которые не терпят излишних формальностей, препятствующих быстрому разрешению сути вопроса. Однако они характеризуются определенной прямоотой суждений, что выражается не только в речи, но и в манере поведения. Кроме того, отмечается неофициальная форма обращения друг к другу, предельный демократизм между собеседниками, готовность общаться свободно со всеми слоями населения, независимо от социальных различий. Для них неформальность не означает отсутствие уважения, поэтому американские приветствия носят неформальный характер. Это не знак неуважения, а демонстрация равенства всех присутствующих. В ситуации приветствие, вас могут встретить словами «Hello» или «How are you?», или даже просто «Hi». Многие американцы находят обращения мистер, миссис или мисс слишком чопорными и формальными, поэтому практически в самом начале общения принято переходить на первые имена, при чем в некоторых случаях даже при солидной разнице в возрасте.

Среди особенностей американской культуры можно отметить следующие: карьера и материальное благополучие являются основными показателями успеха; также акцент делается на конкуренцию и высокие результаты среди друзей; американцы на самом деле живут во имя бизнеса; хороший лидер не должен консультироваться с командой и принимать все решения сам.

Сильная позиция американской стороны на переговорах объясняется не только традиционным прагматизмом, присущим этой нации, что не может не сказаться на технологии переговоров, но и присущей им энергичностью. Эти характерные черты американской культуры делового общения являются результатом специфически устроенного воспитательного и образовательного процесса. Дело в том, что в США процесс обучения на всех этапах развития ориентирован на формирование в людях определённых коммуникативных навыков и характерологических черт, таких как: напористость, умение ставить цели и добиваться их, твёрдо отстаивать свои личные интересы, либо интересы компании. На переговорах американцам как правило удаётся найти правильный баланс между сугубо деловым взаимодействием и чрезмерной дружелюбностью, граничащей с переходом личных границ⁶⁰. Таким образом, благодаря с одной стороны умеренному дружелюбию, открытости и юмору, а также профессионализму и высокой компетентности с другой, создаётся непринуждённая и в то же время рабочая атмосфера благоприятно влияющая и эффективность в достижении коммуникативных задач.

Для лексики делового американского английского характерны следующие особенности:

- стабильность состава;
- преобладание словосочетаний как следствие системности;
- минимальное количество новейших заимствований;
- концепция поликультурности, характерна для языка США в целом, но в языке современного бизнеса он не проявляется;
- обилие терминологических единиц, построенных на основе метафор, метонимий, конверсии и межвариантной синонимии терминов;

⁶⁰ Слепушкина, Е. В. Фразеология русского и английского языков в зеркале национального менталитета (на материале концептов «предупреждение» и «угроза»): ав-тореф. дис. ... канд. филол. наук. / Е. В. Слепушкина — Пятигорск, 2009. С. 31.

— использование в деловом языке спортивных терминов и обозначений («Touch base», «Call the shots», «Ballpark figures», «Game plan»);

— использование аббревиатур и сокращений (LGBTQ, PoC, Mr. /Mrs., и т. д.).

С точки зрения организации структуры общения выделяются следующие черты:

— просьбы преподносятся в максимально вежливой форме. Считается, что чем длиннее просьба, тем она вежливее («What time is it?» - «Excuse me, could you tell me what time it is, please?»);

— обилие в речи вопросов различных типов (закрытых, информационных, открытых);

— отсутствие речевых актов призыва и замечания;

— практика плавного введения разговора в фазу завершения («OK, let's summarize», «Can I go over what we have agreed?»);

— выражение благодарности за общение («Thank you very much. That was very helpful», «It was a pleasure to talk with you»).

Таким образом, мы можем сказать, что американская культура является относительно молодой, но при этом достаточно независимой по вопросам международных и экономических стратегий. США является многоэтническим государством, собравшего в себе большое количество различных субкультур. Несмотря на это американская культура делового общения достаточно целостна и относится к умеренно экспрессивной бизнес-культуре, ориентированной на нахождение компромисса между двумя сторонами. Именно здесь и проявляется их прагматичность, настойчивость в достижении цели. По своей сути американской деловой культуре присуще следование максимумам кооперации и соблюдение максимум вежливости.

2.4 Особенности языковой личности и деловой коммуникации в русской культуре

Уникальность современной российской деловой культуры в первую очередь обусловлена её неоднородностью. С одной стороны для неё характерны такие черты западной культуры как энергичность, целеустремленность, оптимизм, самоуверенность и решительность в действиях, а с другой, она также впитала в себя иерархичность, коллективизм, кумовство, фатализм присущие культурам Востока. Интересная особенность заключается в том, что топ-менеджеры и предприниматели обладают теми качествами, которыми не обладает их персонал и это нередко вызывает проблемы, так как не совпадают интересы и стратегии работы. Различается их отношение к риску, ответственности, проявлению инициативы⁶¹. Нанятые сотрудники привыкли преимущественно просто выжидать, когда закончится рабочее время и при этом стараются возложить на себя минимум функций и ответственности, имитируя при этом бурную рабочую деятельность. Разумеется, это идет зачастую вразрез с чаяниями начальников, графиками и планами, вызывая конфронтации и противостояние.

Особенности русской языковой личности позволяют выявить черты современного национального языкового типа в целом и проследить, как развивается языковая личность в историческом времени, как взаимосвязаны изменяющиеся параметры: состав лексикона – концептуальное содержание языковых единиц; жизненные идеалы, иерархия ценностей в картине мира и речевые способы их презентации (деятельностная структура языковой личности, речевые стратегии и тактики).

Одной из особенностей поведения российской языковой личности в процессе делового общения является частая смена настроений и установок по

⁶¹ Яранцев, Р. И. Русская фразеология: словарь-справочник, около 1500 фразеологизмов. /Р. И. Яранцев — М.: Русский язык, 1997. С. 530.

отношению к партнеру: от крайне дружеского расположения до официального и сухого, исключаящего любые личные симпатии⁶². По причине темпераментности русской личности их может вывести из себя манера долгого обсуждения делового документа. Русская деловая личность может расценить как «мелочность» и потерять интерес к объекту изучения, поскольку мелочи по самой сути его характера не представляют большого интереса⁶³. Кроме того, как правило, у русского партнера есть представление о готовом решении, поэтому если же по ходу переговоров возникла проблема выбора или изменения пунктов соглашения, то русские могут свернуть переговоры без долгих обсуждений.

Российские предприниматели зачастую ожидают, что на их территории зарубежные партнеры будут подстраиваться под их особенности ведения дел и привычки, поэтому их нелегко настроить на европейские стандарты. Особенно мешают отсутствие точности, пунктуальности, педантичности, сухого профессионализма, и в то же время некая приблизительность, излишняя эмоциональность, слишком большая зависимость от настроения и личных отношений с коллегами.

Однако, несмотря на все сложности и соблазны в современном российском деловом обществе неумолимо крепнет стремление, с одной стороны, к утверждению этических норм ведения дел, которые бы вобрали в себя лучшие традиции дореволюционной деловой России, а с другой — наиболее эффективные методы и стандарты современного бизнеса.

Российская деловая культура – это культура с высокой степенью избегания неопределенности, большой дистанцией власти, краткосрочной временной ориентацией и преобладанием коллективизма. Россия относится к

⁶² Борисов, В. К. Этика деловых отношений / В. К. Борисов — Издательство: Форум, 2015. С. 94.

⁶³ Штрекер, Н. Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие. / Н. Ю. Штрекер — М.: Юнити, 2018. С. 208.

высококонтекстуальным культурам, то есть, статус человека и его место в обществе зависят, прежде всего, от многочисленных внешних факторов, например, социальной среды, происхождения, принадлежности к определенной касте, элитному образованию, религии, расе и т. д.⁶⁴.

Среди постоянно отмечаемых положительных черт российской деловой культуры важно обратить внимание, прежде всего, на склонность к коллективному труду и сотрудничеству, т. е. к кооперации, а также способность к обучению, творческому подходу и действиям в условиях нестабильности среды⁶⁵.

Постепенно российская деловая культура приобретает черты индивидуализма. Для современной русской личности в целом характерно изменение направленности жизненных ориентаций от социальной (коллективистской) составляющей к индивидуальной. Однако в то же время уделяется особое внимание неформальным отношениям, т. к. убеждение в том, что социальные связи являются важным условием успешности бизнеса, является на сегодняшний день довольно стойким. Также характерной чертой российской деловой культуры является склонность её представителей к риску, которая обусловлена низким уровнем избегания неопределенности.

Среди прочего В. В. Радаев выделяет следующие характерные особенности современной российской деловой культуры:

- полуправовое регулирование деятельности;
- большое значение неформальных отношений;
- избирательная этика в деловых отношениях;
- использование силовых методов;

⁶⁴ Штрекер, Н. Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие. / Н. Ю. Штрекер — М.: Юнити, 2018. С. 214.

⁶⁵ Слепушкина, Е. В. Фразеология русского и английского языков в зеркале национального менталитета (на материале концептов «предупреждение» и «угроза»): ав-тореф. дис. ... канд. филол. наук. / Е. В. Слепушкина — Пятигорск, 2009. С. 59.

- «брак по расчету» с властями;
- независимость и отстраненность от политики;
- создание «команд» и централизация управленческих функций;
- повышенная склонность к риску;
- высокая степень адаптивности и быстрота реакции;
- сдержанное отношение к благотворительности;
- пиетет к иностранцам и гостеприимство;
- высокое значение образования как ценности; слабо выраженное потребительство⁶⁶.

