

гражданской позиции и культуры поведения людей в рамках социума.

Список использованной литературы

1. Борисова, С.С. Персуазивные стратегии в аналитических жанрах медиатекста (на материале немецкого языка): дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / С.С. Борисова. Орел, 2016. 250 с.

2. Голоднов, А.В. Риторический метадискурс: основания прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации / А.В. Голоднов. СПб: Астерион, 2011. 343 с.

3. Каменева, В.А. Манипуляция и/или пропаганда? Функциональные особенности социальной рекламы / В.А. Каменева // Политическая лингвистика. Раздел 1. Теория политической лингвистики. 2013. № 2 (44). С. 35 – 39.

4. Мамедов, А.Н. Реализация основных коммуникативных стратегий и тактик в текстах печатной немецкоязычной рекламы / А.Н. Мамедов // Преподаватель XXI век. 2017. № 2, ч. 2. С. 389 – 400.

5. Марьянчик, В.А. Медиа-политический текст: сценарии, нормы, стереотипы: монография / В.А. Марьянчик. Архангельск: Поморский университет, 2011. 282 с.

6. Мещерякова, Н.В. Стилистические и прагмалингвистические особенности рекламных текстов социальной направленности (на материале текстов социальной рекламы на русском и немецком языках) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Н.В. Мещерякова. Москва, 2012. 243 с.

О. А. Козлова, А. Н. Чернякова

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ДЕЛОВОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ РУССКИХ, ФРАНЦУЗОВ И БРИТАНЦЕВ

Гомельский государственный технический университет
им. П. О. Сухого (г. Гомель, Беларусь)
e-mail: missfebr1977@mail.ru , zmeika5061@gmail.com

Рассмотрению подлежат особенности национального коммуникативного поведения русских, французов и британцев в профессионально-деловой сфере, включая вербальный и невербальный аспекты.

Ключевые слова: коммуникативное поведение; лингвокультура; национальный; деловой; общение; норма.

Различия, наблюдаемые в общении представителей разных лингвокультурных общностей, диктуют необходимость рассмотрения особенностей национального коммуникативного поведения носителей изучаемого иностранного языка. Этот вопрос становится особенно актуальным в условиях нехватки специалистов, обладающих такой иноязычной компетентностью, которая позволит с успехом осуществлять процесс профессиональной коммуникации, избегая ситуаций недопонимания и «культурного шока».

Целью нашего исследования явилось изучение некоторых особенностей коммуникативного поведения русских, французов и британцев в деловой сфере. Предметом выступили вербальный и невербальный аспекты коммуникации.

Под коммуникативным поведением того или иного народа (национальным КП) следует понимать совокупность норм и традиций общения определенной лингвокультурной общности [2, с. 11]. При этом, как показывает исследование, нормы КП французов, британцев и русских обладают существенной национально-культурной спецификой, знание которой оказывается ключевым, особенно в рамках профессиональной деятельности. Следовательно, изучение основ национального КП должно быть интегрировано в курс иностранного языка высших учебных заведений, особенно для студентов старших курсов.

При рассмотрении национальных особенностей КП французов следует отметить спор как неотъемлемую составляющую делового диалога. Доказательство истины, противостояние собеседнику не переходит в агрессию и не приводит к конфликтным ситуациям. То есть французы приветствуют так называемую «мягкую» критику. При желании выразить позицию несо-

гласия, достаточно сказать: “*Vous avez tort*” /*Вы не правы*/ или “*Je ne suis pas d’accord*” /*Я не согласен*/. В процессе спора и поиска истины ярко проявляется еще одна коммуникативная особенность французов – эмоциональность речи, дополняемая смехом и жестикულიацией. Последнее является признаком успешного общения, а также заинтересованности в обсуждаемом вопросе. Даже в деловой переписке французов можно встретить эмотивно-оценочную лексику (что не свойственно деловому письму на русском языке): *divinement* /*божественно*/, *parfaitement* /*прекрасно*/, *remarquable* /*замечательный*/ и др.

Британцы, напротив, не склонны к выражению эмоций, особенно в деловой культуре, где «эмоциональное» поведение считается крайне непрофессиональным. По мнению исследователя английской лингвокультурной традиции Т.В. Лариной «открытое проявление чувств, особенно негативных, считается свидетельством недостаточной зрелости, невоспитанности человека» [5, с. 65]. Англичан, в целом, отличает оптимистический взгляд на жизнь, они приветствуют позитивные формулировки, а неприятные вопросы выражают в дружеской форме [1, с. 251]. Таким образом, в случае с британцами спор – не самая лучшая тактика. Залогом эффективных переговоров с ними является дипломатичность, сдержанность и терпение. Британский партнер обычно выстраивает долгий, весьма обоснованный, ответ, демонстрируя тем самым такую национальную черту, как рассудительность и осторожность. В профессиональной, как и в бытовой, сфере, англичане четко следуют пословице “*Look before you leap*” /русский аналог – «семь раз отмерь, один раз отрежь»/.

Российскую тактику ведения переговоров отличает наличие длительных дискуссий. При этом в начале деловой встречи наша сторона занимает прочную позицию, характеризующуюся значительным завышением требований. Затем после дебатов и уступок происходит сближение позиций и налаживание диалога. Компромисс воспринимается русским человеком как проявление слабости, поэтому используется достаточно редко [3, с. 84].

