

Образовательное частное учреждение высшего образования
«Институт стран Востока»

Кафедра регионоведения и международных отношений

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

направление подготовки

41.03.01 «Зарубежное регионоведение» (уровень бакалавриата)

На тему: «Различия между современным российским и арабским бизнес-этикетом»

Выполнила студентка: Бобылева Дарья Матвеевна

Научный руководитель работы: Казакова Людмила Федоровна

Преподаватель, кандидат филологических наук

Работа допущена к защите

« ____ » _____ 201_ г.

Зав. кафедрой _____
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ РАЗЛИЧИЙ МЕЖДУ РОССИЙСКИМ И АРАБСКИМ БИЗНЕС-ЭТИКЕТОМ.....	10
1.1 История развития экономических и торговых связей между Россией и арабскими странами.....	10
1.2. Основные различия между западной и восточной ментальностями как фактор, обуславливающий изучение российского и арабского бизнес- этикета.....	16
1.3 Средства невербальной коммуникации и их интерпретация в современном российском и арабском бизнес-этикете.....	24
ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ РАЗЛИЧИЙ МЕЖДУ РОССИЙСКИМ И АРАБСКИМ БИЗНЕС-ЭТИКЕТОМ.....	34
2.1 Различия в современных бизнес-культурах России и стран арабского мира.....	34
2.2 Преодоление трудностей в процессе межкультурной коммуникации между русскими и арабскими партнерами.....	43
2.3 Современные тенденции бизнес-этикета и экономических связей между Россией и арабскими странами.....	48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	53
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	56
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	

ВВЕДЕНИЕ

Межкультурное бизнес-общение - один из важнейших аспектов современной межкультурной коммуникации, позволяющий достигать взаимопонимание между людьми, относящимся к разным культурам и, следовательно, имеющим разную реальную и языковую картину мира. По мере того как бизнес становится все более глобальным, необходимо обеспечить эффективную межкультурную коммуникацию между представителями разных культур, в частности, российской и арабской. Межкультурная коммуникация в бизнесе играет жизненно важную роль в построении деловых отношений между инокультурными партнёрами по бизнесу, и это требует специальных усилий для устранения коммуникативных препятствий в ходе делового общения и достижения эффективного взаимодействия.

Термин «межкультурная коммуникация» определяется А. П. Садохиным следующим образом: «Межкультурная коммуникация есть совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам». Согласно определению М. В. Колтуновой, деловое общение - это вид общения, которое подчинено решению определенной задачи (производственной, научной, коммерческой и т. д.) исходя из общих интересов и целей коммуникантов, это коммуникативная предметно-целевая и по преимуществу профессиональная деятельность в сфере социально-правовых и экономических отношений [17, С. 23].

Межкультурная коммуникация важна для успешного создания продукта или услуги в другой стране. Когда общение эффективно, то продукт или услуга надлежащим образом адаптированы к культурным нормам и ожиданиям, связанным с использованием или покупкой продукта. Неэффективная коммуникация может оскорбить, смутить или привести к непониманию, которое в свою очередь ведёт к разрушению отношений между межкультурными коммуникантами.

Одним из основных межкультурных барьеров в деловой коммуникации является язык, точнее, языковая картина мира - исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности. Доказано, что различные языки по-разному вербализуют представления об окружающей их действительности, создавая культурно-специфические языковые картины мира [9, С. 154]. Не каждый бизнес ведет дела на английском языке, в частности это касается арабских бизнесменов.

Другим барьером является культурная картина мира - совокупность ментальных конструкторов, концептов, отражающих осознанные и неосознанные коллективные знания на уровне сознания. Имеет языковую (вербальную) и невербальную репрезентацию [9, С. 153]. Каждая культура имеет свой собственный набор ценностей, включая предпочтения в речевом поведении коммуникантом в плане использования этикетных норм для эффективной коммуникации.. Незнание различий в ментальности стран, в которых работают бизнесмены, часто приводит к барьерам общения и делает коммуникацию мало- или неэффективной.

Для того, чтобы преодолеть барьеры общения, необходимо иметь представление о ментальных особенностях коммуникантов, нормах и обычаях их речевого поведения. Это знание является ключом к эффективному межкультурному деловому общению. Оно позволяет осознать различия между коммуникативными культурами и использовать их в процессе межкультурной коммуникации, что способствует установлению конструктивного диалога между бизнес-партнерами и достижению взаимопонимания как желательного исхода делового общения.

Актуальность темы исследования обусловливается важностью экономических связей с арабскими странами для России. Тем более, что

в последнее десятилетие отношения между Россией и странами Ближнего Востока происходят не только на уровне крупных экономических и торговых организаций, но и на уровне частных фирм и индивидуальных предпринимателей.

С учетом этого был сделан выбор темы исследования.

Источники информации. В качестве источников информации при выполнении выпускной квалификационной работы использована учебная и учебно-методическая литература, статьи из научно-практических изданий, сайты сети интернет.

Степень разработанности темы. Российская и арабская деловые культуры, а также обусловленная ими специфика бизнес-этикета России и арабских стран являлись предметом научных исследований российских учёных. Среди ранних исследований следует отметить пособие по официальной и частной переписке на арабском языке 1960-го года, автором которого является В. Э. Шагаль. В этом пособии автор знакомит читателя с официальной и частной перепиской, оформлением данных документов, спецификой перевода языковых клише, принятых в коммуникативной практике. Говоря о вербальном общении, нельзя не упомянуть краткий словарь экономических терминов на арабском языке 1996-го года издания, написанный К. О. Юнусовым. Эти книги полезны для специалистов по экономике и бизнес-терминологии арабского языка. В целом же специфика бизнес-этикета рассмотрена в работах таких отечественных исследователей, как:

А. А. Сканави, который является автором серии научных работ, подробно рассматривающих бизнес-этикет в арабских странах и его различные аспекты. Среди его книг очень полезна для нашего исследования работа «Бизнес-этикет в арабских странах» (2010 г.).

Вопросы влияния религии на формирование бизнес-этикета в арабских странах раскрывает в своей работе «Исламская этика бизнеса» Г. Нуруллина. В своем исследовании автор обращает внимание на

пробелы в отношении изучения этических ценностей исламской экономической доктрины, играющих определяющую роль в формировании хозяйственных отношений и ведения бизнеса в мусульманской среде.

Некоторые особенности арабского этикета рассматриваются в учебном пособии Солонициной А.А. «Профессиональная этика и этикет» и схожей с ним по содержанию обучающей литературе высших учебных заведений.

О бизнес-этикетe России имеются работы, описывающие его нынешнее состояние и включающие в себя практические рекомендации по использованию западной модели делового этикета. Среди таких работ выделим книгу Е. В. Баженовой «Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе». В ней автор раскрывает многочисленные тонкости поведения в деловом мире. В книге также показано, какие правила делового этикета незыблемы и требуют неукоснительного исполнения, какие можно смягчить или обойти; кроме того, автор рассматривает примеры сложных коммуникативных ситуаций и дает рекомендации по их недопущению.

Более подробно ознакомиться с правилами делового этикета и деловой этики можно в работах Л. Р. Фионовой и И. Н. Кузнецова. Например, в своем учебном пособии «Деловое общение. Деловой этикет» И. Н. Кузнецов справедливо уделяет внимание не только основным правилам и теоретическим положениям бизнес-этикета, но и проблемам служебного, дипломатического и национального этикетов.

В целом же необходимо заметить, что, несмотря на многочисленные исследования, посвященные рассмотрению различных аспектов данного вопроса, в настоящее время опубликовано немного научных работ по проблемам эффективности функционирования бизнес-этикета в России и арабских стран и рассмотрению особенностей межкультурной

коммуникации в контексте этих двух разных по своим коммуникативным особенностям культур.

В современной литературе о бизнес-этике пока отсутствуют обстоятельные научные исследования, из которых можно было бы узнать об особенностях российской и арабской деловой культуры в контексте их непосредственного сопоставления.

А между тем еще в 1989 году многие авторы, занимающиеся вопросами межкультурной коммуникации, были озадачены проблемой создания руководств для инокультурных участников речевого общения [40]. Таким образом, назрела необходимость научного осмысления данной проблемы и перспектив её дальнейшего развития.

Объект исследования: бизнес-этикет как важная составляющая эффективности экономических и торговых отношений в ходе делового общения российских и арабских бизнесменов.

Предмет исследования: сходства и различия современных российских и арабских ментальностей как регуляторов деловой этики и средства достижения взаимопонимания и преодоления коммуникативных барьеров в ходе делового общения между представителями российской и арабской культур.

Целью выпускной квалификационной работы является обстоятельное рассмотрение бизнес-этикета как важной части социальной жизни и культуры России и стран арабского мира, а также совершенствование методов, применяемых для повышения осведомленности сотрудников компаний в области межкультурной деловой коммуникации с целью достижения эффективного общения между ними.

Для достижения указанной цели мы поставили перед собой следующие **задачи:**

1 - изучить современную научную литературу по данной проблематике;

2 - проанализировать информацию о специфике ментальностей и особенностях коммуникативных культур России и арабских стран;

3 - определить методы и приемы преодоления трудностей, возникающих в ходе деловой коммуникации между представителями названных культур.

Для реализации поставленных задач мы использовали описательный, сопоставительный, классификационный и эмпирический **методы исследования**, а именно:

1. Изучение и анализ научной литературы по теме ВКР с целью сопоставления российского и арабского бизнес-этикета;

2. Изучение и обобщение современной практики использования бизнес-этикета в ходе делового общения между представителями российского и арабского бизнеса;

3. Классификация различий между российским и арабским бизнес-этикетом;

4. Интервьюирование представителя бизнес-среды с целью получения необходимой информации о бизнес-этикете России и арабских стран.

Научная новизна данной работы состоит в систематизации теоретических сведений и выявлении особенностей практического использования современного бизнес-этикета в ходе делового общения между российскими и арабскими партнерами.

Гипотеза исследования. Учитывая, что процесс межкультурной деловой коммуникации является сложной интеллектуальной и эмоциональной деятельностью, овладение которой предполагает знание не только языка, но и ментальности коммуникантов, можно предположить, что всегда будет существовать потребность в развитии и

совершенствовании используемых языковых средств в сфере межкультурной деловой коммуникации. В связи с этим целенаправленное совершенствование существующих учебных пособий по деловому общению будет способствовать преодолению коммуникативных барьеров межкультурного делового общения и достижению взаимопонимания между бизнес-партнерами.

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении представления о современных особенностях межкультурной коммуникации между российскими и арабскими партнерами по деловому общению для преодоления барьеров общения и достижения взаимопонимания.

Практическая значимость исследования заключается в выявлении современных различий между российским и арабским бизнес-этикетом и адаптации арабского бизнес-этикета под западную модель, а также в возможности применения полученных результатов при обучении и общении с деловыми партнерами из арабских стран.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ РАЗЛИЧИЙ

МЕЖДУ РОССИЙСКИМ И АРАБСКИМ БИЗНЕС-ЭТИКЕТОМ

1.1 История развития экономических и торговых связей между Россией и арабскими странами

В 21 веке контакты между Россией и арабскими странами увеличили свою частоту, и более двадцати арабских стран стали объектом интересов не только востоковедов и туристов, но и бизнесменов.

Однако так было не всегда. С начала 20 века арабские страны считались отсталыми и аграрными, что определялось феодальным укладом их хозяйствования и колонизацией. Основной фактор, который изменил их экономику - это Вторая мировая война и как следствие деколонизация арабского мира и провозглашение его независимости.

Следует отметить, что в результате таких изменений Восток и арабский регион в частности подвергся сильному влиянию со стороны Запада. Стали заметны социальные преобразования. Арабские страны заимствовали западную модель общественно-политической и экономической жизни, технологии, систему здравоохранения и т.п.. При столкновении старой многовековой культуры с более молодой неминуемо возникают противоречия и кризисы, но арабская культура сохранила свою самобытность, со временем вбирая в себя лучшее, что есть в западной культуре, но оставляя традиции и балансируя между традиционным и современным в экономике.

Говоря об истории развития экономических и торговых связей арабских стран и России, следует упомянуть, что советские специалисты - политологи, экономисты, культурологи и военные работали и воевали в ряде арабских стран и жили там десятилетиями. Путем контактов с советскими учеными арабские студенты обрели возможность получить

образование в Советском Союзе. В 70-е - 80-е года началась трудовая миграция из арабских стран не только в страны Европы и Америку, но и в Советский Союз. Такой способ ознакомления с западным миром имел свои преимущества - в конце 20 и в начале 21 века в арабских странах, и прежде всего в нефтедобывающих странах Персидского залива, началось активное строительство школ, больниц, электростанций, промышленных комплексов и т.п.. В арабских странах существенно выросла роль телекоммуникаций, они вносят свой вклад в создание глобального информационного общества, число лиц, получивших образование в период с 1970 по 1990 год, удвоилось, а в Саудовской Аравии увеличилось в восемь раз, в том числе резко возросло количество получивших образование и активно работающих женщин.