Также сегодня в деловой культуре России большое внимание уделяется грамотности. Нарушение говорящими норм русского литературного языка, в частности норм собственно произносительных и акцентологических, затрудняет коммуникацию, мешает во всей полноте воспринимать содержание речи. Соблюдение же норм литературного произношения облегчает и ускоряет процесс общения⁶⁷. Требования, предъявляемые в настоящее время к уровню культуры речи носителей того или иного национального языка, касаются сфер профессионального общения. Более того, вопросы изучения уровня развития языковой личности носителя русского языка в современной повседневности стоят в настоящее время в лингвистике наиболее остро.

Для официально-делового стиля в русском языке характерны простые предложения, зачастую осложненные обособленными и однородными членами предложения, а также сложные предложения с большим количеством однородных придаточных. Основными особенностями русской официально-деловой сферы по сравнению с английским языком, являются:

⁶⁶ Санжина, Д. Д. Язык и культура / Д. Д. Санжина // Уч. зап. Забайк. гос.гум.-пед. ун-та. Серия филология, история, востоковед. 2012. №2 (43). С. 211.

⁶⁷ Зайнуллин, М. В. Языковая личность и национальный менталитет /М. В. Зайнуллин // Проблемы востоковедения. 2015. № 3. С. 75.

безличное обращение к читателю; высокая степень литературной обработки; снижение образности; тенденция к четкости и конкретности изложения; стремление к вытеснению транслитераций.

Также среди особенностей, присущих профессиональному и деловому уровням общения в русской культуре, отмечают:

- высокую долю общенаучной лексики (введение, формирование, активность, эксперимент и др.);
- использование терминологии (иммунитет; акт, релевантность, диспозиция, санкция и т. д.);
- включение в деловой язык фрагментов разговорной лексики (далее = далее, чего? = что? немножко = немного и т. д.), (применительно для профессиональной сферы, но недопустимо в официальных ситуациях);
- активное использование профессионализмов (ляп - опечатка в речи газетчиков, кастрюля - синхрофазотрон в речи физиков, утка – обман в речи журналистов, пальцы – танцевальные туфли в речи артистов балета и т. д.);
- высокий процент заимствований, в частности англицизмов (менеджер, компьютер, коммуникация, презентация, имидж, брокер, маркетинг и т. д.);
- использование аббревиатур и сокращений (СНИЛС, СИЗ, СМИ, Ув.-уважаемый(-ая));
- большой спектр речевых формул уместный в определённых ситуациях (например, для ситуации приветствия: привет, приветствую, здравствуйте, добрый день/ вечер/ утро/ ночь, здравия желаю (в военной сфере)).

Выводы по главе 2

В соответствии с поставленными задачами нами было рассмотрено понятие языковой личности с целью выявления влияния национального компонента на деловую коммуникацию.

В ходе изучения данного понятия нами была найдена его наиболее адекватная в контексте нашей работы дефиниция: «языковая личность – это национально-специфический тип коммуниканта, обладающий культурно обусловленной ментальностью, картиной мира и системой ценностей, придерживающийся определенных когнитивных подходов, языковых, поведенческих и коммуникативных норм и потенциально способный к межкультурной трансформации». Также нами были выявлены следующие структурообразующие компоненты языковой личности: ценностный, культурологический, личностный.

Таким образом, в научном контексте языковая личность изучается как самостоятельное явление, обладающее национальными особенностями, к которым можно отнести параметры лексические, грамматические, семантические, а также стереотипные представления о культуре, как собственного народа, так и остальных участников делового общения. Важно отметить, что деловые отношения между представителями разных стран зависят и от близости их культур, так как общность ценностей, традиций и обычаев отражается в языке их коммуникации. В то же время необходимо уметь вовремя устранять возникающие кросс-культурные барьеры посредством глубокого исследования культуры партнера.

Также нами был проведен анализ процесса деловой коммуникации в Великобритании, США и России с целью выявления и обоснования особенности языковой личности и делового взаимодействия в данных лингвокультурах. Мы рассмотрели основные понятия и факторы оказывающие непосредственное влияние на процесс построения деловой коммуникации в перечисленных странах и сравнили степень значения, приоритет и уровень развитости того или иного понятия для каждой из данных лингвокультур. Результаты нашего анализа представлены в таблице 3.

Результаты анализа

Фактор/ понятие	Страна		
	Великобритания	США	Россия
Вежливость	Очень высокий	Высокий	Умеренный
Благотворительность	Высокий	Высокий	Низкий
Склонность к риску	Низкий	Умеренный	Высокий
Адаптивность	Умеренный	Умеренный	Высокий
Прагматизм	Высокий	Высокий	Умеренный
Личные границы	Очень высокий	Высокий	Низкий
Эмоциональность	Низкий	Умеренный	Высокий
Пунктуальность	Высокий	Очень высокий	Умеренный
Демократизм	Умеренный	Высокий	Низкий
Ценность образования	Очень высокий	Умеренный	Высокий
Политическая ориентированность	Умеренный	Очень высокий	Низкий
Соблюдение формальностей этикета / протокола	Очень высокий	Умеренный	Умеренный
Неформальное общение	Низкий	Высокий	Очень высокий
Индивидуализм	Высокий	Высокий	Низкий
Склонность к кооперации	Умеренный	Умеренный	Высокий

Данная таблица демонстрирует нам схожесть в отношении определённых понятий в разных культурах, например склонности к кооперации или индивидуализма и проследить взаимосвязь уровня приоритетности данных понятий.

Также в результате анализа мы сделали вывод о том, что, применительно к сфере деловой коммуникации особенности языковой личности проявляются на вербально-семантическом уровне. Коммуникация осуществляется с помощью лексики «делового общения», которая включает

различные национальные аспекты языка. Владение лексикой делового общения, то есть специальными речевыми стереотипами профессионального взаимодействия, его сигналами на этом уровне, способствует адекватному формированию этапов делового общения и связанной с ними текстовой деятельности.

ГЛАВА. 3. АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ИСКУССТВА. ИТОГИ АПРОБАЦИИ ПРЕДСТАВЛЕННОЙ РАБОТЫ.

3.1 Анализ ситуации межкультурной коммуникации в процессе делового общения в сфере искусства

Чтобы выявить на практике как же функционируют стратегии делового общения, насколько важен этикет и какова роль языковой личности в каждой конкретной ситуации мы решили провести коммуникативный эксперимент, а именно создать и проанализировать ситуацию межкультурной коммуникации.

В рамках вышеуказанных задач нашей работы мы провели интервью с представителем американской лингвокультуры, первым артистом Михайловского театра Адрианом Блейк Митчеллом (Adrian Mitchell - Mikhailovsky Theatre St Petersburg). Адриан родился в Техасе. Начал заниматься балетом в Западной школе балета в Лос-Анджелесе, а затем и в Нью-Йорке, участвовал в международных конкурсах, а в 2014–2015 годах проходил обучение в Академии русского балета им. А. Я. Вагановой под руководством Николая Цискаридзе. С 2015 года он состоит в балетной труппе Михайловского театра в Санкт-Петербурге, а в 2021 году был переведён в ранг первого артиста. Более подробно с биографией нашего собеседника можно ознакомиться на его персональном сайте: About Adrian (adrianblakemitchell.com), или в приложении 1 нашей работы. Адриан любезно согласился поделиться с нами собственными впечатлениями о процессе межкультурной коммуникации, основанным на семилетнем опыте проживания, обучения и работы в России. При подготовке вопросов к интервью мы руководствовались теоретической базой представленной в главе 1. Непосредственно во время интервью, т. е. фактически акта деловой межкультурной коммуникации, мы применяли различные коммуникативные стратегии («Сотрудничество») и техники («Эхо», наводящие вопросы, «Парафраз») описанные в параграфе 1.4 данной работы. Также при

построении и развитии диалога мы руководствовались принципом кооперации П. Г. Грайса и максимами вежливости Д. Лича.

Интервью проходило на английском языке и было записано на диктофон. Ниже мы прилагаем расшифровку на языке оригинала с переводом на русский язык. Используемые сокращения: А. – Adrian, Int. – Interviewer.

[Начало интервью]

Int.: Hello Mr. Mitchell! Thank you for coming today, it is a pleasure to see you. May I ask you to say a couple of words to introduce yourself?

(Инт.: здравствуйте, Мистер Митчелл! Спасибо, что пришли сегодня, очень приятно вас видеть. Могу я попросить вас сказать пару слов о себе?)

A.: Hello everyone! Please, call me Adrian. I am 27 years old. I was born in Texas, but I was raised in Los Angeles, and I have been in Russia for 7 years.

(А.:Здравствуйтесь! Пожалуйста, зовите меня Адриан. Мне 27 лет. Я родился в Техасе, но вырос в Лос-Анджелесе и уже 7 лет живу в России.)

Int.: Could you tell us why you decided to move to Russia?

(Инт.: не могли бы вы рассказать, почему вы решили переехать в Россию?)

A.: I moved here to study, I was invited to the Vaganova Ballet Academy, where I had a chance to work with Nicolai Tsiskaridze. So, I came here for the diploma and ended up staying for work. After my graduation exam I signed a contract with the Mikhailovsky theatre in Saint-Petersburg.

(А.: Я переехал сюда учиться, я был приглашён в Академию русского балета имени Вагановой, где мне довелось поработать с Николаем Цискаридзе. Итак, я приехал сюда за дипломом, а остался работать. После

выпускного экзамена я подписал контракт с Михайловским театром в Санкт-Петербурге.)

Int.: You moved here in a quite young age, so maybe you can remember something that impressed you the most in Russian people? Maybe there was something in the way they are talking and communicating to each other and to you personally?

(Инт.: Вы переехали сюда в довольно молодом возрасте, так что, может быть, вы вспомните то, что вас больше всего поразило в русских людях? Может быть, что-то было в том, как они разговаривают и общаются друг с другом и с вами лично?)