Как ни парадоксально, но, по мнению французов, которые любят искать истину в споре, свойственный носителям русского языка тон разговора является слегка повышенным. Поэто-

му во время переговоров следует помнить: во Франции разговор на высоких тонах считается оскорбительным.

Подарок деловому партнеру, выступающий нормой в русской культуре, воспринимается британцами как дурной тон. Для жителей Туманного Альбиона сдержанная вербальная благодарность оказывается вполне достаточной. Напротив, во Франции в знак признательности за приглашение на деловой ужин принято преподносить подарки партнерам, но не в начале встречи, а после достижения некоторой договоренности. Поскольку французы трепетно относятся ко всему французскому, в качестве презента может выступить коньяк, ликер или конфеты производства Франции.

Сегодня многие культуры стали преемниками искусства “small talk” /непринужденный светский разговор/, зародившегося на Британских островах. В деловой среде данный прием помогает настроить собравшихся на нужный лад, служит вступлением к серьезным отношениям. Во Франции, как и Великобритании, сразу не переходят к сути вопроса, а в течение 10-15 минут ведут отвлеченные беседы на тему погоды, путешествий, новостей страны, курса доллара и пр. При этом не принято затрагивать личную жизнь и расспрашивать о семье, зарплате, планах на выходные, а также обсуждать вопросы политики и религии. В этом отношении русский человек склонен задавать более подробные вопросы, часто о близких родственниках, интересоваться настроением, самочувствием и т.д. Отличие изучаемых лингвокультурных традиций в данном случае заключается в том, что для русских важным оказывается содержание, англичане же и французы большое значение придают форме [4, с. 264–265].

Если говорить о коммуникативной дистанции, то у рассматриваемых наций существует значимая разница: зарубежные партнеры держатся дальше от собеседника, чего нельзя сказать о русских людях. Оптимальное расстояние между деловыми партнерами во Франции и Британии – полтора-два метра. Нарушение данных границ считается вторжением в личное пространство и может вызвать неприязнь и даже агрессию.

Несмотря на многочисленные особенности КП разных народов, существуют и общие черты, характеризующие дело-

вой этикет большинства стран мира. К ним можно отнести вежливость, пунктуальность, планирование, следование правилам протокола встречи. Так, британцы проводят деловые переговоры в строгом соответствии с разработанным планом: временным регламентом и означенными темами. Во Франции встречи делового характера планируются минимум за две недели до их проведения. Стоит отметить, что пунктуальность французы ценят так же, как и британцы, при этом для французов оптимальным является прибытие на мероприятие за 15 минут до оговоренного времени, у британцев – за 5 минут до начала встречи.

К нормам, совпадающим во французской и русской языковых культурах делового общения, относится разграничение употребления форм «ты» и «вы» (“tutoyer” или “vouvoyer”). Выбор между данными формами зависит от типа социальных отношений: горизонтальная разновидность КП – общение друзей и коллег, имеющих одинаковый профессиональный статус – предполагает обращение на «ты», при вертикальном типе – начальник/подчиненный – принято говорить «вы» [4, с. 35].

Рукопожатие как классическая норма делового этикета актуально для всех трех рассматриваемых нами культур, причем как в отношении мужчин, так и женщин. При знакомстве первым подает руку тот, кому представляют бизнес-партнера. Протянутая при встрече рука является символом дружеского расположения, внимания и уважения к собеседнику.

В заключение отметим, что проведенное нами сопоставительное изучение некоторых аспектов КП британцев, французов и русских свидетельствует о том, что каждая нация имеет свои этнокультурные особенности, которые отличают ее от одних народов и сближают с другими. По многим параметрам французское КП оказывается ближе к русскому, хотя есть ряд отдельных параметров, близких для всех задействованных в исследовании лингвокультур.

Список использованной литературы

1. Булахтин, М.А. «Загадочный Альбион»: о тонкостях переговорного поведения англичан / М.А. Булахтин // Вестн. Удм. ун-та. Социология. Политология. Международные отно-

шения. 2023. Т. 7, вып. 2. С. 248–261.

2. Верещагин, Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного: Методическое руководство / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. М., 1990. 256 с.

3. Гатауллина, Э.В. Модель поведения в переговорах русского человека / Э.В. Гатауллина // Молодой ученый. 2016. №7.5 (111.5). С. 83 – 86.

4. Гиляровская, Т.В. Культура общения по-французски / Т.В. Гиляровская // Русское и французское коммуникативное поведение: науч. издание. Вып.1. Воронеж, 2002. С. 34 – 36.

5. Ларина, Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций [Электронный ресурс] / Т.В. Ларина. М., 2009. Режим доступа: www.litres.ru. (дата обращения: 03.05.2025).

А.Ж. Кукубу

ЧИСЛО ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ В РУССКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ

Ивановский государственный политехнический университет
e-mail: koukoubou@mail.ru

В статье рассматривается вопрос о категории числа имен существительных в русском и французском языках. С целью установить сходства и различия в употреблении существительных в обоих языках с точки зрения числа. Также проводится сравнительный анализ для выявления схождения и расхождения в использовании языковых средств выражения категорий числа существительных в этих языках.

Ключевые слова: категория числа; существительное; единственное число имен существительных; множественное число имен существительных.

Категория числа имен существительных существует и в русском и во французском языках. В русском, как и во француз-