Подобная модернизация за последние годы внесла серьезные изменения в арабский мир. Среди них можно назвать значительный рост арабских студентов, получающих образование в других странах - в России в том числе, большое количество арабов, предпочитающих работать в российских и международных компаниях и наоборот, соразмерное количество россиян и представителей других стран, трудящихся в арабских странах и состоящих на должностях врачей, учителей, а также технических специалистов. Соответственно, все больше арабских фирм вовлекаются в международную торговлю.

Для арабских бизнесменов проблема состоит не в том, одобряют ли они такую модернизацию, а в том, готовы ли они ее принять и найти такие способы двигаться вперед, чтобы сохранить самобытность и традиции и в то же время с минимальными потерями подстроиться под современные концепции развития. Таким образом наша работа уделяет должное внимание арабским традициям, не умаляя того факта, что модернизация по европейскому образцу внесла свои коррективы в современное арабское общество [50, С. 22-37].

Политическое и экономическое влияние арабских стран в современном мире, существующем в эпоху глобализации, велико. С ростом востребованности нефти и нефтепродуктов в мировой экономике соответственно возростала и востребованность в связях с ближневосточными странами. Безусловно, до начала 20 века и обнаружения на территории арабских стран залежей нефти торговые связи между Востоком и Западом существовали, но их влияние на мировую экономику было не столь ощутимо. Благодаря тому, что спрос на нефть рос фактически весь 20 век, а крупнейшие месторождения нефти были обнаружены на Ближнем и Среднем Востоке, а затем и в Северной Африке, то есть преимущественно в ряде арабских стран, а наибольший спрос на нефть предъявляли индустриальные государства Западной Европы, а также США и Япония, экономика арабских стран получила значительный толчок в развитии.

После обретения независимости государствами Ближнего и Среднего Востока благодаря крушению колониальной системы в 50-60 годах они смогли установить контроль над природными ресурсами, вытеснить английские, французские, американские и другие нефтяные компании, часть которых была национализирована. Была создана ОПЕК - организация стран-экспортеров нефти, в которую входили Иран, Ирак, Кувейт, Саудовская Аравия и Венесуэла. В дальнейшем количество членов организации, преимущественно арабских государств, возросло. В 1970-е годы им удалось значительно поднять цены на мировом рынке, а с 1973 по 1981 год стоимость нефти была увеличена фактически в 20 раз, вследствие чего арабские страны стали играть доминирующую роль на мировом рынке нефти и заметную роль в мировой экономике.

В конце 1991 года после распада СССР из новых суверенных нефтедобывающих республик только Россия располагала необходимым морским и трубопроводным транспортом для продолжения экспорта нефти. Она установила контакты с ОПЕК приступив к более тесной

координации своей нефтяной политики с решениями этой организации [6]. В то же время с начала 1990-х годов усилилось арабо-израильское противостояние, в регионе вспыхнула первая в современной истории арабо-арабская война между Ираном и Ираком. Ирак совершил агрессию против Кувейта (из-за споров о нефтяных месторождениях), в которую поспешили вмешаться индустриальные государства Запада. Вследствие этих и других факторов в 90-е годы доля арабских государств в мировой торговле нефти существенно сократилась. Воздействие арабских стран на мировую экономику заметно снизилось.

Нехватка инвестиций из-за снижения нефтяных доходов вынудила арабские страны пересмотреть свою стратегию развития по ряду направлений [6].

Как следствие, арабские страны расширили экономическое взаимодействие с другими нефтеэкспортирующими государствами, включая Россию, которая с 1998 года является наблюдателем ОПЕК.

В 2000-е годы Россия возобновила торгово-экономические связи с арабскими странами. Основным направлением экономического сотрудничества России с арабскими странами является энергетическая сфера. По мнению многих экспертов, Россия является основным поставщиком вооружения и продукции двойного назначения в арабские страны.

В 2003 году для развития внешней экономики и ведения деловых переговоров была создана организация, получившая название «Российско-Арабский Деловой Совет». Она развивает торгово-экономические отношения между Россией и арабскими странами и оказывает содействие в установлении деловых контактов между предпринимателями. (Кстати, РАДС базируется в Москве).

Соглашение о создании РАДС было подписано Торгово-промышленной палатой Российской Федерации и Генеральным союзом

торговых палат, промышленности и сельского хозяйства арабских государств в 2002 году.

Основными видами деятельности Российско-Арабского делового совета являются: создание двусторонних деловых советов; организация встреч, заседаний, бизнес-форумов и круглых столов в России и арабских странах; установление прямых контактов между российскими и арабскими бизнес-структурами; обработка и анализ информации. Все это реализуется прежде всего в различных формах деловой коммуникации, а следовательно, к бизнес-партнерам предъявляются требования качественных знаний и умений по этикету [55].

Таким образом, с учетом активного сотрудничества между Россией и странами Арабского Востока на экономическом уровне чрезвычайно важными становятся вопросы межкультурной коммуникации. Несмотря на важность этой проблемы, она остается недоработанной.

Одним из главных факторов, тормозящих укрепление экономических связей и делового сотрудничества российского бизнеса с арабскими компаниями, можно назвать пренебрежение отечественными компаниями услугами специалистов по арабским странам, а также попытки этих компаний самостоятельно вести переговоры без учета специфики межкультурной коммуникации.

К подобным ошибкам можно отнести также и недостаточное внимание к важности личного (не дистанционного) общения в контексте арабской культуры. Как правило, российские бизнесмены предпочитают деловую переписку личным встречам, не желая иметь постоянного представителя в соответствующей стране, что воспринимается арабами как несерьезное отношение к бизнесу.

Однако в целом российско-арабские отношения можно расценивать как положительные, поскольку за последние годы было приложено много усилий для создания надежной основы для подобных двусторонних отношений. Развитие событий показывает, что даже

такие консервативные арабские страны, как Саудовская Аравия, стремятся к наращиванию сотрудничества с нашей страной.

1.2. Основные различия между западной и восточной ментальностями как фактор, обуславливающий изучение российского и арабского бизнес-этикета

Для того чтобы рассуждать о важности знаний о различии в западной (русской) и восточной (арабской) ментальностях и учете этих знаний в ходе межкультурной деловой коммуникации, необходимо дать определения понятиям «менталитет», «ментальность», «деловой этикет», «вербальные и невербальные средства общения», «культурные ценности».

Менталитет - это термин американского философа Р. Эмерсона, обозначающий устойчивые интеллектуальные и эмоциональные особенности, присущие тому или иному индивиду как представителю некоторой социальной группы; склад ума. В настоящее время термин чаще употребляется в контексте именно социальной общности (нация, народ, этнос). Некоторые ученые (Л.Н. Пушкарев, 1995), разделяющие понятия «ментальность» и «менталитет», считают, что последний имеет более общее, общечеловеческое значение («менталитет Средневековья»), а термин «ментальность» соотносим с понятиями «мышление» или «чувство» (например, французская или русская ментальность, ментальность дворянина, ментальность личности и т.д.) [9, С. 243].

Ментальность - это также термин американского философа Р. Эмерсона; в научный оборот введен французским этнологом и социоантропологом Л. Леви-Брюлем. Обозначает мироощущение, мировосприятие, формирующееся на глубоком психическом уровне индивидуального или коллективного сознания; совокупность психологических, поведенческих установок в недрах определенной культуры под воздействием традиций, социальных институтов, среды обитания. Общая духовная настроенность сообщества, относительно целостная совокупность мыслей, верований, которая создает картину

мира и скрепляет единство культурной традиции. Это также интеллектуально-эмоциональные особенности индивида, мысли и эмоции которого обусловлены культурой; способ видения мира, в котором мысль не отделена от эмоций. Это то, чем различаются индивиды, получившие воспитание в различных культурных средах. Ментальность включает сознательное и бессознательное [9, С. 244].

Значения этих понятий мы используем в ходе доказательства нашего тезиса о важности учета различий между российской и арабской ментальностями в контексте делового общения бизнес-партнеров.

Деловой этикет — это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов. Разновидность этикета светского, но основанный на воинском. Главное отличие делового этикета от светского — приоритет субординации над гендерными различиями сотрудников и их возрастом.

Вербальное общение – общение словами, речью, процесс обмена информацией и эмоционального взаимодействия между людьми или группами при помощи речевых средств.

Невербальное общение — это коммуникационное взаимодействие между индивидами без использования слов (передача информации или влияние друг на друга через образы, интонации, жесты, мимику, изменение мизансцены общения), то есть без речевых и языковых средств, представленных в прямой или какой-либо знаковой форме.

Культурные ценности — это незаменимые материальные и нематериальные предметы и произведения культуры, созданные человеком в результате творческого процесса, имеющие художественную и имущественную ценность, универсальную значимость и оказывающие эстетическое, научное, историческое воздействие на человека [27, С. 10].

Одной из важнейших культурных ценностей является язык и нормы речевого поведения, сложившиеся в этнической культуре.

Арабский язык можно условно разделить на литературный арабский язык и диалекты. Литературный арабский язык - самый оптимальный для изучения базовых слов и фраз, поскольку диалекты в арабском мире многочисленны и не всегда понятны жителям разных арабских стран, в отличие от литературного арабского языка.

Другой составляющей любой этнической культуры является религия, которая влияет на международные деловые отношения. Ее воздействие зависит от силы доминирующих религиозных принципов.

Международные менеджеры должны осознавать различия между религиями. Например, ислам, приверженцами которого являются четверть населения мира, оказывает огромное влияние на жизнь мусульман: он управляет всеми аспектами жизни для мусульман, включая экономические, культурные и социальные аспекты, путем шариата (закона ислама). На индивидуальном уровне мусульманин ограничивается религиозными принципами - кодексом поведения для межличностных отношений - в социально-экономической деятельности. Мусульманин живет в социальной структуре, которая формируется исламскими ценностями и нормами нравственного поведения. В качестве примера успешной адаптации компании к подобной ситуации можно привести сеть ресторанов быстрого питания «Макдоналдс», которая является американской корпорацией, распространенной по всему миру. Один из факторов, повлиявших на ее успех, является адаптация пищи под конкретные культуры: в арабских странах Персидского залива фирма предлагает халяльные продукты. (Слово «халяль» означает «разрешенный» и понимается как «всё то, что разрешено и допустимо в исламе» (противоположно хараму)).

К основным элементам культуры относится и образование. Оно играет значительную роль в современной жизни, поскольку передает из поколения в поколение не только научные знания, но и культуру общения между людьми.

На базе религии, языка и образования как важнейших элементов этнической культуры формируются культурные ценности - убеждения, которые люди имеют относительно того, что хорошо и плохо, правильно и неправильно, важно и неважно. Ценности влияют на взаимоотношения между партнерами по общению, в том числе и деловому. Например, россияне считают, что иностранная продукция превосходит их собственную; это оценочное суждение. Аналогичным образом, египетские компании знают, что фрукты и овощи, импортируемые ими в Россию, пользуются большим спросом.

Культурные ценности, в свою очередь, формируют этнические особенности поведения и обычаи, в том числе этикета. Например, в арабских странах считается плохой манерой пытаться пожать руку человеку с высшим авторитетом, если этот человек не сделает рукопожатие первым, а в современном российском бизнес-этикете подобных ограничений нет.

Во многих странах законы считаются имеющими большую силу, и политика стран должна быть адаптирована, но постоянное изменение законов является доказательством того, что мир все время меняется. Например, Египет ратифицировал КЛДЖ (Конвенция ООН о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин) с рядом оговорок. Это означает, что Египет согласился соблюдать некоторые, но не все статьи конвенции. Так, неравенство полов является нормой в шариате, в отличие от российского равноправия между мужчиной и женщиной в их профессиональной деятельности, и патриархальная культура Египта выступала в качестве потенциального препятствия для осуществления этой конвенции.

Современная материальная культура зиждется на технологиях и показывает, насколько эффективно общество может организовать свою экономическую деятельность. В наше время Интернет используется в

ходе деловой межкультурной коммуникации, например, для деловых переписок или видеоконференций.

Представители любой культуры всегда стремились к красоте, и эстетическое начало в культуре, т.е. отношение к красоте и хорошему вкусу, характеризует развитие культуры. Но отношение к такому элементу культуры, как реклама, в российской и арабской культурах разные. Реклама нижнего белья является нормой в России, но в таких арабских странах, как Саудовская Аравия или Иран, она запрещена.

Приведенными выше примерами мы доказали, что ментальности российского и арабского этносов разные, и это в значительной степени влияет на национальный характер каждого народа, что особенно ясно проявляется в ходе межкультурного делового общения.