A.: Yes. Russian people are different then Americans. Americans are a lot on a surface, much nicer.... not really nicer, but they seem nicer because they are more smiling on the street. In America on the street, you say «Hi!» to people you do not know, and in Russia it is very strange if you do that. But then I found out how warm, and kind Russian people can be, they just open up slower, but when you are getting closer, they start to treat you like family.

(А.: Да. Русские люди отличаются от американцев. Американцы немного более открытые, приятные... они кажутся приятней, потому что на улице они более улыбчивы. В Америке на улице вы можете просто поздороваться, с незнакомым человеком, что в России выглядит странно. Но потом я узнал, какими теплыми и добрыми могут быть русские люди, просто они открываются медленнее, но, когда вы сближаетесь, они начинают относиться к вам как к семье.)

Int.: And maybe you have noticed something unusual about the way they greet each other?

(Инт.: А может быть, вы заметили что-то необычное в том, как они приветствуют друг друга?)

A.: Yes, that is one thing I wanted to say, the way that we shake hands. Here we usually shake the hands, and when you meet the woman, you do not always shake her hand in Russia. In America we shake hands only if we meet each other for the first time and then we just hug, or kiss the cheek, and here in Russia hug is an already a very forward step and suits only for the close friends.

(А.: да, это то, что я хотел бы проговорить, то, как мы пожимаем друг другу руки. Здесь мы обычно обмениваемся рукопожатием с мужчинами, а с женщиной просто здороваемся, пожать или поцеловать ей руку не всегда уместно как в России, так и в Америке. В Америке мы пожимаем друг другу руки только в том случае, если встречаемся впервые, а потом просто обнимаемся или целуем в щеку, а здесь, в России, объятие — подходит больше для близких друзей.)

Int.: And these forms of greeting (hug and a cheek kiss) are they appropriate in the context of business communication in America?

(Инт.: эти формы приветствия (объятия и поцелуй в щеку) уместны ли они в контексте делового общения в Америке?)

A.: No, I do not think so, only for the close friends usually.

(А.: нет, не думаю, только если для близких знакомых).

Int.: You had a chance to work both, in America, and in Russia. What are the main differences between these working ecosystems?

(Инт.: у вас была возможность поработать и в Америке, и в России. В чем основные различия между этими рабочими экосистемами?)

A.: You know, when you work in the theatre you can usually get upset, go emotional, which is very rare in America. If someone gets upset, emotional or raise their voice, especially if he is not the top, the director its very surprising. In Russia yelling and even using obscene language seems common. But you cannot work the same way in America. If anything comes up everyone is opposite getting quitter. There everyone is more restrained, closed, reserved especially now because of the MeToo movements, abuse scandals so now everyone is very careful.

(A.: знаете, когда работаешь в русском театре, люди вокруг бывают излишне эмоциональны, что в Америке встречается очень редко. Если кто-то расстроен, взволнован или повысит голос, особенно если это не руководитель, то всех такое поведение как минимум озадачит. В России крик и даже нецензурная лексика кажется обычным явлением. Но в Америке так не получится. Если что-то и происходит, все, наоборот, затихают. Там все более уравновешенные, закрытые, сдержанные, особенно сейчас из-за движений MeToo, скандалов о злоупотреблениях служебными полномочиями и т. д., поэтому теперь все очень осторожны.)

Int.: Why do you think it is happening this way in Russia?

(Инт.: как вы думаете, почему в России так происходит?)

A.: I think that it is a national behaviour trait.

(A.: Я считаю, что это национальная черта поведения)

Int.: And do you think we can change it one day?

(Инт.: и как вы думаете, мы сможем это когда-нибудь изменить?)

A.: Well, I see no effort to change that. If there was an effort to change – maybe. But you know, it is complicated because it can go too far. For example, now in America it is hard to work normally because everyone is so scared to do or say a

wrong thing and they should face that. So, you could move, Russia could be better with that, but you should not go as far as it has gone in America, or on the West, that is a little bit too far.

But I think it could be changed with a new generation maybe even ours in a few years. I see the only way for this is the younger people with the new mentality taking over positions in leadership and being the examples. Because now we are working, but we are not the examples. The example is person in front of the room, it is the directors, the teachers, but you can never change the people of the older generation, so you must wait for the new generation coming forward. Well, that is one thing that I have noticed here. There is not a lot of open-mindedness to changing or improving. And I love Russia, but that is one thing that I find upsetting to see because it holds everything back.

(А.: что ж, я не вижу никаких усилий, чтобы это изменить. Если бы была попытка измениться - возможно. Но знаете, это сложно, потому что можно зайти слишком далеко. Например, сейчас в Америке тяжело нормально работать, потому что все так боятся сделать или сказать что-то не то, и им следует это признать. Итак, вы можете двигаться, Россия могла бы стать лучше, но вы не должны заходить так далеко, как в Америке, или на Западе.

Но я думаю, что это может поменяться благодаря новым поколениям, может быть, даже нашим через несколько лет. Я вижу, что единственный способ добиться этого — это молодые люди с новым менталитетом, занимающие руководящие должности и являющиеся примером. Потому что сейчас мы работаем, но мы не являемся примерами. Пример - человек стоящий перед аудиторией, это директора, учителя. Но, важно понимать, что люди старшего поколения не склонны меняться, поэтому единственный вариант — это ждать, когда его заменят новые лица. Что ж, это одна вещь, которую я здесь заметил. Люди не очень открыты к изменениям или улучшениям. И я люблю

Россию, но это одна из вещей, которые меня расстраивают, потому что она сильно сдерживает её развитие.)

Int.: So, for now we must learn how to deal with the older generation and maybe slowly but surely try to move the situation to the compromising position. By the way, in your opinion, where people are more open for compromise in Russia or in America?

(Инт.: итак, пока мы должны научиться обращаться со старшим поколением и, может быть, медленно, но, верно, пытаться перевести ситуацию в компромиссную позицию. Кстати, по вашему мнению, где люди более открыты для компромиссов в России или в Америке?)

A.: In America there are strict laws and rules which are set in stone, and you cannot change that. Here in Russia, I feel that there are not really any rules, there is something more like guidelines. I do not know if it is a good thing, but even here in the theatre we have this: «It supposed to be like this, but you can do it like this». So, in some ways its easier to get things done in Russia, but it also creates chaos.

But of course, in America you can get an easier compromise with another person, because here in Russia people have strong opinions, and especially the powerful people who do not have to change their minds, because here you don't have such system as Checks and Balances which we have in America.

Also, in America everyone has his own personal authority, more autonomy, clear understanding of their own value, which is a good thing, but sometimes this can be an obstacle to compromise.

(А.: В Америке существуют строгие законы и железные правила, которые вы не сможете изменить. Здесь, в России же правила, не такие строгие, то есть что-то вроде руководящих принципов. Не знаю, хорошо ли это, но даже здесь, в театре нам часто говорят: «Это должно быть так, но вы можете сделать это

иначе». Так что в некотором смысле в России легче достичь нужного результата, но в то же время это создает лишний хаос.

В Америке с одной стороны легче договориться с другим человеком, так как здесь, есть структура правовых систем, регулирующих взаимоотношения сторон и предотвращающих множество конфликтов. С другой стороны, американская культура очень индивидуалистская в отличие от более коллективистской русской. Соответственно у американцев больше автономии и авторитета, сильнее развито чувство собственной ценности, что на мой взгляд неплохо, но в некоторых случаях это может стать препятствием для достижения компромисса.)

Int.: According to you, it seems like Americans have strict personal boundaries, and Russians on a contrary tend to cross them. Has it ever been a problem for you?

(Инт.: получается, что для американцев характерно наличие строгих личных границ, а для русских, наоборот, характерна тенденция их нарушать. Для вас это когда-нибудь было проблемой?)

A.: It has been. Of course, it never stopped me from getting what I wanted to get, but some things that have happened to me here would never happen or be said in America. The general way that the authority figure speaks to you in America has strict boundaries. In every company you must have a department called Human Resources, which is responsible for the way the employees feel in the working area. So, if you have an issue with your boss or your manager, there is someone who has some real power over the boss, who basis on the wrong and will make sure that they will be counted for their actions.

This Human Recourses person is really important. For example, if your boss did something wrong and created an inappropriate situation, which happens sometimes, they can help you to file a lawsuit against your boss or a company, and it is a quite common situation in America.

(А.: да, было. Конечно, это никогда не мешало мне получить то, что я хотел получить, но некоторые вещи, которые произошли со мной здесь, никогда бы не произошли в Америке. Корпоративный стиль общения в Америке строго регламентирован. В каждой компании должен быть специальный отдел, который отвечает за то, как сотрудники чувствуют себя на рабочем месте. Итак, если у вас есть проблема с вашим начальником или вашим менеджером, есть кто-то, кто действительно имеет некоторую власть над начальником и следит за тем, чтобы их действия были учтены.

Этот отдел действительно важен. Например, если ваш начальник сделал что-то не так и создал неприемлемую ситуацию, что иногда случается, они могут помочь вам подать иск против вашего начальника или компании, что довольно распространено в Америке.)

Int.: How convenient, seems like we could use it here!

(Инт.: как удобно! Нам бы такой отдел тоже очень пригодился!)

A.: So yes, it is just one example, but it is hard to imagine it happening here in Russia, and I think they will not even consider it. Those who are on the top are not going to compromise for that because who would want that except those people who actually need it, people who has no power.

