
НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ АРГУМЕНТАЦИИ В АРАБСКОМ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОМ СТИЛЕ ОБЩЕНИЯ

В.Э. Матвеевко

Кафедра русского языка и методики его преподавания
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье представлено описание особенностей вербальных и невербальных средств аргументации, принятых в арабском деловом стиле, изучены проблемы построения адекватного «диалога культур», подробное описание и объяснение которых помогут в общении специалистам по арабскому языку и культуре, дипломатам и бизнесменам в соответствии с правилами, принятыми в арабских странах. Внимание уделено изучению национально-культурных особенностей представителей арабской социокультуры и их отражение в официально-деловой сфере. Сформулированы факторы, влияющие на установление и развитие партнерских отношений с представителями арабских государств. Кратко описаны основные моральные ценности, культурно-национальные языковые и поведенческие нормы, знание которых способствует успешному ведению межкультурной коммуникации на уровне «Восток—Запад».

Ключевые слова: арабский деловой этикет, арабский мир, вербальное и невербальное общение, диалог культур, межкультурная коммуникация.

Межкультурная деловая коммуникация представляет особый социальный комплекс, который включает в себя различные формы взаимодействия представителей различных культур и национальностей. В связи с тем, что одной из основных тенденций развития современного мира становятся глобальные интеграционные процессы, возрастает роль изучения особенностей межкультурной коммуникации в таких сферах, как экономика, политика, культура, наука, образование. Участие в различных формах международного сотрудничества, необходимость политического взаимодействия, активное развитие транснациональных организаций требуют от участников делового общения глубоких знаний национальных, социально-культурных, религиозных, этнопсихологических особенностей своих партнеров. Следовательно, умение убеждать партнера независимо от его национально-культурной или религиозной принадлежности, достижение поставленной цели представляется неотъемлемым фактором успешности любой деловой встречи или переговоров. Важная роль отводится аргументации, которая подразумевает способ рассуждения, в процессе которого создается убеждение в истинности *тезиса* (ложности *антитезиса*) и обосновывается целесообразность его принятия (или отвержения). Как правило, аргументация имеет характер диалога, в котором аргументирующий не только обосновывает свою мысль, но и опровергает мысли, ей противоречащие, с целью сделать оппонента (и публику) своими единомышленниками, выработать у него стремление руководствоваться аргументируемым мнением. Владение основами правил аргументации в деловой сфере (административном аппарате, политике, экономике и т.д.) и адекватное их применение на практике является отличительным показателем профессиональной подготовленности участников

официальной беседы, встречи, переговоров и их соответствие высокому международному уровню. Следует отметить, что особенности аргументации, принятые в стране, неразрывно связаны с национально-культурными особенностями этого государства или — более масштабной единицы — региона (совокупности государств, объединенных общим языком, историческими путями развития, религией, традициями и обычаями). В исследовании теоретических и практических аспектов аргументации в деловой сфере определенной страны или региона представляется необходимым использование метода соизучения способов аргументации наряду с национально-культурными особенностями, принятыми в данном обществе. Существующие в каждой стране и у каждого народа традиции и обычаи общения и деловой этики преимущественно являются развивающимися и изменяемыми образованиями вследствие требований современного общества (американский и европейский деловые стили). При этом следует учитывать, что в современном мире существуют общества с более замкнутыми формами делового общения, правилами, ориентированными на традиционные уклады, одним из ярких примеров которых является арабское общество.

Арабским миром принято обобщенно называть арабские страны Ближнего Востока и Северной Африки, а также входящие в Лигу арабских государств и имеющие арабский язык в качестве одного из официальных страны Восточной Африки. Арабский мир состоит из 23 стран с совокупным населением около 345 миллионов человек и общей площадью приблизительно 13 миллионов квадратных километров, что делает его второй по площади после Российской Федерации геолингвистической единицей в мире. Как правило, население арабских стран принято считать мусульманским, но следует учитывать высокий процент арабов-христиан, проживающих в арабских государствах, занимающих определенный статус в политике и влияющих на важные общественные стороны жизни. Например, в Египте численность населения составляет 81 миллион человек, из которых 1 миллион — арабы-христиане; в Сирии проживают около 23 миллионов человек, из которых более 5 миллионов — христиане; в Ливане население составляет около 4 миллионов человек, более 2 миллионов христиан; в Иордании общее количество населения — 6,5 миллионов, из них христиане — около 150 тысяч человек; в Палестине население составляет более 3,5 миллионов человек, более 100 тысяч из которых христиане. Высокий процент христиан также проживает в Израиле и Ираке. Арабский мир условно делится на несколько регионов, в которых наблюдаются часто абсолютно не совпадающие особенности делового этикета: страны Персидского залива (арабы называют его Арабским, и эту языковую особенность следует учитывать при ведении диалога, так как название «Персидский залив» может обидеть арабского собеседника), страны Леванта (Иордания, Ливан, Сирия), Египет, Судан, Ливия, страны Магриба (Алжир, Марокко, Тунис). В каждой стране также существует специфика, связанная в первую очередь с этноконфессиональным составом населения (копты в Египте, негроидные народности в Судане, берберы в Магрибе, христиане в Ливане и т.п.). Особенности заключаются как в самобытности некоторых традиций, обычаев и менталитета, так и в языке.