Завоевания первых арабских халифов посодействовали выработке в сознании арабов комплекса собственного превосходства в отношении окружающих их народов. Этот комплекс существует и сегодня. Некоторые экстремистски настроенные арабские лидеры порой пытаются объявить иракских арабов единственными наследниками и носителями культуры древнего Вавилона, а сегодняшних египетских арабов - наследниками великой культуры Египта. Египтяне считают свою страну центром мировой цивилизации, а самих себя - лучшими людьми на земле, что вызывает недоумение у европейцев.

Арабы до сих пор не в силах понять и признать причины крушения своей империи (халифата), поскольку их сознание исторически включает в себя веру в исключительность происхождения, судьбы и веры в будущее. Арабский халифат был создан фанатичными энтузиастами, которые были непритязательны к жизненным и трудовым условиям и верили в божественную предначертанность своих действий. Однако под влиянием роскошной жизни и вседозволенности в отношении завоеванных стран эти идеалы были потеряны, и халифат был развален воинственными племенами курдов, тюрков, берберов и монголов.

Спустя 400 лет арабы живут прошлым - ищут решение проблем не в логике событий, а в поиске аналога в прошлом. И дело вовсе не в том, что арабы умнее или глупее европейцев, а в исторически сложившейся ментальности, создающей иной способ мышления.

Чтобы лучше представить себе особенности традиционного арабского мышления, отметим, что некоторые социологи как на Западе, так и в России склонны утверждать, что традиционное мусульманское сознание скорее ближе к сознанию российскому, чем к христианскому, присущему некоторым народам на Западе.

В системе ценностей ислама, как и в российском имперском сознании, личность никогда не была ценностью, а только орудием веры - умереть за веру считалось и считается честью. Надличностный уровень самоосмысления действительно роднит мусульманское и имперское российское сознание. Что в них общего: незначимость прав личности, использование человека для служения общему делу, подчиненность государству [50, С. 40-48].

Тем не менее разница между западной и восточной ментальностями существенна. Западу свойственна рациональная модель мышления, а Востоку - традиционная.

На Западе мышление основано на научном методе. Это предполагает наблюдение измеримых или эмпирических данных, формирование гипотезы и, наконец, ее тестирование, при этом пытаются устранить поспешные выводы и эмоциональную предвзятость. Независимо от того, происходит ли это в лаборатории или в сознании человека, западные люди стремятся формировать выводы, основанные на беспристрастном анализе. Использование научного метода для анализа событий является уникальным западным явлением. Это результат исторических событий Возрождения, Научной революции, Реформации и, самое главное, Просвещения. Рациональная мысль и объективность были приоритетными.

Мышление в арабском мире никогда не проходило через эти исторические движения. Если объективности уделяется значительное внимание в западной культуре, то в арабской культуре наблюдается обратное. На Западе верят, что объективность, логическое рассмотрение фактов без вмешательства эмоций - это зрелый и конструктивный подход. Арабы верят в другое. Они сознательно сохраняют за собой право смотреть на мир субъективным образом, особенно если более объективная оценка ситуации вызовет болезненную истину.

Например, во время операции «Защитная стена» в ходе войны между Израилем и Газой в 2014 году все наблюдатели согласились с тем, что ХАМАС использовал человеческие щиты для защиты своих истребителей и военных объектов. Когда некоторые из этих гражданских лиц были убиты, ХАМАС ожидал, что международное сообщество проигнорирует их тактику и наложит полную ответственность за смертельные случаи на Израиль. Для ХАМАСа правда была ясна: израильские войска убили мирных жителей и виновны в этом. Тот факт, что действия ХАМАСа являлись основной причиной смерти гражданских лиц, был проигнорирован организацией. Их интерпретация событий и реальности определялась мысленным процессом, который ставил приоритеты желаниям, а не объективному анализу.

Покойный Рафаэль Патаяй, антрополог, преподававший в Колумбийском университете и других престижных ВУЗах США, пишет в своей книге «Арабский разум»: «Арабский разум избирательно придает больше значения в мыслях и словах желаниям, а не реальности - тому, чего они хотят, а не объективным фактам».

Западное мышление склонно признавать свои ошибки, поскольку «мы учимся на своих ошибках». Арабы же считают, что шансы дважды не выпадают, и поэтому извлекают выгоду из каждой возможности, которая возникает из-за чужого промаха, и отрицают свои ошибки,

которые могут иметь для них неприятные последствия, ведь по их мнению только проигравшие совершают ошибки.

Итак, люди Востока и Запада думают, действуют и ведут себя совершенно по-разному, так как их мышление и поведение исходит из существенных различиях в их ментальностях. Чтобы понять мировоззрение чуждого общества, нужно отказаться от привычных инструментов своего мышления. Нельзя рассматривать культуру Востока исключительно сквозь линзы Запада. Интеллектуальная честность требует стремления понять и увидеть мир не таким, каким мы хотим, но таким, каким он является.

1.3 Средства невербальной коммуникации и их интерпретация в современном российском и арабском бизнес-этикете

Невербальная коммуникация играет важную роль не только в повседневном, но и в деловом общении. Несловесные средства речи, как правило, сопровождают или заменяют собой слова в устной речи. Их можно разделить на три типа - визуальные, акустические и тактильные.

Визуальные средства общения - это такие средства общения, которые распознаются с помощью зрения. К ним относятся внешность человека, его национальная принадлежность, возраст, одежда, настроение, состояние здоровья и т.п. Они способствуют общему восприятию человека его коммуникантом, однако не имеют непосредственного отношения к речи, хотя и позволяют понять статус человека в обществе и его характерные черты, позволяющие определить способ и манеру общения с собеседником.

Акустические средства общения воспринимаются на слух. Ими могут являться как ритм речи, ее тембр, интонация и характерное звучание голоса, так и аплодисменты, хлопки, кашель и тому подобные звуки.

Тактильные средства общения воспринимаются коммуникантом посредством осязания. Это всевозможные жесты-прикосновения - рукопожатия, объятия, поцелуи, касания плеча и т.д.

Безусловно, невербальное общение воспринимается в рамках какой-либо системы: на невербальное общение влияет культура, история и традиции, поэтому оно может различаться, порой значительно, в разных странах. Например, одним из самых распространенных средств невербалики является большой палец. Демонстрация жеста, где все пальцы сжаты в кулак, а большой поднят вверх, в большинстве стран означает «отлично! молодец!». Однако в арабских странах такой жест воспринимается арабами как грубое оскорбление.

По причине нередко встречающегося резкого несовпадения значений средств невербального общения была выработана культура несловесного общения, включившая в себя несколько основных правил.

1. Использование невербальных средств не должно создавать помех в приеме, понимании и интерпретации общения.

2. Несловесные средства должны подчеркивать, усиливать или замещать смысл или оптимизировать процесс общения, тем самым облегчая взаимопонимание.

3. В то же время сами единицы невербальных средств как компоненты вербально—невербального общения подчиняются нормам, аналогичным языковым.

4. Несловесное поведение в целом должно подчиняться правилам этикета. Отбор несловесных средств должен быть не менее строгим, чем отбор слов. При этом очень важно следить за уместностью как самих средств, так и их интенсивности.

Эти правила действуют как в российском, так и в арабском бизнес-этикете.

Визуальные средства общения: жесты, взгляд, поза и походка. Рассмотрим основные невербальные средства, среди которых наиболее часто люди используют жесты.

Жестикуляция - это значимые движения тела, чаще всего - головы или рук. Они могут быть эмоциональными (отображающими эмоции человека), изобразительными (демонстрировать форму или размер какого-либо предмета), указательными (могут указать направление или предмет, вещь. человека), регулирующими (регулируют акустическую сторону общения - попросить замолчать или говорить громче), а также символическими (например, рукопожатие).

По классификации Н. И. Формановской, жесты различаются по назначению, составу, обращенности на кого-либо, происхождению,

значению и т.п. Помимо этого жесты можно охарактеризовать в зависимости от ситуации общения - официальной или неофициальной, от стиля общения, степени близости и характера взаимоотношений с партнером и т.д.

Культура жестикуляции состоит преимущественно из уместности и правильности использования жестов в общении. При межкультурной коммуникации важно осознавать, что какой-либо жест не будет воспринят двусмысленно или в корне неверно представителем другой культуры. Жесты ни в коем случае не должны быть помехой и не должны отвлекать от устной речи, поскольку их главная задача - дополнять или усиливать основное вербальное общение. И, безусловно, тавтология не приветствуется в невербальном общении точно так же, как и в вербальном. Однотипные, часто повторяющиеся жесты могут утомлять или раздражать собеседника [13]. Так, жестикуляция в современном арабском бизнес-этикете схожа с российской, однако некоторые безобидные российские жесты могут иметь агрессивный и грубый характер в арабских странах. Например, в арабской культуре эквивалентом жеста «кукиш» является средний палец.

Жестикуляция тесно связана с мимикой глаз, рта, лба.

Существуют разные оценки мимики: сильная - слабая; неопределенная-красноречивая; беспорядочная, судорожная, гармоничная; разнообразная - однообразная, стереотипная - индивидуальная.

Выражение глаз относится к элементам мимики. Визуальный контакт играет важную роль в коммуникации. Он характеризуется изменением ширины зрачков (они сужаются, когда человек негативно воспринимает ситуацию, агрессивен или сердит; они сильно расширяются при волнении), степенью открытости глаз (широко раскрытые глаза являются признаком доверия и высокой восприимчивости собеседника, а закрытые глаза, напротив,

свидетельствуют о самоизоляции, обдумывании чего-либо), направлением и движением взгляда (прямой взгляд означает непосредственную заинтересованность и увлеченность диалогом, уклоняющийся взгляд означает робость, боязливость, чувство вины, направленный вдаль взгляд означает отрешенность от диалога) [16]. И в России, и в арабских странах большинство элементов мимики интерпретируются одинаково. Однако долгий визуальный контакт при общении с арабом-мужчиной означает деловую заинтересованность и внимание, и считается нормальным, но в российской деловой культуре долгий взгляд может восприниматься как попытка подавить и смутить собеседника.

Расположение коммуникантов в пространстве - другой элемент визуальных средств коммуникации. Аллан Пиз в своей книге «Язык телодвижений» условно делит зоны общения на четыре вида:

1. Интимная зона (от 15 до 40-50 сантиметров) - это зона для доверительного общения, допустимая, как правило, только между самыми близкими людьми;
2. Личная зона (от 50 до 120-150 сантиметров) - это зона для общения между хорошо знакомыми или симпатизирующими друг другу людьми. Она позволяет достаточно хорошо слышать собеседника, даже если он перейдет на шепот, и не утомляет взгляд, как это может сделать более близкое к собеседнику расположение в пространстве;
3. Социальная зона (от 120 до 360 сантиметров) - это зона для официального или формального общения, подходящие для общения между бизнесменами или между начальником и подчиненными.
4. Общественная зона (более 360 сантиметров) = это зона, оптимальная для таких видов коммуникации, как общение лектора со студенческой аудиторией и т.п. [13].

Арабская коммуникативная культура является контактной, и при общении друг с другом арабы стоят достаточно близко, на расстоянии 30-40 сантиметров, и если при непосредственном общении российский деловой партнер отодвинется, это может быть воспринято арабом как личная обида.

Помимо расположения в пространстве, важную роль играют поза и походка.

Поза - это положение тела собеседника, что относится к пространственному поведению человека. Она выполняет в основном две функции: позволяет разделять речь на части и регулирует межличностные отношения в общении. Благодаря позе можно понять не только отношения двух собеседников, но и то, как они меняются в процессе общения. Так, сложенные на груди руки (особенно в совокупности с перекрещенными ногами) свидетельствуют о замкнутости, отстраненности, незаинтересованности в диалоге, даже о желании отстраниться от собеседника на эмоциональном уровне.

Так, в арабской деловой культуре оскорбительной позой считаются вытянутые в сторону собеседника ноги (особенно демонстрация подошв). В России у этой позы нет особого контекста..

Походка - это, в свою очередь, передвижение человека в пространстве и характеризуется рядом признаков: скоростью шага, ритмом, направленностью и т.п. Она выполняет несколько функций.

Первая функция - это индикаторная функция, она позволяет понять состояние субъекта на текущий момент;

Вторая функция называется коммуникативной и управляет пространством общения;

Третья функция называется функцией социальной стратификации. Это означает, что она помогает понять социальное положение человека в обществе. Социальная стратификация - это социологический термин,

обозначающий деление общества на социальные слои (страты), а также систему признаков и критериев для каждого слоя и расслоения в обществе в целом.

Походка является важной частью невербального общения, хотя и не настолько очевидной и зачастую не настолько намеренной, как жестикуляция. К примеру, если ваш собеседник подходит к вам быстрым шагом и размахивает при этом руками, то это означает, что он имеет ясную, понятную цель и готов немедленно ее реализовать. Если же при походке человек держит руки в карманах, то он скрытен, повышенное критичен и ему нравится подчинять своей воле других людей. Лидер всегда будет идти хотя бы на шаг впереди подчиненных, которые в свою очередь будут немного отставать от него.