(А.: так что да, это всего лишь один пример, но трудно представить, чтобы такое происходило в России. Я думаю, что в ближайшее время, такая возможность даже не будет здесь в России рассматриваться. Это связано с тем, что люди, обладающие властью, не пойдут на компромисс, потому что он им не нужен, а те, кто в этом действительно нуждаются, не обладают достаточными инструментами для давления.)

Int.: Yes, we are completely agreed with what you are saying. And since we are talking about appropriate and inappropriate things within the working place, we

wanted to ask you about humour. Is it appropriate to use humour in the context of business communication?

(Инт.: да, мы полностью разделяем вашу точку зрения. И поскольку мы заговорили о допустимых и неуместных вещах на рабочем месте, мы хотели спросить вас о юморе. Уместно ли использовать юмор в контексте делового общения?)

A.: Humour – yes, absolutely, but it depends what kind of humour, you know? In America humour is a lot more appropriate, and in Russia sometimes you cannot make jokes and stuff I have noticed, which here normal. I cannot say that I prefer one way or another way, but I would say that a lot of jokes we make here in the theatre... you won't get away with them in America, because in America there are very strict rules about inappropriate jokes in a workplace. But in general humour in the workplace, it is ok if it is not wasting of time or as long as it is not making fun of the work and disrespecting people's energy which maybe happens here sometimes.

(A.: Юмор - да, конечно, но это смотря какой юмор, понимаете? В Америке юмор гораздо более уместен, а в России, я заметил, что иногда шутить и не стоит, и это тоже нормально. Я не могу сказать, что предпочитаю тот или иной вариант, но я бы отметил, что многие шутки, над которыми мы смеёмся в театре... в Америке повлекли бы за собой последствия, потому что там очень строгие правила в отношении неуместных шуток на рабочем месте. То есть в целом юмор на рабочем месте — это нормально, но только при условии, что это не пустая трата времени или если это не высмеивание работы или проявление неуважения к энергии людей, что в России иногда случается.)

Int.: You have mentioned a particularly important thing – the time. Is it true that people in Russia and people in America usually value and feel the time differently?

(Мы: Вы упомянули особенно важную вещь - время. Правда ли, что люди в России и в Америке обычно по-разному ценят и чувствуют время?)

A.: Yes. Things move here much slower, especially from business viewpoint. People do not respect time the same way as they would in America. Even here in the theatre, we do not know our schedule so early and things like that. And that is just a basic thing which is normal thing here, but in America or Europe it would not be the same, because there you get your schedule a week in advance, and you properly know which time is your working time, when you are here (at work) and when you are not, and this is not an open question.

The other important moment is that the time we need to prepare for the business meeting or the rehearsal if we are talking about theatre is also a working time in America. For example, in Russia we learn the ballets usually on our own in our free time, and then we come for rehearsal – the working time. In America there is a strict system that the time you are spending to learn a choreography is also your working time, so it is also gets paid.

(A.: да. Здесь дела идут намного медленнее, особенно с точки зрения бизнеса. Люди не уважают время так, как в Америке. Даже здесь, в театре, мы не знаем свое расписание заранее и тому подобное. И это базовая вещь, которая здесь кажется нормой, но в Америке или Европе расклад будет совсем другой. Там вы получаете свое расписание как минимум на неделю вперед, вы четко знаете когда у вас рабочее время, а когда нет, и это закрытый вопрос.

Другой важный момент - время, необходимое для подготовки к деловой встрече или репетиции, если мы говорим о театре, также является рабочим временем в Америке. Например, в России мы учим балеты обычно самостоятельно в свободное время, а потом приходим на репетицию с уже готовым материалом - в рабочее время. В Америке существует строгая система, согласно которой время, которое вы тратите на изучение

хореографии, также является вашим рабочим временем, поэтому оно также оплачивается.).

Int.: And what about personal meetings and different appointments?

(Инт.: А как обстоят дела с личными встречами и различными визитами?)

A.: If we are talking about personal meetings, people here in Russia are always late, I am also now late. But actually, in America I am much more careful with such things than here. And the appointments, they are quite easy to cancel here. In America usually you get charged a fee even if you cancel in advance, and if you cancel less than 24 hours in advance you can be charged a full price.

(Если мы говорим о личных встречах, то здесь, в России, всегда опаздывают, я вот тоже сейчас опоздал. Но на самом деле в Америке я гораздо более аккуратен с такими вещами, чем здесь. И визиты, их здесь довольно легко отменить. В Америке обычно взимается комиссия, даже если вы отменяете запись заранее, а в случае, если вы отменяете её менее чем за 24 часа, с вас может взиматься полная стоимость услуги.)

Int.: Well, that may be strict, but it looks like the most effective way of teaching people to respect other's time, because «time is money» and nobody want to lose it, otherwise it would be a charity. By the way, I know that you are running your own charity project, which I find amazing. Could you tell us something about it?

(Инт.: что ж, может быть это и строго, но похоже, что это наиболее эффективный способ научить людей уважать чужое время, потому что «время - деньги», и никто не хочет его терять, иначе это была бы уже благотворительность. Кстати, я знаю, что у вас есть собственный благотворительный проект, и я считаю, что это замечательно! Не могли бы вы рассказать нам что-нибудь об этом?)

A.: I just started a foundation in America. Because of the racial issues there is not so many black dancers in America and all over the world. So, we pay for the young kids training who cannot afford it because they are black. Usually race and social economic issues like income are connected because black people generally have less money than white people, so that is also a part of the why we do not see a lot of black dancers.

I have not seen a lot of charity work in Russia. I mean I heard something about big foundations, but generally It seems to be much less than in the US. I think that it is connected to the economic reasons. In America we have a strong middle class so a lot of people can give more to charity. Also, the reason that stimulates people and organisations to support charity is taxes deduction, so it becomes more profitable for them. A lot of giant corporations in US have their own charity foundations like The Ford Foundation, so we can see that charity has become a part of the business community. But unfortunately, I do not see the same picture here. Hopefully, it will be changed soon, or maybe it is already changing, and I just do not notice that.

(A.: Я совсем недавно основал фонд в Америке. Из-за расовых проблем в Америке и во всем мире не так много черных танцоров. Поэтому, мы спонсируем обучение маленьких детей, которые не могут себе этого позволить, из-за цвета кожи. Как правило раса и социально-экономические проблемы, такие как доход, связаны, потому что у чернокожих людей обычно меньше денег, чем у белых. Это обусловлено рядом исторических и социальных причин и также является частью того, почему мы не видим много черных танцоров на мировых сценах.

В России я не вижу, высокого уровня благотворительной активности. То есть я слышал что-то о крупных фондах, но в целом, её в России кажется, намного меньше, чем в США. Я думаю, что это связано с экономическими причинами. У нас в Америке сильный средний класс, поэтому многие люди могут больше жертвовать на благотворительность. Также причиной, которая

стимулирует людей и организации поддерживать благотворительность, является уменьшение налогов, для тех, кто жертвует средства НКО, поэтому им становится выгоднее. Многие гигантские корпорации в США имеют свои собственные благотворительные фонды, такие как Фонд Форда, поэтому мы видим, что благотворительность стала частью бизнес-сообщества. Но, к сожалению, я не вижу здесь такой картины. Надеюсь, это скоро изменится, а может быть, уже меняется, а я этого просто не замечаю.)

Int.: To sum up, maybe you could tell us about something that have changed in Russia within these 7 years of your stay here?

(Мы: Подводя итоги, не могли бы вы рассказать нам о том, что изменилось в России за эти 7 лет вашего пребывания здесь?)

A.: The one thing I have noticed which is getting better is that people are becoming more polite. For example, when I first came, people that worked in the stores were extremely rude, to me they seem rude. Of course, if you go to a nice store, or a nice restaurant, the situation is different, but in general people who work there are not really sincere, they don't like their job, can be mean sometimes and put their bad mood on a client. But now it is getting much better.

(А.: Одна вещь, которая, по-моему, становится лучше — это то, что люди становятся более вежливыми. Например, когда я только пришел, люди, которые работали в магазинах, были очень грубыми, мне они казались грубыми. Конечно, если вы идете в хороший магазин или хороший ресторан, ситуация иная, но в целом люди, которые там работают, не очень искренни, им не нравится их работа, иногда могут быть злыми и портить настроение. на клиенте. Но сейчас все становится намного лучше.)

Int.: Thank you so much Adrian for this interview and four your time! It was a pleasure to meet you and to talk about all these important things! I really enjoyed our conversation and hope it was interesting for you as well!

(Инт.: Большое спасибо, Адриан, за это интервью и за то, что уделили нам время! Было приятно познакомиться с вами и поговорить обо всех этих важных вещах! Мне очень понравился наш разговор, и надеюсь, он был интересен и вам!)

A.: Of course! No problem! Thank you for having me. It was an interesting conversation and I hope that I gave you some useful information which you could use in your work.

(А.: конечно! Без проблем! Спасибо, что пригласили меня. Это был интересный разговор, и я надеюсь, что дал вам полезную информацию, которую вы могли бы использовать в своей работе.)

[Конец интервью]

Анализ проведённой коммуникации.

В первой главе нами было установлено, что степень успешности и общий характер деловой коммуникации во многом определяются еще на этапе подготовки, поэтому мы постарались отнестись к нему с большим вниманием.

Целью коммуникативной ситуации мы избрали получение информации о лингвокультурных особенностях делового общения в США на примере конкретных ситуаций или отношения к определённым концептам и их сопоставление с аналогичными понятиями и ситуациями в русскоязычной деловой сфере.

