

Spis treści

Wstęp.....	7
1. Rola zadawania pytań w komunikacji o charakterze biznesowym.....	11
1.1. Wybrane modele komunikacji interpersonalnej i społecznej.....	13
1.2. Rodzaje pytań w komunikacji o charakterze biznesowym.....	35
1.3. Specyfika zadawania pytań we współczesnym języku chińskim (mandaryńskim).....	46
2. Teoria trzech pytań - przykłady.....	61
3. Badania nad sposobem prowadzenia dialogu ze stroną chińską - specyfiką zadawania pytań i udzielania odpowiedzi w Chinach.....	65
3.1. Charakterystyka grupy badawczej - respondentów z University of International Business and Economics.....	65
3.2. Opinie studentów - Chińczyków.....	66
3.3. Opinie studentów - obcokrajowców.....	72
3.4. Opinie studentów - pytania wspólne.....	78
4. Aspekty kulturowe symboliki liczby <i>trzy</i> oraz specyfiki zadawania pytań i udzielania odpowiedzi w Chinach.....	81
4.1. Symbolika liczby <i>trzy</i> w kulturze chińskiej.....	81
4.2. Wybrane elementy kultury chińskiej mające wpływ na sposób zadawania pytań i udzielania odpowiedzi przez Chińczyków.....	85
Wnioski.....	101
Literatura.....	109
Wykaz diagramów i fotografii.....	119