И в российской, и в арабской деловых культурах интерпретации походки совпадают, но в арабских странах она будет более экспрессивной, поскольку арабам присуща более высокая эмоциональность поведения, в отличие от России.

Акустические средства общения: паралингвистические и экстралингвистические.

Акустические невербальные средства можно разделить на две системы: паралингвистическую (высота, диапазон, длительность, громкость и тональность голоса) и экстралингвистическую (паузы, молчание, психофизиологические проявления человека - кашель, смех, плач, вздохи) [16].

Безусловно, первое впечатление от собеседника мы получаем не только по его внешнему виду, походке и жестам, но и благодаря голосу и темпу речи. Если собеседника одолевают эмоции или он волнуется, то он говорит очень быстро. Напротив, если же он говорит медленно, то в зависимости от ситуации он может пытаться отсрочить свой ответ на какой-то вопрос, чтобы обдумать его, или же пытаться объяснить очень

важную вещь и намеренно замедлять темп речи, чтобы в процессе монолога убедиться, что его понимают.

Однако именно интонация формирует «тональность» общения и задает ему общий настрой. Она складывается из разных факторов, к которым можно отнести и темп, и ритм, и тембр голоса, его силу и мелодичность, что позволяет выражать мысли, чувства, волевые устремления говорящего. Именно интонация лучше всего передает истинные эмоции и оценки человека, поэтому ее очень сложно симитировать. К. С. Станиславский утверждал: «Интонации научить нельзя».

Интонация может быть правильной или неправильной. В русском языке, как правило, повествовательные предложения произносятся с понижением тона речи к концу предложения, однако в последние годы такие предложения стали произносить с повышением интонации ближе к окончанию фразы, по аналогии с другими языками, и это мешает понять, является ли фраза вопросом или все-таки утверждением.

Основным способом подчеркнуть и выделить главное во фразе является логическое ударение - акцент, который делается на главном по смыслу слове в речевом такте. Такое слово часто используется вместе с логическими паузами, которые как бы разделяют речь на части для того, чтобы слушателю было легче ориентироваться в сказанном.

В современном арабском и российском бизнес-этикете на интонацию влияет язык общения - как правило, английский. Безусловно, чем грамотнее деловой партнер, тем легче будет понять его интонацию. Восприятие интонации одинаково и в российской, и в арабской культурах.

Очень важным средством экстралингвистики является молчание.

С. В. Крестинский выделяет следующие коммуникативные функции молчания:

1. Контактная функция - обозначает близость людей, их взаимопонимание и отсутствие потребности в словах.
2. Дисконтактная функция - является полной противоположностью контактной функции и соответственно обозначает отрицательное отношение людей друг к другу, их отчужденность и нежелание общаться.
3. Эмотивная функция. Это функция, которую выполняет молчание, чтобы передать различные эмоциональные состояния человека, такие как страх или удивление.
4. Информативная функция, которая сигнализирует о согласии и несогласии, одобрении и неодобрении, о желании или нежелании что-либо выполнить, осуществить какое-либо действие.
5. Стратегическая функция, выражающая нежелание говорить, если преследуется определенная цель: не показать свою некомпетентность, нежелание признаться в чем-либо, боязнь выдать кого-либо и т.д.
6. Риторическая функция молчания может способствовать тому, чтобы привлечь внимание слушателя, заинтересовать его, произвести какое-либо впечатление, придать особую весомость последующему высказыванию.
7. Оценочная функция молчания выражает оценку действиям, словам собеседника, отношение к нему, например презрение, неодобрение и пр.
8. Акциональная функция молчания проявляется при молчаливом выполнении какого-либо действия: извинения, прощания, примирения и т.д. Такое молчание часто сопровождается жестами и мимикой [18].

Россия и арабские страны являются высококонтекстными. В странах с высоким контекстом молчание выполняет несколько функций,

перечисленных выше, и играет важную роль в ходе межкультурного делового общения.

Тактильные средства общения: жесты-прикосновения.

Представители различных культур при общении используют разнообразные виды прикосновений к своим собеседникам. По сути, это самый первый способ общения, доступный людям, ведь когда человек только рождается, он еще не способен воспринимать ту или иную информацию без тактильных ощущений.

Прикосновения можно разделить на несколько видов.

Профессиональные прикосновения. Подобный тактильный контакт используют врачи, массажисты и портные, и большинство людей спокойно воспринимают это, понимая, что они не содержат в себе какой-либо контекст или дополнительную информацию.

Ритуальные касания, к которым относятся рукопожатия и приветственные поцелуи.

В сфере межличностных отношений прикосновения могут являться проявлением не только привязанности, но и симпатии, родства и т. п.. Это могут быть объятия, поцелуи, дружеское похлопывание по плечу. Наличие устойчивого тактильного контакта такого рода является эффективным маркером, свидетельствующим о близких отношениях.

Тактильный контакт также может свидетельствовать о социальном статусе людей. Прикосновения чаще всего позволяют себе те люди, которые занимают более высокое положение в обществе, например, начальник может хлопнуть подчиненного по плечу.

Несмотря на влияние западной модели поведения на арабский бизнес-этикет, российские бизнесмены замечают некоторые особенности тактильного поведения арабских деловых партнеров. При встрече друг с другом арабские бизнесмены могут обмениваться поцелуями в щеку или потереться носами, что является для них естественной формой

приветствия, однако при приветствии иностранца они будут использовать западную модель - пожмут руку.

Итак, поскольку в наше время арабская модель бизнес-этикета становится все более похожей на западную модель и можно сказать, что она фактически унифицировалась до ее уровня, то необходимость в изучении специфических для арабского мира невербальных средств общения практически отсутствует.

Тем не менее в контексте западной модели бизнес-этикета невербальная речь является такой же полноценной, как и вербальная, и к ней применимы те же этические и коммуникативные нормы, что и для вербальной речи. Необходимо и важно коммуникантам знать эти нормы и правильно использовать их в ходе общения с собеседником. Не менее важно для правильного применения невербальных средств общения учитывать цель коммуникации, свойства невербального знака, который вы собираетесь использовать, и то, как он может быть воспринят носителем другой культуры, а также особенности канала общения и контекст всей ситуации.

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ РАЗЛИЧИЙ МЕЖДУ РОССИЙСКИМ И АРАБСКИМ БИЗНЕС-ЭТИКЕТОМ

2.1 Различия в современных бизнес-культурах России и стран арабского мира

Для активного развития бизнеса и укреплений связей с иностранными партнерами важно быть осведомленным о специфике ведения делового общения в контексте конкретных культур.

Арабский регион разнообразен в географическом плане, в религии и культуре общения, и его неоднородность означает, что необходимо подробно изучить особенности восточного бизнес-этикета, чтобы помочь коммуникантам вести деловой разговор бесконфликтно и эффективно.

В этом параграфе основное внимание уделяется конкретным сопоставлениям делового этикета в России и в арабском регионе, что поможет сформировать правильное понимание характерных различий и позволит успешно использовать эти знания в ходе делового общения между представителями российской и арабской культур.

Общеизвестно, что между рабочими неделями в России и в арабских странах существует различие. В России, как правило, рабочая неделя длится с понедельника до пятницы включительно, а в исламе пятница - это священный день, поэтому выходные в большинстве стран Ближнего Востока выпадают на пятницу и субботу. В приведенной ниже таблице показаны различные выходные дни по всему региону:

Таблица 1 - Рабочий график арабских стран

Название страны	Пятница/Суббота	Суббота/Воскресенье
Алжир	√	
Бахрейн	√	
Египет	√	
Ирак	√	
Иордан	√	
Кувейт	√	
Ливан		√
Ливия	√	
Марокко		√
Оман	√	
Палестина	√	
Катар	√	
Саудовская Аравия	√	
Судан	√	
Сирия	√	
Тунис		√
ОАЭ	√	
Йемен	√	

Говоря о днях недели, следует также указать, что, хотя григорианский календарь является официальным практически во всех странах Ближнего Востока (за исключением Саудовской Аравии), исламский лунный календарь также имеет большое влияние на повседневную жизнь арабов, поскольку включает в себя различные религиозные праздники и события.

Во всем арабском мире есть два основных мусульманских праздника: Ид аль-Фитр и Ид аль-Адха. Ид аль-Фитр (праздник разговения) начинается сразу после прекращения поста, который длится весь месяц Рамадан, а Ид аль-Адха празднуется в конце ежегодного паломничества, известного как Хадж. Эти праздники обычно продолжаются три дня, но могут длиться и дольше, следовательно,

лучше избегать планирования бизнес-общения в течение этих праздников. Очень важно отслеживать точную дату проведения праздника, поскольку исламский календарь зависит от луны, и трудно точно предсказать, на какой день выпадут праздники.

Один раз в год, в течение месяца Рамадан, вся жизнь в арабских странах полностью меняется. Рамадан считается святым месяцем, в течение которого мусульмане придерживаются поста от рассвета до заката, т.е. не едят и не пьют. Рабочие часы часто значительно сокращаются, и разумно избегать делового общения в течение этого месяца. Кроме того, если вы находитесь в арабской стране во время Рамадана, то лучшим проявлением вежливости будет воздержание от пищи, питья и курения на публике.

Хотя в арабских странах преимущественно распространен ислам, в некоторых регионах также существуют крупные христианские общины, в частности в Иордании и Египте, поэтому надо иметь в виду, что христианские праздники, такие как Рождество, также могут нарушить рабочий график, если бизнес-партнеры - арабские христиане.

В арабском мире существует гораздо меньший разрыв между личной и профессиональной жизнью, чем в России, поэтому личные контакты и общение лицом к лицу являются ключевыми факторами. Не стоит вести переговоры по электронной почте или телефону - вместо этого лучше будет предпринять усилия для организации физической встречи. Немаловажно заблаговременно подтвердить встречу по телефону.

При общении араб, как правило, не скажет: «да, в час дня я смогу с вами встретиться». Вместо этого он скорее всего ответит: «если на то будет воля Аллаха», поскольку с точки зрения мусульманина лишь Аллаху ведомо будущее, и не стоит расценивать такой ответ как отказ.

Арабы чрезвычайно гордятся своим языком, поскольку он происходит от классического арабского языка, используемого в

Священном Коране, для записи откровений, переданных Пророку Мухаммеду Аллахом, поэтому хорошим тоном будет изучить некоторые простые арабские приветствия, чтобы установить дружескую связь с арабскими бизнесменами.

Ниже приведен краткий список полезных фраз:

Таблица 2 - Полезные арабские выражения с переводом

Когда/где использовать	Транслитерация	Арабский язык	Русский язык (где необходимо)
Приветствие	As-salaamu alaykum	السلام عليكم	Мир Вам
Ответ на приветствие	Wa alaykum as-salaam	وعليكم السلام	И Вам Мир
Здравствуйте	Marhaba	مرحبا	
Как ваши дела?	Keif al-haal?	كيف الحال؟	
Ответ на предыдущий вопрос	Al-hamdulillah	الحمد لله	Слава богу
Пожалуйста	Min fadlak (мужчине) Min fadlik (женщине)	من فضلك	
Спасибо	Shukran	شكرا	
Часто используемое выражение, когда дело касается будущих планов или действий	Inshallah	إن شاء الله	если на то будет воля Аллаха
До свидания	Ma As-salama	مع السلامة	[ступай] с миром

Несмотря на все большую популярность и распространенность английского языка в деловой среде, при проведении деловых переговоров с арабами иногда необходим переводчик со знанием арабского языка, поскольку бывают случаи, когда сами арабы не хотят или не могут общаться с партнерами из России на английском языке. А наши бизнесмены способны обходиться без переводчика благодаря хорошему знанию английского языка.

Пунктуальность высоко ценится в бизнес-среде России, и даже единственное опоздание может быть воспринято как пренебрежение договоренностью, что не приемлемо для российских бизнесменов. Однако подобная пунктуальность арабам совершенно не присуща. Для них считается нормой опоздать на час или на два, ведь они никуда не спешат, долго включаются в переговоры, расспрашивая о вашем здоровье и делах, о здоровье вашей семьи и друзей. Они никогда не откажут напрямую, предпочитая уходить от ответа, чтобы не обидеть собеседника. Их речь будет экспрессивной, изобилующей жестами, в то время как в России уважительным и деловым тоном является спокойная, размеренная речь и плавные жесты.

Важно помнить, что арабские общества были и во многих отношениях по-прежнему являются традиционными торговыми обществами, поэтому вполне нормально ожидать, что ближневосточный бизнесмен будет очень активно и жестко торговаться.

Темп переговоров в арабском мире часто менее быстрый по сравнению с западным, поэтому стоит запастись терпением, которое понадобится при бюрократическом заполнении документов, используемых в ближневосточных странах. Время и усилия, необходимые для получения виз, разрешений и других необходимых документов, могут утомить российского бизнесмена, но его терпение воздастся сторицей.