Для достижения указанной цели мы выбрали формат интервью, который в свою очередь помог нам определиться с применяемыми стратегиями делового поведения и межкультурного делового общения. Наиболее уместной стратегией делового поведения в данном формате и ситуации является стратегия «Сотрудничества», т. к. между сторонами изначально отсутствует конфликт интересов и ими преследуется общая цель. В качестве стратегии межкультурного делового общения нами была

применена «Оценка», т. к. она подразумевает под собой открытое обсуждение, дискуссию.

Так как интервью проходило с представителем другой лингвокультуры – американской, мы заранее продумали какие трудности и коммуникативные барьеры могли бы стать препятствием в процессе общения и постарались их предотвратить. Таким образом, чтобы избежать возникновения барьеров социально-культурных различий, мы подробно рассмотрели и проанализировали нормы поведения и этикета, принятые в американской лингвокультуре, что отражено в главе 2 нашей работы, а также изучили бэкграунд самого гостя и его биографию на сайте Михайловского театра (https://mikhailovsky.ru/en/theatre/company/first_artists_m/adrian_mitchell/), и на его персональном сайте (<http://www.adrianblakemitchell.com/>). Барьеры личностно-психологической природы нам удалось обойти с помощью заранее подготовленных и четко сформулированных вопросов, соблюдения грамматических и фонетических норм английского языка, соблюдения дистанции и выражения нашего благоприятного отношения к собеседнику.

Структура данной коммуникации соответствует общепринятой и состоит из трёх фаз.

Начальная фаза (приветствие, представление, обмен вводной информацией) соблюдена и ограничивается первыми двумя вопросами и ответами:

«Int.: Hello Mr. Mitchell! Thank you for coming today, it is a pleasure to see you. May I ask you to say a couple of words to introduce yourself?

A.: Hello everyone! Please, call me Adrian. I am 27 years old. I was born in Texas, but I was raised in Los Angeles, and I have been in Russia for 7 years.

Int.: Could you tell us why you decided to move to Russia?

A.: I moved here to study; I was invited to the Vaganova Ballet Academy....
etc.».

В данном примере наглядно прослеживается демократизм американской лингвокультуры, проявляющийся в переходе на первое имя практически сразу же после представления: «Please call me Adrian».

Основная фаза (взаимный анализ выходных и промежуточных предложений, поиск согласованных решений, определения перспектив общения) соблюдена и представляет собой основной объем нашей беседы, поэтому мы не будем дублировать текст в данном примере.

Завершающая фаза (подведение итогов контакта, выход из общения) соблюдена и ограничивается двумя последними вопросами и ответами:

«Int.: To sum up, maybe you could tell us about something that have changed in Russia within these 7 years of your stay here?

A.: The one thing I have noticed which is getting better is that people are becoming more polite.... (etc.).

Int.: Thank you so much Adrian for this interview and for your time! It was a pleasure to meet you and to talk about all these important things! I really enjoyed our conversation and hope it was interesting for you as well!

A.: Of course! No problem! Thank you for having me. It was an interesting conversation and I hope that I gave you some useful information which you could use in your work».

Переход в завершающую фазу в данном случае был произведен с помощью одной из характерных для американской лингвокультуры фраз-маркеров: «to sum up».

Помимо этого, продемонстрирована благодарность за общение, также характерная для коммуникации в данной культуре: «Thank you for having me. It was an interesting conversation...», «Thank you so much Adrian for this interview and for your time!».

В качестве тактик, с помощью которых осуществлялось наше общение, мы использовали:

- взаимодействие

- бесконфликтность
- вариативность
- идейность

Эти тактики рассмотрены нами подробно в параграфе 1.4 данной работы. Они во многом основываются на максимах кооперации П. Г. Грайса и вежливости Д. Лича, изученные в параграфе 1.3, которыми мы также руководствовались в процессе построения коммуникации. Например, для выражения

- одобрения: «Yes, we are completely agreed with what you are saying»;
- симпатии: «...you are running your own charity project, which I find amazing»;
- согласия: «How convenient, seems like we could use it here!».

Для поддержания диалога, развития беседы и эффективного контроля над её содержанием нами были применены следующие коммуникативные техники, также рассмотренные нами в параграфе 1.4.:

1. Для передачи инициативы собеседнику, управления ходом беседы, поддержания разговора, при составлении вопросов мы использовали технику «Эхо»:

- «You have mentioned a particularly important thing – the time».
- «...since we are talking about appropriate and inappropriate things within the working place...» etc.

2. С целью уточнения понимания содержания высказывания нами применялась техника «Парафраз»:

- «According to you, it seems like Americans have strict personal boundaries, and Russians on a contrary tend to cross them».

— «So, for now we must learn how to deal with the older generation and maybe slowly but surely try to move the situation to the compromising position».

3. Для развития хода беседы мы задавали развивающие вопросы (предположения о невысказанном):

— «Maybe you could tell us about something that have changed in Russia within these 7 years of your stay here? »

— «Why do you think it is happening this way in Russia? »

— «And do you think it could be changed one day? »

4. Для уточнения фактов и тезисов мы использовали наводящие, уточняющие вопросы:

— «Is it appropriate to use humour in the context of business communication? »

— «Is it true that people in Russia and people in America usually value and feel the time differently? »

По стилистическому оформлению и выбору языковых средств данный текст тяготеет к полуофициальному, что вполне допускается в рамках формата интервью. На это указывает несколько представленных ниже маркеров:

1. Наличие в речи собеседника фразовых глаголов: «open up», «anything comes up», «get away». Во второй главе нашей работы мы упоминали, что использование фразовых глаголов не поощряется в официальном стиле общения в англоязычных лингвокультурах.

2. Обилие в речи вводных слов, фразеологизмов, примеров, наречий и прилагательных придающих тексту логическую связность и эмоциональность и передающие личное отношение собеседника к обсуждаемому вопросу: «I think», «really», «person in front of the room», «obviously», «set in stone», «this is not an open question», «I find it upsetting», «I love», «for example», «hopefully» etc.

С другой стороны, на принадлежность к официальному стилю указывает:

1. Использование сложных предложений и грамматических конструкций в т. ч. причастных оборотов: «I was invited», «you can be charged a full price» и т. д.

2. При составлении вопросов используется максимально вежливая и полная форма: «Maybe you could tell us about something that have changed in Russia within these 7 years of your stay here?»; «May I ask you to say a couple of words to introduce yourself ? » и т. д.

3. Использование в речи специфических названий движений, организаций: «MeToo movements», «Checks and Balances», «Human Resources» и т. д.

Также хотелось бы отметить, что коммуникативный процесс происходил строго вокруг заданной темы, без излишних отступлений и переключений. Это обусловлено с одной стороны основательной подготовкой к коммуникативному процессу, а с другой – моноактивностью американской лингвокультуры.

Оба участника коммуникации были вежливы, соблюдали принцип кооперации и проявляли уважение и интерес друг к другу. Тема разговора была выдержана и раскрыта. На наш взгляд результат коммуникации можно считать успешным, т. к. в процессе интервью нам с одной стороны удалось применить на практике обширную теоретическую базу нашего исследования, а с другой – раскрыть интересные особенности делового общения в США на примере конкретных ситуаций или отношения к определённым концептам и сопоставить их с аналогичными понятиями и ситуациями в русскоязычной деловой сфере. Таким образом основная цель коммуникации была достигнута.

3.2 Педагогическая и научная апробация работы

В предыдущем параграфе мы применили результаты нашего исследования для воссоздания ситуации межкультурной деловой

коммуникации в формате интервью. В данном параграфе мы предлагаем рассмотреть способы применения полученных результатов в сфере педагогической и научной деятельности.

Изначально перед нами стояло несколько конкретных задач, требовавших практического решения:

1. С позиции эксперта в области делового английского языка и методов его преподавания в МФПУ Синергия по направлению «Продюсирование», подготовить и провести фрагмент урока (20–30 минут) - мастер-класс «Деловой этикет в разных странах. Особенности английского делового этикета», используя современные методы в работе в т. ч. с помощью информационно-поисковых, экспертных систем.

2. С позиции преподавателя-исследователя МФПУ Синергия по направлению «Продюсирование», разработать план урока - Деловая игра подготовка протокола проведения «Международного театрального фестиваля сказок». Разработать комплект дидактических материалов для проведения деловой игры: используя современные технологии когнитивного и формального моделирования, в том числе национальные и параллельные корпусы делового английского https://ebrary.net/75243/business_finance/corpora_business_language, создать тестовый тренажер для изучения вокабуляра по выбранной теме. При поиске информации и языкового контента для материалов, использовать экспертные системы и системы представления знаний в области бизнес коммуникаций <https://sfcollege.libguides.com/international-business-etiquette> .

3. С позиции преподавателя-исследователя МФПУ Синергия по направлению «Продюсирование» провести фрагмент урока - Деловая игра подготовка протокола проведения «Международного театрального фестиваля сказок», основанный на навыках межкультурной коммуникации и перевода.

4. С позиции преподавателя ВУЗа подготовить научную статью, а также презентацию теме «Деловой этикет в разных странах: Лингвистический анализ текстов официально-делового стиля», которые бы подходили под

современные стандарты оформления, для выступления на конференции.

Опираясь на полученный теоретический опыт и результаты нашего исследования мы подошли к решению вышеперечисленных задач следующим образом:

1. С позиции эксперта в области делового английского языка и методов его преподавания в МФПУ Синергия по направлению «Продюсирование», нами был проведен фрагмент занятия - мастер-класса «Деловой этикет в разных странах. Особенности английского делового этикета».