Тем не менее в арабских странах большое значение придается исламским обычаям, считающимися арабскими традиционными, которых, как правило, придерживаются все арабы независимо от их принадлежности к религии. Рассмотрим некоторые особенности речевого (вербального) арабского делового этикета и поведенческие нормы (невербальные средства общения), принятые в арабском обществе, соблюдение которых обеспечит наиболее комфортные условия проведения диалога культур и достижение поставленной цели, а незнание или пренебрежение ими может повлечь негативные последствия вплоть до разрыва отношений на уровне государств и, как результат, к межгосударственным конфликтам.

1. Арабское приветствие (как частного, так и официального характера) представляет собой целый ритуал, оно сопровождается расспросами о здоровье, о делах, о семье. Речь арабского собеседника сопровождается частыми обращениями к Аллаху, упованием на его помощь в завершении предстоящих дел (это обычная формула вежливости).

2. Культурная дистанция между беседующими арабами обычно короче, чем принято у европейцев. Беседующие почти касаются друг друга, что свидетельствует о взаимном доверии, но строго соблюдается расстояние, основанное на гендерном различии. Первыми представляются мужчины, независимо от возраста и положения, — женщине; младшие по возрасту или служебному положению — старшим; один человек — группе. При обмене рукопожатиями следует помнить, что в соответствии с мусульманскими обычаями следует избегать протягивать руку женщине, если только она не подала свою руку первой, и уж тем более нельзя целовать женщине руку. Приветствовать полагается каждого из коллег. Для рукопожатия, как и вручения визитных карточек, документов и подарков, следует подавать только правую руку. Левая рука в исламских странах считается «нечистой» — представление о связи левой руки с неудачей, неблагополучием, несчастьем нашло свое отражение не только в устных преданиях, но и в священной для каждого мусульманина книге — Коране.

3. При первом знакомстве арабский собеседник выражает вам радушие и любезность, это часть традиции. Последующая беседа может проходить менее гладко. Арабские собеседники всячески избегают определенности, четких ответов «да» или «нет», чаще используется выражение «Иншалла» (русс. «Если Богу будет угодно»). Арабское понимание этикета запрещает собеседнику прибегать к прямолинейным ответам, быть категоричным, арабы во время беседы избегают также поспешности. Считается необходимым оставить возможность для последующих контактов. Отказ от сделки сопровождается оговорками, похвалами в пользу обсуждаемого предложения.

4. Возраст, опыт, положение в обществе, репутация являются самыми достоверными характеристиками бизнесмена. Никогда не стоит стесняться подчеркнуть собственный статус, указав на имеющийся титул или звание. Личные отношения — самая надежная гарантия устойчивого сотрудничества на Ближнем Востоке, построить такие отношения можно только при личной встрече. Общение по телефону и тем более по электронной почте ценится не очень высоко и не считается обязывающим. Следует помнить, что рабочая неделя в арабских странах традици-

онно начинается в воскресенье и заканчивается в четверг. Пятница и суббота — официальные дни отдыха.

5. Атмосфера взаимного доверия устанавливается в ходе долгого обмена приветствиями, дежурными фразами, расспросами о семье, здоровье, достижениях собеседника. В разговоре с арабскими партнерами рекомендуется положительно оценивать достопримечательностям, искусство, культуру, одежду, пищу, страну, традиции. Любой комплимент, кроме комплимента женщинам, воспринимается благосклонно. Арабское понимание этикета не предполагает прямолинейности и категоричности.

6. Твердые «да» или «нет» не входят в обязательный словарь арабов, наиболее часто используется выражение «Иншалла» — русск. «Бог даст», которым сопровождается любое обещание или соглашение. В процессе переговоров на первое место выходят не столько статистические выкладки или логические доводы, сколько умение убеждать, настойчивость и демонстрация того, что вы бы хотели иметь дело именно с этим партнером, — это предполагает уважение не только к своим интересам, но и интересам своего визави.

7. В мусульманском мире иностранец не может обращаться с вопросами или просьбами к женщине, это считается неприличным, все контакты, обсуждения возможны только с мужчинами. В целом, поскольку арабский мир далеко не однороден, существуют значительные различия в стилях делового общения у представителей разных арабских государств.

Итак, важно учитывать традиции и обычаи арабских партнеров по коммуникации для достижения максимально возможного взаимопонимания и построения полноценного диалога с максимальной защитой представляемых интересов и достижения в процессе его проведения поставленных целей. Изучение арабского речевого этикета также требует особенного внимания. Современные арабские авторы, описывающие нормы делового этикета, ориентируются преимущественно на западные источники по данной тематике, тем не менее наличие большого числа традиционных речевых норм и обсуждаемых тем в исконно арабском деловом стиле подтверждает, что их изучение является неотъемлемым знанием, сопутствующим установлению успешного диалога.