На существенное различие ведения деловых переговоров влияет социальная ментальность. Большинство ближневосточных обществ по-прежнему придерживается племенного строения общества. Это может повлиять на переговоры, так как ведущий переговорщик захочет обсудить предполагаемое решение сделки со всеми участниками с арабской стороны для подтверждения соглашения, и это увеличит время переговоров.

При ведении бизнеса на Ближнем Востоке надо учитывать тот факт, что многие арабы считают постыдным «потерять лицо» на публике. Если это произойдет, то они постараются покинуть собеседника, чтобы избежать еще большего чувства стыда. Верный способ заставить арабского делового партнера потерять лицо - это прямое несогласие с его точкой зрения во время переговоров или совещания. В качестве нейтральных фраз для обозначения точки зрения собеседника используются тонкие индикаторы разногласий: такие фразы, как «Для того чтобы двигаться вперед, я думаю, нам стоит...» или «По моему опыту такая-то вещь была более эффективной, поэтому, возможно, стоит рассмотреть этот вариант...» Соответственно, араб не сможет не согласиться с такой точкой зрения, чтобы его собеседник, в свою очередь, не «потерял лицо», поэтому бывает трудно определить, действительно ли он с Вами согласен.

Невербальное общение, как правило, является более точным и безошибочным способом понять заинтересованность и расположение собеседников. Язык тела приобретает большое значение в деловом контексте. Жесты могут быть лучшим показателем мнения человека, чем его речь.

Рукопожатия являются нормой на Ближнем Востоке, но длятся несколько дольше, чем рукопожатия россиян. Россиянам рекомендуется подождать, пока арабский партнер отпустит руку, и не делать это прежде него. В том случае, если российский мужчина приветствует арабскую деловую женщину, он должен подождать, пока она сама не протянет руку, так как консервативные женщины могут отказаться от рукопожатия с мужчинами. Точно так же, если у российского бизнесмена деловая встреча с арабскими мужчинами, он дожидается, пока они не протянут свою руку для приветствия или прощания.

Визитные карточки, как и в России, являются частью делового общения в арабском мире, поэтому они должны быть напечатаны на

арабском и английском языках. Арабские визитные карточки, как правило, содержат с одной стороны всю необходимую информацию на английском языке, а с другой стороны - на арабском. Важно помнить, что арабский язык читается справа налево. Это означает, что арабы сначала смотрят на правую половину написанного, поэтому им будет приятно, если логотип российской компании будет размещен справа. Не следует брать визитную карточку или что либо другое из рук араба левой рукой, поскольку в исламе она считается грязной. Арабы говорят: «Не ешьте левой рукой, ибо, поистине, шайтан ест левой рукой» (Сахих Муслим, хадис 2019).

В качестве полезного материала для переговоров в рамках конкретной страны приводятся специфические характеристики культуры и этикета нескольких арабских стран.

Что касается Саудовской Аравии, то важно обзавестись деловыми знакомствами с местными, у которых имеются связи в высших кругах или высокопоставленные родственники, которые помогут обеспечить контакт с надежной компанией. Верность семье, правящему дому Саудов и исламскому закону являются ключом к пониманию менталитета Саудовской Аравии. Свобода женщин в Саудовской Аравии ограничена законом, и, несмотря на то что арабские женщины стали чаще появляться в профессиональных кругах, их по-прежнему намного меньше, чем в деловых кругах западных стран.

Кофе в Саудовской Аравии подается к окончанию деловой встречи или переговоров и свидетельствует о завершении беседы и принятии какого-либо решения.

Среди стран Персидского Залива интерес представляют особенности бизнес-этикета в Объединенных Арабских Эмиратах. Эмират Дубай справедливо называют центром экономики и торговли на Ближнем Востоке. Условия ведения бизнеса в этой стране намного легче, чем в Саудовской Аравии, поскольку в ОАЭ проживает большое

количество эмигрантов, и в процентном соотношении лишь 15% жителей страны являются ее гражданами [53]. В связи с этим фактом многие компании ведут бизнес практически полностью по западному образцу, тем не менее объединяя местные традиции и международный протокол в своей практике, и важно быть культурно осведомленным для работы в этой стране. Так, одной из традиционных ценностей в ОАЭ является уважение к возрасту. Это можно назвать утрированной версией уважения к пожилым людям в России. Арабы не начинают есть, пока старейший человек в помещении не начнет есть, встают, когда кто-то старше присутствующих в комнате заходит в нее, и всегда приветствуют сначала самых старших.

Арабские страны, расположенные в Африке, также имеют свои характерные этикетные черты. Например, в Египте необходимо нанять местного агента, чтобы получить нужные контакты и ускорить процесс переговоров. Этот человек может перевести основные идеи бизнеса на арабский язык, тем самым экономя время на объяснения, и это по достоинству оценят египтяне.

Рабочие часы каждого дня варьируются летом и зимой. Летом рабочий день обычно длится с восьми утра до двух часов дня, а зимой с девяти утра до часу дня и с пяти часов дня до семи часов вечера. Местные люди не работают в четверг, хотя выходные официально начинаются в пятницу.

Во время приема пищи не следует солить её, поскольку это оскорбит того, кто её готовил, и надо оставить немного еды на тарелке после окончания трапезы, тем самым подчеркнув, что голод утолен.

Деловой этикет Марокко отличается от бизнес-этикета большинства стран арабского мира. Дело в том, что французское влияние в этой стране остается сильным, что заметно в деловом общении. В частности, основным языком бизнеса может быть именно французский, а не арабский. Организация деловой встречи в Марокко, в отличие от других

арабских стран, должна быть сделана как можно раньше, и необходимо предупредить марокканских деловых партнеров об этой встрече за несколько дней до события.

При разговоре следует избегать обсуждения королевской семьи и политики в Западной Сахаре и Алжире, поскольку эти темы являются табу.

Подача сладкого мятного чая является символом гостеприимства, поэтому не следует от него отказываться.

Итак, активно развивающийся и занимающий далеко не последнее место в мировой экономике современный деловой мир арабского Востока имеет свою ярко выраженную специфику, несмотря на кажущееся на первый взгляд сходство с западными методами ведения бизнеса. Исторически сложившиеся традиции и религия были неотрывны от деловой среды, но в современном деловом мире это уже не так. Многие происходят по западному деловому протоколу, но изучение базовых особенностей культуры арабского общения все же необходимо для того, чтобы завоевать уважение и приязнь арабских деловых партнеров, усилить взаимопонимание и укрепить экономическое сотрудничество.

2.2 Преодоление трудностей в процессе межкультурной коммуникации между русскими и арабскими партнерами

Для активного развития бизнеса и укреплений связей с иностранными партнерами важно быть осведомленным о специфике ведения делового общения в контексте конкретных культур. Сотрудники деловых кругов, работающих с иностранными партнерами, стремятся повысить свою культурную осведомленность в целом и сформировать навыки и умения делового общения. Отсутствие культурных знаний может ограничить способность компании экономически развиваться в международной среде. Менеджеры и директора, обладающие навыками для эффективной работы с иностранными партнерами - как в пределах страны, так и за ее границами - становятся более востребованными.

С ростом глобализации национальные корпоративные культуры сталкиваются с важным для ведения бизнеса вопросом: какова важность культуры в международном бизнесе?

Корпорации, планирующие интернационализацию, могут столкнуться с культурным барьером при планировании своих стратегий выхода на рынок. Этот барьер неоднозначен, поскольку культурные различия связаны со многими различными культурными факторами, такими как материальная культура, социальный строй, религия, язык, включая и невербальные средства общения. Эти факторы должны быть учтены при работе с иностранными партнерами.

Культура влияет на многие деловые практики в повседневных бизнес-процессах, таких, как переговоры, управление, найм и деловое общение по телефону. Одна из самых важных задач при ведении бизнеса за границей - это понимание и осознание культурных различий, в том числе этикетных. Учет особенностей делового общения между инокультурными партнерами имеет решающее значение для работы компании, поскольку оно помогает избежать недоразумений из-за

разного понимания нюансов делового общения и неэффективности работы компании и позволяет добиться успеха в ходе переговоров.

Для развития культурной осведомленности компании необходимо учитывать несколько ключевых факторов, в том числе:

1 - особенности деловой коммуникации. Это одна из самых больших проблем, стоящих перед компаниями, работающими с иностранными партнерами. Культурные навыки общения ценны для любого сотрудника и на любом организационном уровне; они становятся еще более важными, когда речь идет о разных культурах. Тонкие различия в том, как люди общаются (как в устной, так и в невербальной форме) - это то, что стоит между успешной сделкой и разрывом соглашения. Конечно, вовсе не обязательно российскому партнеру говорить на арабском языке. Но с глубоким пониманием местной культуры общения можно стать более эффективным коммуникатором;

2 - наблюдение. Существует несколько способов добиться более высокой культурной осведомленности. Изучение целевого рынка является очевидным первым шагом. Тем не менее, самым надежным инструментом может стать возможность наблюдать. Когда вы находитесь в чужой стране, узнайте, как окружающие вас бизнесмены ведут свой бизнес. Слушайте больше, чем говорите, и, скорее всего, вы быстрее освоитесь и больше поймете, чем находясь в своей стране;

3 - гибкость. При ведении бизнеса на международном уровне вы можете столкнуться с ситуациями, которые вы не контролируете или не понимаете. Вам придется иметь дело с неопределенностью в арабской культуре, где общение менее прямолинейное, чем в России. Будьте терпеливы с деловыми партнерами или потенциальными клиентами. Очень важно видеть общую картину происходящего, а не отдельные события;

4 - самосознание. Нелегко впитывать и понимать все, что происходит вокруг вас, в условиях межкультурного бизнеса. В такие

моменты может быть полезно использовать свои навыки самосознания. Спросите себя: «почему я так думаю?» и «почему я так себя чувствую?», а затем при необходимости корректируйте свои ответы или действия [61].

С учетом этих рекомендаций можно разработать стратегии, которые бизнес-компании могут принять, чтобы создавать и укреплять знание культуры иностранного партнера.

В качестве помощи начинающим российским бизнесменам можно организовать обучающие курсы в рамках повышения квалификации сотрудников. Они не обязательно должны включать в себя изучение языка, но, безусловно, должны быть направлены в первую очередь на улучшение знаний в области межкультурной коммуникации. Такие курсы могут потребовать расходов на зарплаты преподавателям и дополнительные помещения, однако в дальнейшем обучение окупится, и переговоры с арабскими деловыми партнерами будут проходить в более доброжелательной обстановке. Если же компания не готова организовать такие курсы например потому, что сотрудничество российской компании с арабской компанией носит единичный, а не постоянный характер, следует воспользоваться услугами одного специалиста. Консультант, имеющий знания в области арабской культуры и межкультурного общения, может помочь подготовить представителей компании для международных переговоров.

В случае долговременного сотрудничества компании выгодно иметь своего представителя в арабской стране, поскольку арабы не считают телефонные звонки чем-то серьезным и важным, они привыкли общаться напрямую.

В ситуации, когда возникают сомнения, лучше уточнять смысл неясного вопроса и не следует бояться задавать попутные вопросы. Вас не будут воспринимать как неосведомленных, поскольку арабы ценят интерес к своей нации, ее культуре и точность в обсуждении проблемы.

Улыбка тоже может помочь в сложной ситуации. Она одинаково воспринимается в любой культуре и помогает разрядить обстановку, поэтому вполне естественно улыбнуться при столкновении с неожиданными проблемами и воспользоваться уместной шуткой в затруднительном положении.

Еще одна рекомендация российским бизнесменам, сотрудничающим с арабскими деловыми партнерами - чтение книг по бизнес-этикету делового мира и использование сети Интернет.

Преодоление стереотипов также очень важно при межкультурной коммуникации. Предвзятые мысли трудно преодолеть, особенно если они были частью мышления с детства. Однако изучение современной арабской культуры и полученные знания дают уверенность в том, что преодолеть стереотипы возможно и полезно: они заменят негативные стереотипы положительными оценками поведения бизнес-партнера.

Россия в 2008 году сделала шаг навстречу более глубокому пониманию особенностей культуры и бизнес-этикета арабских стран, открыв Арабский центр развития менеджмента Института МИРБИС. Его основополагающим принципом является стремление способствовать развитию российско-арабского финансового сотрудничества в рамках бизнес-образования.

Необходимость создания этого центра была обусловлена потребностью в специалистах, владеющих актуальными знаниями и кросс-культурными навыками для активного развития экономических и деловых связей с арабскими странами.

С этой целью в рамках работы этого центра его преподавателями был разработан интерактивный курс "Особенности работы с деловыми партнерами в арабских странах", который посвящен исследованию специфики ведения бизнеса и налаживания деловых отношений с арабскими государствами в зависимости от их географического

расположения и с учетом политического и социально-экономического своеобразия данных стран.