Урок был проведён в группе звукорежиссёров. На занятии были использованы информационно-коммуникативные технологии. (ИКТ). В формате презентации были нами показаны познавательные видео о правила поведения в Великобритании и Америке. В процессе проведения урока были достигнуты навыки коммуникативной компетенции, делового этикета и общения. В конце урока была проведена беседа со студентами в формате вопрос-ответ. Поставленная цель была достигнута. С материалами данного урока можно ознакомиться по ссылке:

https://drive.google.com/file/d/1hoatR3_yaQupAI9WhI3zqU8PyHMFd9mi/view?usp=drivesdk

2. С позиции преподавателя-исследователя МФПУ Синергия по направлению «Продюсирование», нами был разработан дидактический материал для проведения деловой игры на тему «Деловой этикет в английской и американской лингвокультуре».

Урок был проведён в группе звукорежиссёров. В ходе урока нами были использованы презентация с примерами, познавательные видео, таблицы с объяснениями на русском и английском языках, также был использован метод интеракции со студентами. На этом занятии мы рассказали о деловом этикете Британии и Америки также об этикете внешнего вида. Урок был познавательным. Цель была достигнута. Студентами был получен комплекс знаний и представлений о национально-культурных особенностях и реалиях

страны изучаемого языка. В конце занятия в качестве домашнего задания нами был предложен тестовый тренажер для изучения вокабуляра по выбранной теме. С материалом можно ознакомиться по ссылке: <https://forms.gle/Rdc9L26CVuWy96ZP8> , либо в приложении 2 данной работы.

3. С позиции преподавателя иностранного языка в МФПУ Синергия по направлению «Продюсирование», нами был проведён урок, основанный на навыках межкультурной коммуникации и перевода. Согласно плану урока, нам необходимо было провести фрагмент урока - Деловая игра подготовка протокола проведения «Международного театрального фестиваля сказок».

Темой дидактической игры послужила «Деловой этикет: правила поведения в ситуации делового общения в Британии и Америке», а в качестве формы игры был выбран кроссворд. Мы разделили студентов на 2 группы, первая группа - Британцы (British), а вторая группа - Американцы (Americans) и выделили им 7 минут на решение кроссворда. Несмотря на то, что вопросы были составлены на английском языке, студенты хорошо справились с предложенной задачей. Данное занятие поспособствовало повышению навыков коммуникативной компетенции, делового этикета, правила поведения и минимум этикетно-узуальных форм речи для общения в различных сферах и ситуациях. С материалом кроссворда можно ознакомиться по ссылке: <https://drive.google.com/file/d/1iWuMxaMPYV0QzoGTQ82pdpdTZizQeRyK/view?usp=drivesdk> , или в приложении 3.

4. С позиции преподавателя ВУЗа, в рамках выбранного направления «Деловой этикет в разных странах: Лингвистический анализ текстов официально-делового стиля» мы подготовили научные статьи на темы: «Использование современных педагогических технологий для обучению иностранному языку в вузе» и «Business etiquette: rules of conduct in Britain and America» (Деловой этикет: правила поведения в Британии и Америке), а также презентации для выступления на международных конференциях.

Первая статья - «Использование современных педагогических технологий для обучения иностранному языку в вузе» была представлена нами на XIV Международном научном конгрессе «Роль бизнеса в трансформации общества – 2021» в рамках направления «Инновационные технологии преподавания иностранных языков».

С материалами, использовавшимися на конференции, можно ознакомиться по данным ссылкам:

— Ссылка для просмотра статьи «Использование современных педагогических технологий для обучению иностранному языку в вузе»: https://drive.google.com/file/d/104gqjL8dwgUsQd3IaUQ0IWPnAs_SyRp/view?usp=drivesdk

— Ссылка для просмотра презентации на тему «Использование современных педагогических технологий для обучению иностранному языку в вузе»:

<https://drive.google.com/file/d/104hMUPCIy12pvmCjzxrVpGeVzOtz1tcm/view?usp=drivesdk>

Со вторым докладом - «Business etiquette: rules of conduct in Britain and America» (Деловой этикет: правила поведения в Британии и Америке) мы успешно выступили на международной конференции «Saint Petersburg English Language Teachers Association 39th Conference of Spelta online and offline», проходившей на английском языке.

С материалами, использовавшимися на конференции, можно ознакомиться по данным ссылкам:

— Ссылка для просмотра статьи «Business etiquette: rules of conduct in Britain and America»: <https://drive.google.com/file/d/105-Zl4qrZgd2cMN6JXnAmbuzSHKbqfKi/view?usp=drivesdk>

— Ссылка для просмотра презентации на английском языке на тему «Business etiquette: rules of conduct in Britain and America»: <https://drive.google.com/file/d/10C1aJcSyg9NI1Gkg2mvQAYFfjPw4AC0U/view?usp=drivesdk>.

Оба доклада были приняты хорошо и вызвали большой интерес у аудитории. Сертификат о выступлении на конгрессе представлен в приложении 4 нашей работы.

Выводы по главе 3

Благодаря результатам исследования, проведённого и описанного нами в предыдущих главах, нам удалось осуществить практическую апробацию нашей работы в нескольких направлениях. С одной стороны, мы использовали нашу обширную теоретическую базу для воспроизведения ситуации межкультурной деловой коммуникации в сфере искусства в формате интервью и дальнейшего анализа полученной информации. С другой стороны, нам удалось включить выводы из нашего исследования в контекст образовательной программы «Продюсирование» в университете СИНЕРГИЯ, провести мастер-класс и небольшую дидактическую игру и выступить на двух международных конференциях с научными докладами по данной теме.

Проведение интервью с представителем американской лигвокультуры позволило сделать нам вывод о том, что теоретическая составляющая работы, может быть использована, на разных уровнях межкультурной деловой коммуникации:

1. Предкоммуникативном - подготовительном (сбор информации, составление плана коммуникативного акта, предупреждение коммуникативных барьеров, определение состава языковой личности собеседника, определение коммуникативной стратегии и т. д.)

2. Коммуникативном – непосредственно процесс активной коммуникации (обмен информацией на вербальном и невербальном уровнях, реализация деловых интересов с помощью таких средств как корректная стилевая окраска речи, следование этическим максима́м кооперации Г. П. Грайса и максима́м вежливости Д. Лича, учёт, выявленных на этапе подготовки межнациональных различий, корректное использование стратегий и техник межкультурного делового общения и делового поведения)

3. Посткоммуникативном – анализ проведённой коммуникации.

В рамках педагогической апробации нам удалось применить полученные результаты для создания методических и дидактических материалов с целью дальнейшей презентации их студентам различных вузов и направлений.

Проведённые мастер-классы с использованием информационно-коммуникативных технологий (ИКТ), показали хорошие результаты относительно усвояемости преподаваемого материала. Студенты были вовлечены в процесс от начала и до конца занятий, легко усвоили теоретическую часть блока и, следовательно, вполне успешно справились с предложенными практическими заданиями, что свидетельствует о достижении изначально поставленных перед нами практических задач.

В рамках научной апробации мы представили результаты нашего исследования в форме доклада на двух международных конференциях. Доклады были приняты хорошо и вызвали интерес у аудитории, что подтверждает актуальность выбранной нами темы и необходимость проведения дальнейших исследований в данной области.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире процессы межкультурной деловой коммуникации обладают особым статусом и приоритетом и соответственно требуют к себе пристального внимания и непрерывного изучения. Это связано с тем, что в данной сфере происходит постоянное развитие, обусловленное внутренней подвижностью мировых культур.

В ходе нашей работы, в соответствии с поставленными во введении задачами мы:

1. исследовали значение языка и культуры в рамках международного делового взаимодействия и дали данным понятиям адекватные определения;
2. установили лингвистическую специфику делового общения;
3. определили особенности делового этикета в рамках национального речевого поведения;
4. рассмотрели стратегии успеха межкультурного официально-делового общения;

Это позволило нам выделить 5 основных компонентов, составляющих основу процесса межкультурной деловой коммуникации, и являющихся залогом успешности в достижении поставленной цели. Мы сформулировали их следующим образом:

- выбор корректной стилевой окраски речи;
- следование этическим максимам кооперации Г. П. Грайса;
- соблюдение этических максим вежливости Д. Лича;
- учёт межнациональных различий в процессе построения деловой коммуникации;
- корректное использование стратегий и техник межкультурного делового общения и делового поведения для эффективного достижения целей.

Однако, важно уточнить, что неизбежно возникающие в процессе межкультурной коммуникации барьеры общения могут быть устранены только с посредством глубокого и методичного изучения национально-

культурной специфики, партнёров по общению, а также соблюдение норм международного делового этикета, которым руководствуются партнеры при установлении, развитии и поддержании международных деловых отношений. В связи с этим мы уделили особое внимание понятию языковой личности и влиянию на него национального компонента на примере русской, английской и американской лингвокультур. Результатом нашего анализа стало сопоставление основных понятий и факторов, оказывающих непосредственное влияние на процесс построения деловой коммуникации в перечисленных странах, и сравнили степень значения, приоритет и уровень развитости того или иного понятия для каждой из данных лингвокультур.

Также в результате анализа мы сделали вывод о том, что, применительно к сфере деловой коммуникации особенности языковой личности проявляются на вербально-семантическом уровне. Коммуникация осуществляется с помощью лексики «делового общения», которая включает различные национальные аспекты языка. Владение лексикой делового общения, то есть специальными речевыми стереотипами профессионального взаимодействия, его сигналами на этом уровне, способствует адекватному формированию этапов делового общения и связанной с ними текстовой деятельности.

Все вышесказанное позволило нам создать и проанализировать ситуацию межкультурного делового общения в сфере культуры, а также провести апробацию результатов исследования с научной и педагогической точек зрения. Это обосновывает практическую значимость нашей работы.

