

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Березкина, Н. Ю. Инновационные формы информационного обслуживания в библиотеках Беларуси / Н. Ю. Березкина // Научно-техническая информация.– 2014. – № 10. – С. 19–23.

2. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 31 янв. 2017 г., № 31 // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=P31700031>. – Дата доступа: 24.03.2020.

3. Дудникова О. В. Роль библиотеки в информационно-аналитическом сопровождении научно-публикационной деятельности вуза / О. В. Дудникова, А.А.Богомолов, О.А.Смирнова // Университетская книга. – 2018. – № 2. – С. 60-63.

4. Скалабан, А. В. Роль Научной библиотеки в формировании информационно-образовательного пространства вуза / А. В. Скалабан, И. В. Юрик // Развитие информатизации и системы научно-технической информации : доклады XIII Междунар. конф. «РИНТИ-2014», Минск, 20 нояб. 2014 г. – Минск, 2014. – С. 327–331.

Тагаева В. А., студент 102а группы
Научный руководитель – Рабец Т. Д.,
кандидат филологических наук, доцент

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ С ЯПОНСКИМИ ПАРТНЕРАМИ

В настоящее время в связи с глобализацией и интернационализацией экономики многие предприятия и организации столкнулись с необходимостью налаживать прямые торговые, экономические и производственные связи с другими странами. Взаимодействие с

зарубежными партнерами – это всегда столкновение различных национальных культур, и чтобы избежать конфликтов и недоразумений в общении с иностранными коллегами, надлежит хорошо знать культурные, психологические и национальные особенности каждого народа, учитывать нормы и правила национального делового этикета, стереотипы поведения людей разных стран.

Международный деловой этикет – это нравственные и поведенческие принципы, правила вежливости и нормы делового общения с представителями иностранных государств. И как верно отмечает И. Мельников, «международное деловое общение предполагает понимание и учет особенностей менталитета, традиций и отличительных черт поведения разных народов» [1]. В связи с этим в процессе установления прочных деловых связей с зарубежными партнерами каждый участник коммуникации в совершенстве должен овладеть знаниями о национальных особенностях участников диалога, принципах и правилах делового этикета различных стран.

Япония относится к дальневосточным странам. Она имеет специфические особенности делового общения и требует особого подхода к изучению ее национального этикета.

Важнейшие черты характера японской нации – это традиционализм и гордость за свою страну. Традиционализм в сознание японцев закладывается еще с самого детства. Детей учат почитать свои обычаи, и это выделяет их из привычного в нашем представлении современного динамичного общества: японцы всегда стремятся к постоянству и упорядоченности, при этом они остаются верны своим традициям и жизненному укладу даже в случае долгого времени проживания в другой стране [2, с. 235].

Кроме того, как правильно отмечает Е. Игнатьева, японский деловой этикет закрепляет установку, «что существовать в удобстве можно только в коллективе» [2, с. 235]. В связи с этим издавна и до сих пор в Японии воспитываются дисциплинированность, вежливость и поклонение

авторитету. На улицах и в учреждениях часто встречаются таблички с известными японскими изречениями, напоминающие о необходимости быть вежливыми. На вежливости построены все взаимоотношения в японском обществе. Вежливое обращение является обязательным по отношению к любому члену общества. Следует также отметить, что для японского этикета характерна некатегоричная форма высказывания слов типа «возможно», «вероятно». Японец избегает отрицательные выражения, а говорить «нет» просто не принято. Так, например, В. Овчинников в книге «Ветка сакуры» рассказывает об отличительных особенностях японского этикета: «В разговорах люди всячески избегают слов «нет», «не могу», «не знаю», словно это какие-то ругательства, нечто такое, что никак нельзя высказать прямо, а только иносказательно» [3]. А если, например, китайский партнер скажет: «Прежде чем ответить на ваше предложение, я должен посоветоваться с женой», то это не означает, что его поведение будет зависеть от мнения жены или другого родственника, а указывает лишь на один из способов произнесения слов отказа по данному вопросу.

Японская склонность к умеренности и сдержанности распространяется на жесты и мимику людей, которые в Японии имеют свой национальный колорит. Так, например, японцы избегают прямого взгляда и прикосновений. Нормой считается отсутствующий взгляд, а участливое обращение к незнакомцу расценивается как фамильярность. Рукопожатие в Японии считается необязательным. Японцы, живущие в другой стране, могут использовать такую форму приветствия, но относятся к этому все же негативно. Однако, в то же время поклоны в Японии являются самым распространенным и универсальным жестом. Они сопровождают любые события: приветствия, поздравления, просьбы и различаются в зависимости от ситуации [2, с. 239]. При встрече низшие по рангу, возрасту или положению кланяются первыми и более вежливым поклоном. Кроме того, является интересным тот факт, что в Японии с самого детства приучают держать спину прямо, но человек с прямой спиной считается высокомерным,

и японцы постоянно слегка сутулятся во время ходьбы, стоя и сидя, чтобы показать свою принадлежность обществу и не выделяться из толпы. Смиранные позы в Японии являются культурной ценностью и влияют на поведение людей в повседневной жизни.