Эта программа содержит четыре блока: правовая база исламских финансов, операции исламского финансирования, исламские финансы в различных странах мира, исламские финансы в России, опыт стран СНГ, перспективы развития. Содержательная часть построена таким образом, что движение идет от простого к сложному, и каждый набор слушателей по завершению программы участвует в обсуждении курса, высказывая свои пожелания, которые учитываются в целях корректировки содержания обучения слушателей будущего набора.

Арабский центр МИРБИС может стать тем механизмом, который будет способствовать взаимодействию заинтересованных ведомств и организаций в развитии сотрудничества через специально разработанные образовательные программы, организацию заседаний, встреч, бизнес-форумов, "круглых столов" в России и арабских странах, руководство студенческими проектами, научными исследованиями региональных экономических проблем [56].

2.3. Современные тенденции бизнес-этикета и экономических связей между Россией и арабскими странами

Работая над ВКР, мы обратились с вопросами о специфике современного арабского бизнес-этикета и его адаптации под западную модель делового общения и проинтервьюировали директора группы по структурированию сделок Евразийского банка развития Казакова А. А. Из ответов на наши вопросы об особенностях современного бизнес-этикета в арабском деловом мире мы узнали, что видимые различия западного и арабского бизнес-этикетов стираются.

Нет никаких сомнений в том, что глобализация проникла во все общества, и баланс между современной жизнью и традициями является ключевым способом сохранить самоидентичность. Если бы арабские страны не принимали современные ценности, для них было бы невозможно расти и развиваться в меняющемся мире.

Арабская культура адаптирует под себя эти ценности, сохраняя при этом свои традиции и самобытность.

В последние годы арабский бизнес-этикет перестал быть специфическим и не выходит далеко за рамки общепринятого в бизнес-мире этикета, по образцу которого работают русские бизнесмены.

Например, представители арабского бизнеса могут прийти на деловые встречи в национальных костюмах, но на Арабском Востоке это является нормой. В некоторых арабских странах - например, в Ираке - деловые партнеры могут опоздать на четыре часа, но это тоже норма для их культуры. Многие российские бизнесмены по этой причине считают, что специфической чертой целой нации является отсутствие чувства времени. Однако современные бизнесмены уже не опаздывают на совещания и переговоры. В целом у представителей арабского мира действительно есть тенденция не следить за временем, но не у

бизнесменов. Они все делают точно и по плану, и это свидетельствует о том, что специфические особенности изживаются.

И все же некоторые особенности арабской культуры россиянам, если они являются принимающей стороной, надо учитывать. Так, если деловые переговоры проходят на территории России, то не следует угощать арабов свининой, хотя если она будет на столе, то арабы просто не будут ее есть, и серьезного конфликта это не вызовет.

Современные арабские бизнесмены довольно открыты к общению, и им интересно общаться даже с такими далекими в географическом плане от них партнерами, как россияне. Они могут не знать, где находится Россия, но при этом быть заинтересованными в контактах. Безусловно, у деловых людей, которые занимаются схожими с бизнесом индустриями - нефть, газ, продовольствие - больше знаний о России. Последние несколько лет можно наблюдать то, что они постепенно входят на российский рынок в качестве инвесторов.

В области исламского финансирования могут возникнуть проблемы, связанные с шариатским правом. Это право основано на Коране, по которому запрещено ростовщичество, то есть ссуды под проценты. При исламском финансировании с этим возникнут проблемы, однако при работе с финансовыми организациями из стран Залива с этим не возникнут проблемы. В Саудовской Аравии есть банки, подразделения внутри банков, и подразделения внутри фондов, в том числе суверенных фондов, которые занимаются финансированием по шариатским принципам, и те, которые финансируют по конвенциональным принципам.

В качестве примера можно привести закрытие инвестпроекта по созданию двух ГЭС малой мощности в Карелии. В качестве акционера-участника там был РФПИ - Российский фонд прямых инвестиций, который, как правило, приводит с собой иностранных инвесторов. В данном примере инвестором был Катарский суверенный фонд. Катарцы

участвовали в акционерном капитале, ссужая деньги под процент. Они не стали действовать по принципам шариата, поскольку у них был мандат действовать по собственному усмотрению.

Если российские компании заинтересованы в расширении базы инвесторов, следует учитывать специфику шариатского права и развивать нормативно-правовую базу. В настоящее время вопрос о развитии исламских финансов и инструментов в России перешел в практическую область - появились работающие в этой области группы в Думе, при Министерстве Финансов и в Банке России.

Параллельно с этим меняется структура и состав арабских компаний. Очень часто арабские финансовые институты представляют экспаты. Юридические консультанты готовят документацию для исламских финансовых инструментов и они, как правило, являются сотрудниками английских фирм, находящихся в Лондоне. Арабские сотрудники также участвуют в переговорах, но следует быть готовыми к общению и с представителями западных культур, защищающих экономические интересы арабов.

Говоря об изменениях и развитии бизнес-этикета, нельзя не отметить тот факт, что различным аспектам невербального общения уделяется меньше внимания, чем необходимым для заключения сделки конкретным вопросам переговоров. Например, арабский бизнесмен будет скорее сосредоточен на вопросах о том, что мешает созданию исламского банка в России, чем на жестах и позе собеседника. Больше внимания уделяется устному общению - конкретным и четким фактам, предложениям и вопросам. В связи с этим, если арабские бизнесмены хотят заключить сделку с российскими партнерами, они недвусмысленно сообщат об этом и не будут избегать прямого ответа. Если они присматриваются и размышляют, они не будут ничего обещать и, скорее всего, используют упоминавшееся ранее выражение «иншалла», но если у них сформировалось свое мнение, они его выскажут. Они не будут

обещать того, что не смогут выполнить. Такая западная рациональность, ясность в обсуждаемом вопросе импонирует представителям арабского бизнеса, и они используют эту модель бизнес-этики. Современные арабские деловые партнеры считаются надежными исполнителями и поставщиками.

Былая ярко выраженная специфика арабской культуры общения в наше время уже не присутствует в ходе межкультурной коммуникации. Но отдельные элементы могут проявляться. К примеру, при знакомстве деловых партнеров могут посадить не за стол, а на стулья, стоящие вдоль стены. Кофе и чай будут местными.

Среди других факторов, влияющих на специфику ведения бизнеса с арабами, можно назвать структуру семьи. Арабские семьи намного больше российских семей, в ближайший круг может входить до трехсот человек. На этом основаны деловые связи, поэтому для европейца открыть инвестиционный бутик или частный магазин в арабской стране сложно. Арабские бизнесмены предпочитают нанять европейцев, чем позволить им открыть свой бизнес на территории арабских стран.

Женщины в арабской деловой среде присутствуют наравне с мужчинами. Так, за последние двадцать лет в Объединенных Арабских Эмиратах произошли существенные перемены в социальной и экономической средах, в частности касающиеся роли женщин. Для их поддержки принимаются законы и нормативно-правовые акты о защите прав женщин. В настоящее время любая женщина имеет право вести предпринимательскую деятельность на территории ОАЭ. Такие процедуры, как регистрация компании в ОАЭ, получение лицензий и организация бизнеса стали доступны для арабских женщин наравне с мужчинами.

Итак, конфликты, связанные с непониманием особенностей бизнес-культуры России и арабского мира, не являются причиной для разрыва сделки или соглашения. Для будущего развития экономических связей

арабских стран и России характерно, что объем капитала, находящегося под управлением в исламских финансовых учреждениях, по разным оценкам составляет около триллиона долларов. Организации, владеющие этим капиталом, не подчиняются законам западных стран. Но это не означает, что они не подчиняются никаким законам - у них есть свои экономические законы.

До тех пор, пока будет действовать принцип «кому выгодно» - арабские компании будут сотрудничать с Россией. Арабы вне зависимости от страны происхождения являются торговой нацией. Пророк Мухаммад был торговцем, и торговля в арабском понимании - это очень уважаемая часть жизни. Купец - это серьезный человек. По этой причине они прекрасно торгуют. Торговля за цену - это способ оценить делового партнера. Если деловой партнер умеет качественно торговаться, это свидетельствует о его деловых качествах, в частности об умении здраво оценивать перспективы и возможности бизнеса, что проявляется в умении вести переговоры по современным общепринятым этикетным нормам. Редко происходит такое, чтобы сделка не состоялась из-за конфликтов на почве различий бизнес-культур. Как правило, такие сделки могут не состояться по той лишь причине, что одна из сторон намеренно провоцирует другую, нарушая общепринятые в современном деловом мире нормы приличия (см. Приложение).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Начиная с 21 века Россия и арабские страны стали сотрудничать более плотно, и большое количество арабских инвесторов заинтересованы в работе с российскими компаниями. Соответственно, растет число торгово-экономических связей и делового сотрудничества, а также растет потребность в понимании культурной картины мира арабских стран.

Знание национальной специфики ведения переговоров между Россией и арабскими странами поможет избежать ошибок восприятия и произвести более благоприятное впечатление на партнера, установить с ним долгосрочные партнерские отношения. Несмотря на то, что арабская модель бизнес-этикета становится все более похожей на западную модель и необходимость в изучении специфических для арабского мира невербальных средств общения практически отпала, в контексте западной модели бизнес-этикета невербальная речь играет такую же важную роль, как и вербальная.

Интенсивное развитие бизнеса и укрепление связей с арабскими деловыми партнерами требует осведомленности о специфике менталитета и этикета в рамках данной культуры. Растет потребность сотрудников российских компаний, работающих с арабскими партнерами, в повышении культурной осведомленности и выработке навыков и умений бизнес-этикета. Отсутствие таких культурных знаний может ограничить способность компаний развиваться в международной экономической среде. Соответственно, сотрудники, обладающие навыками для эффективной работы с арабскими партнерами - как в пределах страны, так и за ее пределами - становятся более востребованными.

Главной задачей нашей ВКР было описание особенностей бизнес-этикета между Россией и арабскими странами для содействия росту взаимопонимания культур, которое достигается посредством осведомленности в области межкультурной коммуникации. Мы рассмотрели различия между российским и арабским бизнес-этикетом и выявили специфику арабской деловой культуры, и пришли к выводу: в современном бизнес-этикете бывшие различия сведены на нет, арабы используют западную модель бизнес-этикета, но знают и учитывают сохранившиеся обычаи - например, угощают гостя арабским кофе. Для российских бизнесменов полезны знания о таких обычаях для установления взаимопонимания с арабскими бизнес-партнерами в ходе межкультурной коммуникации.

В этой связи необходимо отметить, что в России существует проблема нехватки специалистов, обладающих практическими знаниями арабского бизнес-этикета, способного расширить представления о форме, специфике и перспективах ведения бизнеса в странах Ближнего Востока, и открытие Арабского центра развития менеджмента в 2008 году весьма положительно для развития осведомленности о сохранившихся обычаях и традициях арабского мира.

Безусловно, глобализация повлияла на ментальность и деловой этикет представителей арабских стран существенным образом, хотя для арабов важно сохранить свою идентичность и одновременно адаптироваться в новых условиях ведения бизнес-переговоров. Баланс между традиционным и современным - это ключевой способ для сохранения самоидентичности в изменяющемся мире. Арабская культура адаптирует современные западные ценности, выбирая самые важные и полезные из них, но сохраняет и традиции.

Томас Эдвард Лоуренс, один из знаменитых английских разведчиков первой половины 20 века, писал в инструкции для европейцев, собравшихся работать в арабских странах, которая называется «Двадцать

семь статей»: «Весь секрет обхождения с арабами заключается в непрерывном их изучении. Будьте всегда настороже; никогда не говорите ненужных вещей, следите все время за собой и за вашими товарищами. Слушайте то, что происходит, доискивайтесь действительных причин. Изучайте характеры арабов, их вкусы и слабости и держите все, что вы обнаружите при себе... Ваш успех будет пропорционален количеству затраченной вами на это умственной энергии».

Мы солидарны с этой мыслью, но считаем, что вдумчивый, деликатный способ делового общения необходим не только в межкультурном общении с представителями арабских бизнес-кругов, но и с представителями любой бизнес-культуры.