Особым уважением у арабов пользуется устное слово, умение говорить много и красноречиво. В арабском мире большую роль играет «мурувва» или система определенного традициями поведения, набор стандартных качеств, присущих арабскому мужчине. Тем не менее обман или преувеличение с арабской стороны при проведении диалога не осуждается, главное для араба — достижение цели любым способом. В результате анализа и обобщения лингвистических, социолингвистических и лингвострановедческих фактов А.А. Сканава, исследователь данной области, сделал следующие выводы:

«1) речевой этикет у арабов отражает систему нравственных ценностей, сформированную под влиянием этических и эстетических представлений бедуинского общества, а также духовного и идеологического воздействия ислама. Можно говорить о том, что основные отличительные черты арабского этикета сложились в результате наложения норм ислама на бедуинский кодекс чести;

2) каждой этикетной ситуации присущ свой набор клишированной лексики, которой оказывается достаточно для повседневного общения;

3) традиционной формулой приветствия является „'as-sala: mu 'aleykum“ — она универсальна, но употребляется только тогда, когда хотя бы один из коммуникантов является мусульманином. При встрече и знакомстве очередность представления, приветствия и рукопожатия определяется половозрастными и социальными признаками;

4) чем выше уровень и стиль общения, тем более сложные и удлиненные формулы вежливости следует употреблять, разговор с высокопоставленной персоной или коронованной особой потребует дополнительных эпитетов;

б) своеобразной формой функционирования этикетного общения является эпистолярная коммуникация. Для арабов принципиальным является указание в письме полного наименования должности адресата и его регалий, наличие ученой степени. Звание „доктор“ в арабском мире носят и кандидаты, и доктора наук в российском понимании.

7) в арабской графике существует несколько почерков, написание букв в которых значительно варьируется. Определенную трудность могут представлять диалектизмы, которые нужно уметь распознавать на письме» [3. С. 161].

Учитывая то, что в некоторых арабских странах проживает большое количество христиан, например, в Ливане, Сирии, Иордании, при приветствии можно ограничиться словом «Мерхаба!» («Здравствуйте!»), после этого надо расспросить о здоровье семьи, родителей и детей, пожелать им благополучия и процветания. Не следует ни при каких обстоятельствах спрашивать мужчину о здоровье его жены, потому как это считается грубым оскорблением для самолюбия арабского мужчины.

В заключение можно сделать вывод, что достижение всякого результата на арабском Востоке занимает значительное время. Знание этнических особенностей и ментальности арабского общества выполняет важную роль в установлении положительного и плодотворного межкультурного общения, обеспечивает достижение поставленной цели в минимально короткие временные рамки. Успешное деловое общение, получение желаемого результата — это не столько плод упорного труда, сколько плод счастливого стечения обстоятельств и профессиональное владение основами арабского делового этикета.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Ивин А.А.* Логика и теория аргументации: Элементарный курс: Учеб. пособие. — М.: Гардарики, 2008.
- [2] *Кузина Е.Б.* Лекции по теории аргументации. — М.: МГУ, 2007.
- [3] *Практическая психология для дипломатов: Учеб. пособие / Под ред. Р.Ф. Додельцева.* — М.: МГИМО: Университет, 2007.
- [4] *Сканави А.А.* Бизнес-этикет в арабских странах. — М.: КНОРУС, 2010.
- [5] *Сканави А.А.* Специфика арабского речевого этикета в сфере официально-деловой коммуникации: Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2005.
- [6] *Трухачев В.И.* Международные деловые переговоры / В.И. Трухачев, И.Н. Лякишева, К.Ю. Михайлова. — 3-е изд., перераб. — М.: Финансы и статистика, 2005.

NATIONAL AND CULTURAL PECULIARITIES OF VERBAL AND NON-VERBAL MEANS OF ARGUMENTATION IN ARAB OFFICIAL COMMUNICATION

V.E. Matveenko

Chair of the Russian language and methods of its teaching
Philological faculty
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia

The article is devoted to the peculiarities of verbal and non-verbal means of argumentation in Arab official communication. The problems of organizing “dialog of cultures” are also presented. We describe and explain some problems of “dialog of cultures” according to business official rules in the Arab world, which could help the specialists in Arab language and culture, diplomats and businessmen. National and cultural peculiarities of Arab society and culture and their role in official communication are described in the article. Factors which help to establish and develop partnership with the Arabs are described in thesis. The author pays attention to moral values, culture and traditional linguistic and behavioral rules that form successful intercultural communication “East—West”.

Key words: Arab official etiquette, Arab world, verbal and non-verbal communication, dialog of cultures, intercultural communication.