Несмотря на сдержанность в поведении японцы в общении используют множество значимых для них жестов, которые не всегда понятны иностранцам. Поэтому во время общения с японцами рекомендуется как можно меньше жестикулировать. Во-первых, в Японии принято сдерживаться в движениях, во-вторых, ваши жесты могут быть неправильно восприняты.

Этикет делового общения с японцами значительно отличается от этикета других стран. В Японии очень важное значение имеет корпоративная культура, поэтому компанию принято считать второй семьей.

Большинство японских компаний официально начинают работать в 9:00 и заканчивают в 18:00. Часто сотрудники серьезных компаний приходят на работу на 30 минут раньше и остаются после окончания рабочего дня на несколько часов. Причем делают это они по собственной инициативе. Рабочий день практически всех японских фирм начинается с гимна компании. Все работники компании перед началом рабочего дня собираются для физической зарядки и короткой церемонии – тэ:рэй, на которой каждый получает четкое задание [2, с. 240].

Среди важнейших черт японского стиля ведения переговоров можно отметить такие составляющие, как точность, пунктуальность и выполнение взятых на себя ранее обязанностей. Переговоры начинаются и заканчиваются в точно установленное время и ведутся в размеренном темпе. Разговор обычно ведется «вокруг да около», с помощью этой тактики они стремятся лучше узнать о намерениях партнеров, чтобы далее либо подстроиться к ним, либо противостоять, не уронив при этом достоинства противоположной стороны. В ходе переговоров часто могут возникать паузы, к которым японцы относятся совершенно нормально. При этом японцы всегда

контролируют свои эмоции и не любят проявления чувств на людях, и если во время переговоров вы будете поддаваться эмоциям, то они решат, что вы не надежный партнер.

Контакты с японскими бизнесменами устанавливаются на одинаковом уровне. Они считают неприемлемым давление со стороны иностранных партнеров, и, почувствовав его, могут даже покинуть зал переговоров. Устанавливать контакты по рекомендации авторитетных лиц или посредников считается более эффективным, и в таком случае японские партнеры не будут изучать вас, как незнакомое лицо, а будут слушать более внимательно.

На переговорах японцы представляют в первую очередь свою компанию. По нормам делового этикета принято называть сначала компанию, затем должность и только в конце свое имя. На встречу они приходят также целой командой – переговоры с глазу на глаз не приняты. На деловых переговорах с японскими бизнесменами в группе иностранных партнеров должен присутствовать представитель руководства, к которому остальные будут относиться с подчеркнутым уважением. Более молодые представители компании могут вообще молчать в течение переговоров, демонстрируя подчеркнутое уважение к старшим.

Важную роль в деловом общении с японцами играет обмен визитными карточками. Их вручают и принимают обязательно двумя руками – это жест, который показывает заинтересованность и уважение к иностранным представителям. Кроме того, на первой деловой встрече принято обмениваться печатными материалами о своей компании. Материалы включают: название и адрес фирмы, фамилии и должности руководителей, фирменная продукция, история компании и ее особенности, биография руководителя, а также вся информация об услугах и технологиях компании.

Таким образом, международное деловое общение предусматривает необходимость понимания и учета особенностей характера и отличительных черт поведения народов. Знание национальных особенностей Японии

поможет вести себя в этой стране соответственно ее правилам и главное – добиться успеха.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Мельников, И. Общение в деятельности менеджера / И. Мельников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://marketing.wikireading.ru/amp628#aoh=16165142205862&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf24s. – Дата доступа: 15.03.2021.
2. Игнатъева, Е.С. Международный деловой этикет на примере 22 стран / Е. С. Игнатъева. – М : Бомбора, 2020 - 414 с.
3. Международный деловой этикет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.refsru.com/referat-5570-6.html>. – Дата доступа: 15.03.2021.

Талако Д. С., студент 402а группы
 Научный руководитель – Сапотько П. М.,
 старший преподаватель

ОПЫТ РЕГИОНАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ В АКТИВИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО КУЛЬТУРНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Международное сотрудничество – одно из ведущих направлений работы белорусских музеев. Посредством активизации межкультурных связей в музейной сфере широко транслируется историко-культурное наследие Беларуси за рубежом, в Беларусь привозят уникальные экспонаты и выставляют их на обозрение отечественной аудитории.

В приоритете – организация международных выставок и обменных экспозиций с музеями и галереями стран ближнего и дальнего зарубежья с целью развития межкультурного взаимодействия и популяризации историко-культурного наследия Беларуси.

Интересные международные выставки демонстрирует Национальный