Изучение особенностей бизнес-этикета арабских стран позволяет лучше понять и российский бизнес-этикет и культуру. По мере учащения контактов между народами возникает желание их познавать. Познавание помогает быть более терпимыми к особенностям инокультур и развивает нашу общую культуру и умение общаться.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахунов А. Арабский стиль. Этикет по-арабски. // Газета «Татарский мир». 2003. №11.
2. Баженова Е. В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе. М.: АСТ, 2009
3. Байбурин А.К. Об этнографическом изучении этикета // Этикет у народов Передней Азии. М.: Наука, 1988
4. Бобринская И.Д. Психолингвистические особенности формирования этнокультурных стереотипов: Автореф. дис. на соиск. уч. ст. канд. филол. наук. М.: 2003.
5. Боднар С.Н. Арабский язык: Жанр коммерческих деловых бумаг и их языковая специфика. М.: Муравей, 2002.
6. Быков А. Ю. Роль нефти арабских государств в мировой экономике, 80 - 90-е гг. дисс. ... канд. филол. наук. М., 1999.
7. Драч Г. В. Культурология. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. 3 изд. Ростов: Феникс, 2002
8. Дутова Н. В. Гендерное невербальное поведение в контексте межкультурной коммуникации // Забайкальский государственный университет: монография. Чита: 2014.
9. Жукова И. Н., Лебедько М.Г., Прошина З.Г., Юзефович Н.Г. Словарь терминов межкультурной коммуникации. М.: Флинта, 2013.
10. Игебаева Ф.А. Язык жестов в деловом общении. /Актуальные вопросы профессиональной коммуникации в государственном и муниципальном управлении. Сборник научных статей научно-практической конференции. Уфа: БАГСУ, 2010.
11. Игебаева Ф.А. Деловое общение: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2010.
12. Ильин Е. П. Психология делового общения. - СПб.: Питер, 2017

13. Ипполитова Н. А. Русский язык и культура речи. Москва.: Проспект, 2015.
14. Квитшау, Анке. 100 важнейших правил бизнес-этикета: [путеводитель: пер. с нем.]. - 2 изд. - М.: СмартБук, 2009.
15. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений: учеб. для вузов по спец. «Управление персоналом». 2 изд. М. : ИНФРА-М, 2011.
16. Козьяков Р. В. Психология управления: Учебное пособие. М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2012.
17. Колтунова М. В. Деловое общение: Нормы. Риторика. Этикет: учебное пособие. 2 изд. М.: Логос, 2005.
18. Крестинский С. В. Молчание как средство коммуникации и его функции в языковом дискурсе // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2011. №1.
19. Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловой этикет. Учеб. пособие для студентов вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
20. Кулагина Н. В. Деловые коммуникации. М.: ИНФРА-М, 2016
21. Ладатко Л. В. Этика и культура управления: учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2006.
22. Лафасов М. Всемирная история: Учебник для акад. лицеев и проф. колледжей. 2 изд. Ташкент: Tugon-Iqbol, 2009.
23. Леонтьев А. А. Национально-культурная специфика речевого поведения. М.: Наука, 1977.
24. Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. 2 изд. М.: Дело, 2001.
25. Максименко О.И. Энциклопедия этикета. М.: АСТ, 2003.
26. Наджарова Н. М., Савина В. И., Арутюнова Г. Г. Словарь географических названий арабских стран. М.: Наука, 1973.

27. Нешатаева В.О. Культурные ценности. Цена и право. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013.
28. Нуруллина Г. Ф. Исламская этика бизнеса. М.: УММА, 2004.
29. Оршо Э. Арабский этикет в Иордании // Этикет у народов Передней Азии. М.: 1988.
30. Папченко Е. В. Роль невербальной коммуникации в культуре // Гуманитарные и социальные науки. 2008. № 5.
31. Пиз, Аллан. Язык телодвижений. М.: Эксмо, 2007
32. Пиотровский М.Б. Язык мусульманского искусства. // Газета «Татарский мир». 2004. №5.
33. Подопригора М.Г. Деловая этика: учебное пособие. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2012.
34. Пост, Эмили. Этикет. М.: Эксмо, 2006.
35. Резван Е.А. Этические представления в Коране // Этикет у народов Передней Азии. М.: 1988.
36. Романова Н. П. Деловой этикет на Востоке. Настольная книга бизнесмена: учеб. пособие. М.: Восток-Запад, 2005.
37. Сканави А. А. Бизнес-этикет в арабских странах. М.: Кнорус, 2010.
38. Сканави А.А. Специфика арабского речевого этикета в сфере официально-деловой коммуникации: дисс. ... канд. филол. наук. М., 2005.
39. Соловьев Э. Я. Современный этикет и деловой протокол. М.: Ось-89, 1999.
40. Солонин Ю. Н. и др. Культурология : учебник для вузов. 3 изд. М.: Юрайт, 2015.
41. Тарасов Е. Ф., Сорокин Ю. А., Левченко Е. Б. и др. Лингвистическая прагматика и общение с ЭВМ. М.: Наука, 1989.

42. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: СЛОВО, 2008.
43. Фионова Л.Р. Этика делового общения. Учебное пособие. Пенза: ПГУ, 2010.
44. Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения. М.: Высшая школа, 1989.
45. Формановская Н. И. Коммуникативный контакт. М.: ИКАР, 2012.
46. Формановская Н. И. Культура общения и речевого поведения. М.: ИКАР, 2014.
47. Хабибова М.И. Русский речевой этикет в условиях полиэтнического региона: автореф. дис. на соиск. уч. ст. канд. филол. наук. М.: 2000.
48. Халеева И.И. Интеркультура – третье измерение межкультурного взаимодействия? (из опыта подготовки переводчиков). // Актуальные проблемы межкультурной коммуникации. Сборник научных трудов. Выпуск № 444. – М.: МГЛУ, 1999
49. Шагаль В.Э. Арабские страны: язык и общество. М.: Наука, 1998.
50. Шагаль В.Э. Арабский мир: пути познания. Межкультурная коммуникация и арабский язык. М.: Институт востоковедения РАН, 2001.
51. Шагаль В.Э. Пособие по официальной и частной переписке на арабском языке. М.: Наука, 1960.
52. Шагаль В.Э. Языковой аспект национальных процессов в арабских странах. М.: Наука, 1987.
53. Юрьева М. В. Атлас мира. Максимально подробная информация. М.: АСТ, 2017.

54. Национальные особенности невербального поведения арабов // essuir.sumdu.edu.ua URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/30934/3/Burnos_neverbalna_komunikatsiya.pdf (дата обращения: 29.02.18).
55. Российско-Арабский Деловой Совет URL: <http://russarabbc.ru/about/> (дата обращения: 12. 04.18).
56. Цели и программы Арабского центра развития менеджмента института МИРБИС // www.mhe.su URL: <https://www.mhe.su/articles/celi-i-programmy-arabskogo-centra-razvitia-menedzmenta-instituta-mirbis-15504> (дата обращения: 23.04.18).
57. Shad Abdur Rahman. Do's and do not's in Islam. India, 1988.
58. Trudgill, Peter. Coping with America. Oxford, 1985.
59. Cross Cultural Business Communication in Middle East // ELSI Project URL: http://www.elsi-project.eu/fileadmin/user_upload/elsi/broschüren/DD/Cross_Cultural_Business_Communication_in_Middle_East_-_First_East_Invest.pdf (дата обращения: 14.03.18).
60. Comparison between Western and Middle Eastern Cultures: Research on Why American Expatriates Struggle in the Middle East // OTAGO URL: <https://www.otago.ac.nz/management/otago632081.pdf> (дата обращения: 29.02.18).
61. Developing Your Cultural Awareness // University of Notre Dame URL: <https://www.notredameonline.com/resources/intercultural-management/developing-your-cultural-awareness/#.WvsMJC9ePOQ> (дата обращения: 19.04.18).

ПРИЛОЖЕНИЕ

Интервью с А. А. Казаковым, директором группы по структурированию сделок в Евразийском Банке Развития.

Приходится ли вам иметь дело с представителями арабского мира?

В 2008 году, когда я работал в Газпромбанке, мы вместе с ММВБ провели первую конференцию по исламским финансам, которая не была инспирирована бизнесом и происходила без участия каких либо религиозных организаций, и мы тогда уже понимали, что рынок финансирования сужается и остается только альтернатива. И с 2008 года мы начали этим заниматься. Говоря «мы» я хочу сказать, что те, кто был на конференции, познакомились и создали Российскую Ассоциацию Экспертов в области ИФ, и за 10 лет провели довольно много конференций, участвовали в большом количестве встреч как в России - в регионах, так и в исламских регионах. Есть центры исламских финансов - это Арабский Восток, Малайзия и Индонезия. Они по-разному исторически развивались, но мы были в каждом из них. Последнее, что мы сделали - в прошлом году перевели большой том шариатских стандартов для организаций аудиторов и бухгалтеров исламских финансовых учреждений. До этого мы переводили отдельные стандарты, начиная примерно с 2011 года, а в 2017 году уже вышли на большие просторы и перевели весь том - 800 страниц - в плотном сотрудничестве с «AAOIFI». Штаб-квартира «AAOIFI» - Бахрейн, мы у них были и много раз общались с ними. Теперь у шариатских стандартов есть три официальных языка - арабский, английский и русский. Первый плюс - на российском рынке было несколько сделок, связанных с исламскими финансами. Наверное, самая известная - это привлечение банка АК БАРС – (порядка 100 миллионов через сделку мурабаха. Мурабаха - это

такой вид финансирования, который соответствует шариату и предполагает приобретение какого-то аккредитива в рассрочку). Если смотреть на то, как развивались финансы, то крупнейшим центром исламских финансов можно назвать Лондон, поэтому, переходя к сути вопросов - уже на протяжении, наверное, пятидесяти лет - с семидесятых - исламские финансы развиваются в Лондоне. Вот уже на протяжении полувека происходит некая конвергенция их связи между арабскими представителями исламского мира и европейцами. В Малайзии и в Индонезии дела идут немного по-другому, но я бы сказал так, что там примерно то же самое, арабы развивали больше исламские банки, а Малайзия развивает больше ценные бумаги. Развиваются они немного по-другому, но я бы сказал, что присутствие европейских и американских банков в Куала-Лумпуре бросается в глаза, когда просто идешь по улице.

Какие особенности бизнес-этикета и построения переговоров с представителями вы можете отметить и на что стоит обратить особое внимание?

Я бы не сказал, что есть какой-то очень специфический бизнес-этикет, который выходит далеко за рамки обычного этикета, к которому мы привыкли. Понятно, что какие-то очевидные вещи бросаются в глаза - когда люди приходят на деловые встречи в национальных костюмах, что на Арабском Востоке абсолютно нормально - это и есть деловой костюм, что в Индонезии - в Индонезии это, наверное, больше бросается в глаза, потому что они приходят в обычных рубашках навыпуск с короткими рукавами, но расписанных батиком, и это является официальной одеждой. Например, на официальные переговоры министр придет в галстуке, а его зам будет сидеть в рубашке со штамповкой национального узора, которым они очень гордятся.

Если поставить вопрос, есть ли специфика у арабов как таковых - мой опыт пребывания в этих странах - в Ираке и в Иордании не с целями

ведения бизнеса, показывает, что она присутствует. После пребывания в Ираке я осознал, что арабы - это люди, которые не понимают, что такое время. Опоздать на четыре часа - это абсолютно нормально, и они даже не понимают, в чем проблема - они пришли немного позже, а ты сидишь и ждешь четыре часа.

А как они относятся к переговорам по телефону? Я читала, что они предпочитают живое общение телефонным переговорам и перепискам.

Как все. Естественно, живое общение - это нормально. Я закончу мысль - я был абсолютно уверен, что специфической чертой целой нации является отсутствие чувства времени. Это мнение я поменял, когда мы приехали в Бахрейн и мы общались уже с деловыми кругами и поголовно люди приходили ровно в то время, когда было назначено. Не опаздывали. Причем это было постоянно, и я удивился - оказывается, можно и по-другому. Действительно, есть такая черта - я ее видел в целом у населения, но я ее не заметил у бизнесменов. Они все делают очень четко и я бы сказал, что на этом примере видно, что какие-то специфические особенности изживаются. Понятно, что когда ты находишься с ними на переговорах, есть какие-то известные позы - закинуть ногу на колено, пяткой в сторону собеседника - это некрасиво. Скорее всего, те не отреагируют, но лучше так не делать. Это уже все знают. Наверное, если тебя приглашают куда-то, то нужно будет разуться, но это специфика, это не влияет и не создает каких-то сложностей в переговорном процессе. Я бы сказал так, что большую специфику переговоров я видел у немцев, чем у арабов. С арабами речь идет скорее больше о жестах, о том, что лучше левой рукой визитную карточку не передавать, хотя если передашь, я думаю, ничего принципиально не поменяется, особенно когда народу много. Если ты их приглашаешь, что случилось в Москве, то, наверное, надо иметь в виду, что люди не едят свинину, но это уже скорее не этический, а

религиозный компонент, но надо его учитывать. Даже если ты их позовешь, они тогда, как правило, просто есть ничего не будут, но больших проблем, мне кажется, тоже не будет. Люди довольно открытые к общению, им интересно общаться даже с такими очень далекими от них партнерами, как русские. Я помню, когда мы пытались развить в Газпромбанке управление исламских финансов, я взял телефонный справочник и основные исламские банки просто обзванивал. Люди просто не понимают, где находится Россия. Позвонил, говорю - я из России, из такого-то банка - о, да вы что, говорят, - у вас, наверное, уже ночь? А я звонил днем. Я говорю - вы знаете, вы ошибаетесь, мы с вами в одном часовом поясе. Мы просто северней, нам лететь до вас четыре часа. Говорят - да не может быть такого! Я всегда думал, что Россия - это где-то очень далеко! Так что полное незнание присутствует, при этом и какой-то интерес, особенно у людей, которые занимаются схожими с бизнесом индустриями - нефть, газ, продовольствие - вот они о России знают больше.