Подводя итоги, хотелось бы подчеркнуть, что необходимость изучения особенностей других культур является значимой потребностью времени. От знаний культурных норм и правил напрямую зависит качество диалога. В этой связи представляется важным продолжить исследования по данной тематике, так как вопросы культурной идентификации становятся все более актуальными и даже болезненными. Продуктивное международное партнерство без знаний делового этикета и понимания национальных

особенностей языковой личности стало почти невозможным. В эпоху политкорректности и повышенного внимания к суверенитетам, соблюдение норм и принципов делового этикета может предотвратить множество конфликтов и стать залогом успеха делового партнерства.

В то же время, нужно подчеркнуть, что многочисленные стереотипы национальных характеров и культурные мифы не могут являться достоверным источником информации, поэтому проведенный экспертный анализ, основанный на языковом материале и экспериментальных данных, позволяет представить объективную картину развития и функционирования этикетных норм и правил как в разных культурных кодах и системах, так и на уровне межкультурной и межязыковой деловой коммуникации

Таким образом, все поставленные во введении задачи были выполнены, а цель работы достигнута.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абросимова, Е. Б. О деловом этикете и не только... / Е. Б. Абросимова, В. И. Соболев. — Н. Новгород: Деком, 2013. 588 с.
2. Арсентьева, И. И. Деловой этикет в России / И. И. Арсентьева // Читинский государственный университет, 2006. №1. С. 108–114.
3. Арутюнова, Н. Д. Русский язык / Н. Д. Арутюнова, Г. В. Степанов. — М., 1979, с. 410.
4. Бальян, А. М. Лингвокультурные особенности англоговорящей языковой личности / А. М. Бальян, С. А. Кушу, Е. Ю. Задорожная // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение, 2017. С. 49–56.
5. Батура, К. А. Английский и американский деловой этикет. сходство и различие/ К. А. Батура, В. Ю. Еромасова // Сибирский федеральный университет, 2012. С. 45–49.
6. Бент, А. Г. «Недуг, которого причину давно бы отыскать пора»: английский сплин, юмор и чудачество как выражение национальной ментальности /А. Г. Бент // Вестник Челябинского госуниверситета. 2011. Вып. 51. С. 5–10.
7. Борисов, В. К. Этика деловых отношений: учебник /В. К. Борисов, Е. М. Панина, М. И. Панов и др. — М.: Форум, 2019. 176 с.
8. Вайсгербер, Й. Л. Родной язык и формирование духа: Пер. с нем. 2-е изд., испр. и доп./ Й. Л. Вайсбергер — М.: Едиториал УРСС, 2004. 232 с.
9. Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. Язык и культура. М., 1990, с. 26.
10. Виноградов, В. В. Избранные труды: О языке художественной прозы./ В. В. Виноградов — М.: Наука, 1980. 366 с.
11. Воробьёв, В. В. Лингвокультурология Текст. / В. В. Воробьёв — М.: Издательство РУДН, 1997. - 340 с.

12. Гатауллина, Э. В. Модель поведения в переговорах русского человека // Молодой ученый. 2016. № 7.5 (111.5). С. 83–86 // Электронный ресурс - режим просмотра - <https://moluch.ru/archive/111/28156/>
13. Грибов, В. Д. Менеджмент: учебное пособие. / В. Д. Грибов — М.: КНОРУС, 2015. 280 с.
14. Григорьева-Голубева, В. А. Становление гуманистических ценностей педагога (в аспекте языковой личности): дис. ... д-ра пед. наук / В. А. Григорьева-Голубева. — СПб., 2002. 493 с.
15. Гумбольдт, В, Избранные труды по языкознанию. / В. Гумбольдт — М.: Прогресс, 1984. 397 с.
16. Данилова, С. В. Деловые переговоры как основная форма деловой коммуникации / С. В. Данилова — Электронный ресурс - режим просмотра - <https://moluch.ru/conf/phil/archive/178/9733/>
17. Деррида, Ж. О почтовой открытке от Сократа до Фрейда и не только / пер, с фр. Г.А. Михалкович. — Минск: Современный литератор, 1999. 832 с.
18. Дзялошинский, И. М., Пильгун М.А. Качественные характеристики личности в межкультурной бизнес-среде. Проблемы теории и практики управления. / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун —2013. № 11. С. 113–122.
19. Евтюгина, А. А. Дискуссионно-жанровый подход в коммуникативном образовании / А. А. Евтюгина // Социокультурное пространство России: общество, образование, язык: сборник научных трудов. — Екатеринбург: Ажур, 2012. 136 с.
20. Загоровская О. В. Положение русского языка в России начала XXI века и актуальные проблемы языкового образования/ О.В.Загоровская// Современная языковая ситуация и совершенствование подготовки учителей-словесников: материалы VIII Международной научно-методической конференции. — Воронеж: Научная книга, 2010. С.3-9.
21. Зайнуллин, М. В. Языковая личность и национальный менталитет /М. В. Зайнуллин // Проблемы востоковедения. 2015. № 3. С. 73–78.

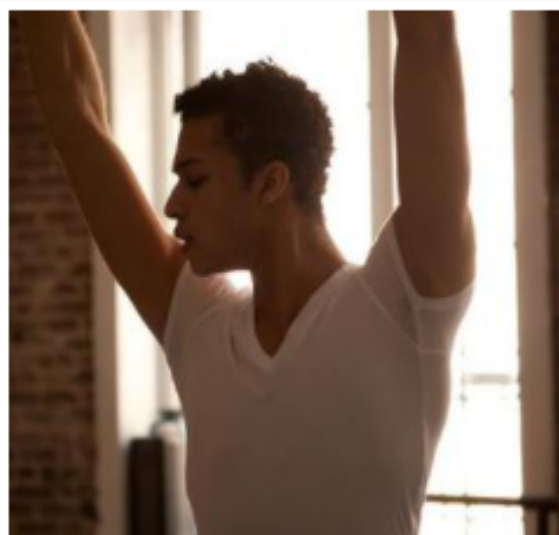
22. Зеленкова, И. Л. Основы этики: Учеб. Пособие. /И. Л. Зеленкова – Минск: Тетрасистемс, 1998. 496 с.
23. Капкан, М. В. Деловой этикет: учебное пособие / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2017. 168 с.
24. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты. / В. И. Карасик — Волгоград: Перемена, 2002. 476 с.
25. Карасик, В. И. Речевая индикация социального статуса человека / В. И. Карасик // Эссе о социальной власти языка. — Воронеж, 2001. С. 37–56.
26. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. 2-е изд., стереотип. / Ю. Н. Караулов — М.: Едиториал УРСС, 2014. 264 с.
27. Кожемякин, Е. А. Культурологический анализ дискурсивной практики личности в межкультурных коммуникациях: дис. ... канд. филос. наук. / Е. А. Кожемякин — Белгород, 2001. 167 с.
28. Леонов, Н. И. Психология делового общения: уч. пособие. / Н. И. Леонов — М.: Издательство Московского психолого-социального института, 2005. 256 с.
29. Леонтович, О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: монография. / О. А. Леонтович — Волгоград: Перемена, 2005. 352 с.
30. Малюга, Е. Н. К вопросу о языке деловых переговоров как жанре межкультурной деловой коммуникации / Е. Н. Малюга // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика, 2009. №3 С. 52–60.
31. Менеджмент в торговле: учебное пособие / Г. А. Короленок. Минск: БГЭУ, 2017. 269 с.
32. Михельсон, С. В. Кросс-культурная этика России, Китая и США. / С. В. Михельсон // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. Журнал теоретических и прикладных исследований. 2016. № 34. С. 193–203.

33. Михельсон, С. В. Память культуры в языке деловых коммуникаций / С. В. Михельсон // Вестник КрасГАУ, 2013. №10. С. 282–285.
34. Прохоцкая, С. А. Взаимосвязь языка и культуры / С. А. Прохоцкая // Риторика в системе коммуникативных дисциплин: сборник научных трудов: материалы IX Международной научно-методической конференции / Санкт-Петербургский горный институт им. Г. В. Плеханова. СПб., 2005. С. 160–162.
35. Речевой этикет в деловом общении / Электронный ресурс - режим просмотра - <https://www.sekretariat.ru/article/210937-qqq-17-m6-rechevoy-etiket>
36. Рябова, М. А. Национальный язык и культура как объекты лингвокультурологии / М. А. Рябова // Кемеровский государственный университет, 2010. С. 197–204.
37. Салихов, Г. Г. Глобализация современности и «революция сознания» / Г. Г. Салихов // Вестник Башкирского университета. 2012. Том 17. № 1. 667–672.
38. Санжина, Д. Д. Язык и культура / Д. Д. Санжина // Уч. зап. Забайк. гос.гум.-пед. ун-та. Серия филология, история, востоковед. 2012. №2 (43). С.208-213.
39. Сапожникова, Е. Э. / Е. Э. Сапожникова // Сопоставительный анализ национально-культурных особенностей языка делового общения: дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. 270 с.
40. Скаженик, Е. Н. Деловое общение: учебное пособие. / Е. Н. Скаженик — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. 190 с.
41. Слепушкина, Е. В. Фразеология русского и английского языков в зеркале национального менталитета (на материале концептов «предупреждение» и «угроза»): ав-тореф. дис. ... канд. филол. наук. / Е. В. Слепушкина — Пятигорск, 2009. 149 с.
42. Смирнов, Г. Н. Этика деловых отношений / Г. Н. Смирнов — Издательство: Проспект, 2013. 180 с.
43. Соловьев Э. Я. Современный этикет. Деловой и международный протокол / Э. Я. Соловьев. 7-е изд., перераб. и доп. — М.: Ось-89, 2007. 319 с.