Вопрос еще касательно ислама... например, по шариату нельзя давать ссуды под проценты и насколько с этим могут возникнуть проблемы в контексте исламского финансирования?

При исламском финансировании с этим возникнут проблемы. При работе с финансовыми организациями из стран Залива с этим не возникнут проблемы. Даже в Саудовской Аравии есть банки, или подразделения внутри банков, или подразделения внутри фондов - в том числе суверенных фондов - которые финансируют по шариатским принципам, и те, которые финансируют по конвенциональным принципам. Речь об исламских финансах, особенно применительно к России, возникает тогда, когда вы хотите расширить вашу базу инвесторов. Вот хороший пример, недавно по своему текущему месту работы мы закрыли инвестпроект по созданию двух ГЭС малой мощности в Карелии и в качестве акционера-участника там был РФПИ -

Российский Фонд Прямых Инвестиций, который, как правило, приводит с собой иностранных инвесторов. У них это в мандате записано - они привели с собой Катарский Суверенный Фонд и катарцы участвовали в акционерном капитале, ссужая деньги под процент. Процент был небольшой, но тем не менее, обычное процентное финансирование. Решили не усложнять с внедрением шариатских финансовых инструментов, ну просто потому что у них есть мандат делать и так, и эдак. Вообще о развитии исламских финансов... Оно возникло вот как бы от улицы, это было связано с необходимостью привлечения финансов у населения, которое не хотело ссужать банку депозиты под проценты. В Малайзии это начиналось с пенсионных фондов, которые испытывали трудности с –размещением своих активов под проценты (что было недопустимо для многих вкладчиков). Поэтому они придумали инвестиционный фонд, который инвестировал средства по шариатским принципам и, в общем, дело пошло. Вопрос только в том, что если вы хотите расширить свою базу, то вам нужно предусматривать эти инструменты, вам нужно развивать законодательство, как это делают англичане. Как делают те же европейцы, и что в принципе происходит у нас постепенно. Из области фантастики вопрос о развитии исламских финансов и инструментов в России перешел в практическую область. Есть рабочие группы в Думе, есть рабочие группы при Министерстве Финансов, и рабочие группы, самое главное, в Банке России, которые уже несколько лет как это пробуют на вкус.

Я слышала, что невербальное общение уже не играет такую важную роль и в принципе специфические жесты типа поглаживания бороды, больших пальцев уже не так важно и этому не стоит уделять много времени.

У половины из контр-агентов не будет бороды. У европейцев сейчас на улице больше бородатых мужчин, чем в том же Ираке или в Бахрейне.

Я имела в виду, например, в рамках стран Залива.

В рамках стран залива там будет большинство контр-агентов без бороды. Это уже в принципе ушло. Когда вы имеете дело с шариатским бордом, да, там будут люди - шейхи, шариатские ученые, муаллемы - они, конечно, будут выглядеть более подобающе с точки зрения ислама. А когда вы имеете дело просто с арабскими финансовыми институтами, очень часто их будут представлять экспаты. Там работает огромное количество экспатов. Вы будете с Исламским Банком Развития общаться, и там будет американец сидеть.

То есть лицом к лицу с арабами общения не будет?

Ну, нет, они могут и вдвоем-втроем прийти. Если речь идет о шариатских бордах, то, как правило, да, там арабы. Хотя если речь идет о консультантах, особенно юридических консультантах, которые, собственно говоря, руками делают документацию для исламских финансовых инструментов, то, как правило, это будут английские фирмы и находиться они будут в Лондоне. У них могут быть офисы, но если вы просто посмотрите на публикации по теме исламских финансов на английском языке, то в подавляющем большинстве авторы будут англичане, которые на этом руку набили.

Да, вы будете и с арабами общаться, я не замечал, чтобы они как-то особым образом гладили бороды, они скорее будут спрашивать о том, нужна ли какая-то специальная лицензия для чисто исламского банка. Например, их будет интересовать вопросы о том, что в России мешает созданию исламского банка.

Вот хороший вопрос тоже - они очень любят выражение «иншалла».

«Иншалла» все любят.

Как вы с этим миритесь?

Это как «маньяна» - ну, «иншалла» и есть «иншалла». Просто некая мантра - «дай бог получится». С этим не надо мириться. Если люди

нацелены сделать сделку, там не будет «иншалла», они просто сделают ее и все. Если они присматриваются, то они присматриваются и ничего не обещают. Но я, честно, не встречал, чтобы они что-то обещали, а потом не делали. То есть, как правило, не в большей мере, чем с кем-то еще. Про русских, кстати, бытует мнение, что это люди, которые все тебе наобещают и ничего не сделают в восьмидесяти процентах случаев. Это общее такое мнение.

А оно правдивое?

Ну я же инсайдер, мне тяжело судить. Но я знаю о том, что есть общий стереотип, причем он везде присутствует - в Китае, где угодно, что это люди, которые в восьмидесяти процентах случаев обещание нарушат. А в двадцати не нарушат, и из-за того, что в двадцати не нарушат, с ними как-то надо иметь дело. Потому что в двадцати случаях ты сделаешь бизнес и у тебя будет все хорошо.

То есть в общем и целом можно сказать, что когда дело касается бизнес-этикета и в России, и в арабских странах предпочитают западную модель поведения?

Конечно, есть какая-то специфика. Тебя на переговорах могут посадить не за стол, а за стул, а стола не будет, будут только стоять стулья вдоль стены. Кругом. Ну, когда много народу, это, наверное, удобно. Но опять же это не переговоры такого плана, на которых обсуждается что-то конкретное и нужно вести записи. Это скорее так, знакомство. Так что, может быть, есть специфика, когда ты приходишь, садишься, стола нет, и тебе разносят арабский кофе, который сварен из зеленых непрожаренных зерен, он очень крепкий и по вкусу на кофе не похож. Разве что так. Когда дело касается чего-то более конкретного, понятно, что ты будешь и за столом сидеть, и по телефону общаться. Вот, пожалуйста, сделка, о которой я упоминал два раза (Мураюбаха Банка Ак-Барс, 2011 года). Документация была в целом подготовлена, когда мы начали туда входить, но было очень много рабочих моментов,

все решались под арабский кофе. Я к тому, что у тебя сидят люди в Казани, в Москве, Сити сидит в Лондоне, еще какой-нибудь сидит в Бахрейне или в Дубае. Не наездишься. И никаких проблем я не испытывал. Шариатский борд на той сделке отработал вообще индивидуально. Люди выдали суждения по в принципе известному инструменту - сайн-офф капиталу - что да, так можно и все будет хорошо.

А были какие-нибудь неудачные сделки?

Неудачные сделки были, конечно. В свое время, году так примерно в 2009-2010 у ВТБ, у которого уже был офис в Дубаи. Костин тогда сказал, что мы в ближайшее время сделаем сукук исламских облигаций. Планировалось привлечение Аэрофлота, иджара сукук для лизинга, сделка была практически закрыта, документация была подготовлена, все было сделано, но кризис настал и просто ставки стали неприемлемые - очень высокие - на России закрылись позиции, лимиты закрылись. И сделку сначала откладывали, а потом просто не заключили.

То есть неудачных сделок, связанных с каким-то конфликтом культурным не было?

Люди все в принципе нацелены на дело. Для арабов мы являемся точно таким же культурным феноменом, как и они для нас, и они точно так же знают, что у европейцев есть своя специфика, к которой надо просто привыкнуть.

То есть если мы от этого приходим например именно к женщинам, то специфика остается выраженной?

Женщинам не надо просто руки подавать, здороваться за руку с ними не надо, и все.

И больше ничего? А к российским женщинам соответственно нет никаких завышенных требований, ожиданий, что они будут соблюдать исламские законы?

В Бахрейне я видел огромное количество женщин в исламских финансовых учреждениях, которые ходили без хиджаба. Когда дело касается Саудовской Аравии, то там есть закон, который запрещает им появляться нагими. Там, где закон не запрещает, они совершенно спокойно идут в платке и в длинном кафтане, а потом берут и снимают этот платок, потому что им надоело. И с распущенными волосами, причем заметно, я смотрю - вроде и платок, а что-то не то... А это волосы! А платок в руке - надоело и все. Так что если женщина занимает какую-то должность, и эта должность необходима в переговорах, то она будет участвовать, конечно.

Ходят шутки, что женщин в Аравии уравнили с домашним скотом, это все сильно утрировано?

Я скажу, что, конечно, это глупость великая, при том, что Саудовская Аравия действительно является очень специфическим местом, недавно совсем разрешили вождение, ну, про это все знают. Насчет уравнивания со скотом - неправда, более того, есть обратные примеры. Это не дискриминация, а, я бы сказал, злоупотребление правом. По шариату развод может дать мужчина - сказав «развод» один раз - а женщина не может сказать «развод», но может потребовать его у судьи. Для того, чтобы она его потребовала, нужны основания. Самое распространенное - опротивел. «Мне с ним противно». Это проблема довольно распространенная, поскольку дается довольно большой махр, то есть выкуп, за невесту. Этот махр передается ей. В разных ситуациях есть нюансы - то ли отцу, то ли невесте - главное - в семью невесты. Он может быть очень большой. Сто тысяч долларов, сто пятьдесят... Берется махр, а потом через несколько дней муж резко опротивел, все надоело. Уходит к отцу, идут к судье, она говорит: «противно», судья дает развод, а если не дай бог муж ударил ее, то это гарантированный развод. При таком разводе махр мужу не возвращается. И таких браков у нее может быть много. Про забитых женщин Востока - мне кажется, это

миф, скорее проблема с разводами стимулирует мужчин брать себе в жены иностранок - это одна из проблем, которые они обходят, беря в жены иностранок. Что касается арабов, то это большой риск, потому что развод может случиться хоть завтра. Потом, за каждой женщиной стоит ее семья. А семьи большие, то есть если произойдет конфликт, то женщину всегда есть кому защитить. Семья в их представлении - это шире, чем семья в нашем представлении, она может достигать трехсот человек - и это ближайший круг. Действительно, такое есть и на этом основаны деловые связи. Поэтому открыть какой-нибудь инвестиционный бутик в Дубаи довольно сложно. Они предпочитают нанять европейцев, чем позволить им открыть свой бизнес. Я не говорю, что его нет.

Как в дальнейшем будут развиваться торговые связи с арабскими представителями? Например, с Египтом?

Про Египет не знаю, это скорее архаизированная, чем арабская страна, настоящие арабы выделяют египтян как некую отдельную этническую группу. Надо шире смотреть. В принципе объем капитала, находящийся под управлением в исламских финансовых учреждениях, составляет по разным оценкам плюс-минус триллион долларов. Довольно крупная сумма, которая не подчиняется абсолютно всем законам, которые действуют в Лондоне и Нью-Йорке. Я не говорю, что она вообще ничему не подчиняется, у нее точно такие же законы экономики, и у вас будет точно такая же ставка, она просто может быть ставкой и может быть не ставкой, а защита в какой-нибудь исламский инструмент, но суть в том, что они могут не поддержать санкции, например, налоги, поскольку мы примерно одним и тем же занимаемся, - вооружение - там связей довольно много, еще с Советского Союза. Они были неким образом забыты, а сейчас я вижу довольно активное их восстановление, тот же РФПИ очень плотно сотрудничает с арабскими суверенными фондами и проводит много сделок с их участием здесь.

То есть до тех пор, пока будет действовать принцип «кому выгодно» - арабы будут сотрудничать с Россией?

Конечно. Они же торговая нация. Пророк был торговцем, он торговал, торговля - это очень уважаемая часть жизни. Купец - это серьезный человек. Поэтому, естественно, они прекрасно торгуют и я не видел ни одной сделки, которая бы не случилась потому, что кто-то не так сел, левой рукой взял кусок хлеба и съел - это все ерунда. Это в принципе твое дело, только если ты специально хамишь, но такого я не видел, никто специально не хамит. Любой человек оскорбится, если его специально оскорбить, вот и все. Потому чего-то такого особенно сложного, где можно потеряться в коммуникации, вообще не понять друг друга, и понадобятся консультанты для того, чтобы вернуть ситуацию на круги своя - не видел.

28.04.2018

А. А. Казаков

Подпись _____

Бобылева Дарья Матвеевна

Подпись _____