44. Справочник по деловой переписке. М.: Мэрия Москвы, Научно-внедренческая фирма «Межрегионсервис», 1996. 250 с.
45. Тарасов, Е. Ф. К построению теории межкультурного общения Текст. / Е. Ф. Тарасов // Языковое сознание: формирование и функционирование. М.: ИЯ РАН, 1998. - С. 30–34.
46. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. /С. Г. Тер-Минасова — М.: Слово, 2000. 264 с.
47. Туганова, О. Э. Американское многообразие / О. Э. Туганова // Американский характер. Очерки культуры США. М.: Наука, 1991. 384 с.
48. Философский энциклопедический словарь / Ред. Л. Ф. Ильичев и др. — М., 1983. 840 с.
49. Шихирев, П. Н. Введение в российскую деловую культуру. / П. Н. Шихирев – М.: Новости, 2000. 208 с.
50. Шишкина, Т. С. Лингвистические особенности языка делового общения (английского) Linguistic peculiarities of Business English: учебное пособие / Электронный ресурс - режим просмотра - <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570897>
51. Шор, Р.О. Язык и общество. / Р. О. Шор — М.: КД Либроком, 2019. 152 с.
52. Штрекер, Н. Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие. / Н. Ю. Штрекер — М.: Юнити, 2018. 352 с.
53. Яранцев, Р. И. Русская фразеология: словарь-справочник, около 1500 фразеологизмов. /Р. И. Яранцев — М.: Русский язык, 1997. 846 с.
54. Яцук, Н. Д. Культура речи: практикум. / Н. Д. Яцук — М.: Флинта, 2016. 92 с.

Биография собеседника

About Adrian



Adrian Blake Mitchell, a recent graduate of the Vaganova Academy recently joined the Mikhailovsky Theatre. Trained primarily in New York City at Ellison Ballet, Mitchell joined the 273rd graduating class at the Academy of Russian Ballet named after Agrippina Vaganova. During this year he performed principal roles on the stage of Mariinsky Theatre. he also had his debut as Prince Albrecht in the ballet Giselle. At only 21 years of age, he performed this iconic role at the Rimsky-Korsakov opera house under the direction of Oleg Vinogradov. Vinogradov is the artistic director emeritus of the Mariinsky Theatre and longtime mentor of Mitchell.

During his time studying at Vaganova Adrian received many opportunities to perform on the stage of Mariinsky. He was the first African American student to be afforded these opportunities, as well as the first to graduate from the highest class in 2015. Established in 1738, The Vaganova Academy is considered the official training program for the Mariinsky Ballet Theatre, formerly known as the Kirov Ballet. The establishment offered Mitchell a spot in the highest class of the school. On the Stage of Mariinsky, Adrian danced a principal character role in the Ballet Laurencia, as well as a cavalier in the historic and original production of The Nutcracker. He also danced the role of Prince Sherri in Sleeping Beauty. In April 2015 Mitchell orginated the principal role in Max Sevagin's Elementarium on the new stage of the Mariinsky Theatre. He also worked with Russian Ballet stars Farouk Ruzhimatov, Yulia Makhalina and Nikolai Tsiskaridze on many roles in the Classical Repertoire including Swan Lake, Giselle, La Bayadere, and Scheherezade. Adrian began his serious ballet training quite late for a typical dancer - at the age of 12. That summer he attended Miami City Ballet's Summer Intensive on scholarship and recognized the level of work it would take to reach his dream. He dedicated the next 8 years to becoming an elite dancer. Adrian's talent has brought much attention by school directors, and he has been fortunate enough to receive scholarships from several prestigious ballet schools and summer programs to complete his training. In his early years these included NYC's School of American Ballet Summer Program, Bolshoi Ballet Academy, Miami City Ballet and The Harid Conservatory.

Тестовый тренажер для изучения вокабуляра по теме «Деловой этикет в английской и американской лингвокультуре»

Деловой этикет в Британии

* **Обязательно**

Электронная почта *

Ваш адрес эл. почты

Понятие слово «этикет» и в какой стране он появился?

5 баллов

Хорошие манеры и нормы поведения, появился в Британии
Правила и нормы, воспитанность, умение вести себя в обществе, появился во Франции
правила поведения в обществе, появился в Европе

В каком веке слово «этикет» стал общеупотребимым?

4 балла

в VII веке
в XVII веке
в XVIII веке

Какую черту характера ценят британцы?

5 баллов

Неаккуратность
Болтливость
Пунктуальность

Как принимают решения англичане?

4 балла

Медленно
Через несколько дней
Быстро

Какое правило надо соблюдать с английскими партнёрами?

4 балла

Делать всё быстро
Соблюдать формальности
Быть неадекватным

С каких тем начинаются разговоры с англичан?

4 балла

Политических тем - выборы, политика и т.д

Философские темы - даосизм, суфизм и т.д

Посторонних тем - погода, спорт и т.д

Во время переговоров с англичанами, какое слово лучше употреблять?

5 баллов

Англия

Великобритания

Фамильярный уровень вежливости характерен для общения...?

4 балла

В семейном и родст. кругу, между друзьями и приятелями

С коллегами и друзьями

С начальником и с семьёй

Укажите какой это дресс-код.

5 баллов



Black tie

Morning dress

White tie

Какой из этих костюмов относится к дресс-коду «Black Tie»?

5 баллов



- Вариант 1
- Вариант 2
- Вариант 3
- Вариант 4

Hiya! Howdy! Yo! G'day! - какое выражение приветствия?

5 баллов

- Жаргоны
- Арго
- Сленги

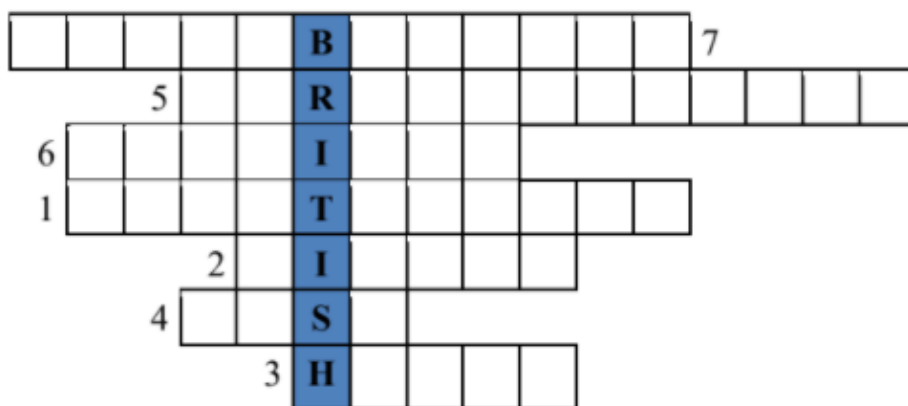
Приложение 3.

Дидактическая игра по теме «Деловой этикет: правила поведения в ситуации делового общения в Британии и Америке»

Чтобы закрепить материал студентов делим на 2 группы по 5–6 человек (если в группе много студентов). Далее они разгадают кроссворд. Первая группа — это Британцы, вторая группа Американцы.

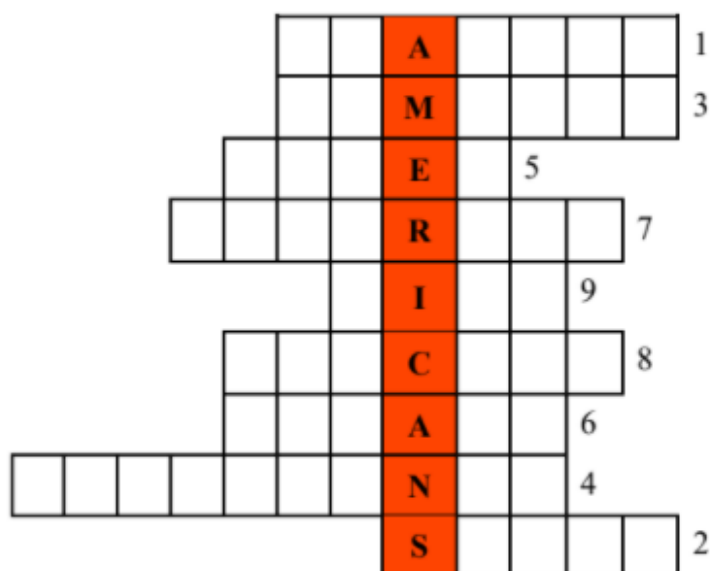
1. Кроссворд (British)

1. What is the main character trait that the British value?
2. In relation to a man, what kind of treatment is used with the last name?
3. Slang expression of greeting.
4. What kind of address is used for an unmarried girl?
5. What appreciate most about the English?
6. What did the British not like to show openly?
7. What word should never be confused during negotiations regarding the country?



2. Кроссворд (Americans)

1. In business communication, Americans adhere to 3 rules. Name the first one.
2. What do Americans do when they show politeness?
3. What do Americans love to do?
4. What is not accepted among Americans during the farewell?
5. What quality do Americans value in their partners?
6. What is not welcome during the conversation?
7. Unlike the British, what style of communication do Americans prefer?
8. In business, the most important thing for Americans is...?
9. What do Americans not understand well?



Сертификат о выступлении на конгрессе



Выпускная квалификационная работа –магистерская работа выполнена мной совершенно самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них. Выпускная квалификационная работа –магистерская работа прошла проверку на корректность заимствования в системе «Рукоконтекст».

Настоящим подтверждаю, что даю разрешение Университету «Синергия» на размещение полного текста моей выпускной квалификационной работы –магистерской работы, отзыва на мою выпускную квалификационную работу, рецензии (при наличии) в электронно-библиотечной системе Университета «Синергия».

Мансурова Мафтуна Абдурасуловна
ФИО



Подпись

«14» мая 2021 г.