

## ДИАЛОГ ЯЗЫКОВ И КУЛЬТУР КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКОГО ПАРТНЕРСТВА

Н. Н. Черник

*Белорусский государственный экономический университет  
(г. Минск, Республика Беларусь)*

### ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

*В статье сделана попытка описания речевого поведения китайской языковой личности в ситуации межкультурной коммуникации в сфере международного бизнеса. Описаны отличительные особенности коммуникативного поведения китайской языковой личности по сравнению с коммуникативным поведением представителей европейской и белорусской культур, в том числе те, которые могут приводить к появлению коммуникативных неудач. Обоснован вывод о том, что важнейшей целью преподавания иностранного языка для специалистов в области международного бизнеса должно стать развитие социокультурной компетенции наряду с другими составляющими коммуникативной компетенции.*

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация; деловая коммуникация; языковая личность; речевое поведение; китайская языковая личность; социокультурная компетенция.

*The article describes the speech behavior of the Chinese language personality in the situation of intercultural communication in the field of international business. The distinctive features of the communicative behavior of the Chinese language personality in comparison with the*

*communicative behavior of representatives of European and Belarusian cultures, including those that can lead to communicative failures, are described. The conclusion is substantiated that the most important goal of teaching a foreign language for specialists in the field of international business should be the development of socio-cultural competence along with other components of communicative competence.*

**Keywords:** *intercultural communication; business communication; language personality; speech behavior; Chinese language personality; socio-cultural competence.*

В настоящее время благодаря научно-техническому прогрессу и сети Интернет количество форм и способов межкультурной коммуникации постоянно растет. Однако главным условием эффективности такого общения по-прежнему остаются диалог культур, взаимопонимание, терпимость и уважение к представителям других культур. По этой причине одной из главнейших задач, стоящих перед системой образования в XXI в., является овладение молодым поколением специалистов иностранными языками наряду с всесторонними знаниями о культуре народа изучаемого языка.

Языковая личность определяется как когнитивно-коммуникативный инвариант, обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и форм поведения. Предпосылки понятия языковой личности заложены идеями Л. Вайсгербера и других неогумбольдтианцев о решающей роли языка в формировании картины мира – понимании языка как «промежуточного мира» между человеком и внешним миром, когда человек видит мир сквозь призму родного языка. При этом своеобразие личности, которое проявляется в процессе усвоения и применения человеком родного языка, ограничено национальной спецификой языковой картины мира.

Фокус внимания научных работ, посвященных изучению речевого портрета, направлен на коммуникативное поведе-

ние языковых личностей разной этнической принадлежности, а также на их сопоставительный анализ. Исследованию русской языковой личности посвящены работы Ю. Н. Караулова, К. Ф. Седова, английской и русской языковых личностей – М. Г. Корочкиной, носителей англоязычных и российской культур – Г. В. Елизаровой и др. Речевые портреты представителей восточных культур исследованы в меньшей степени, а работы, нацеленные на изучение речевого портрета китайской языковой личности, немногочисленны и в основном представляют лишь отдельные характеристики речевого поведения китайской языковой личности (В. В. Багин, Т. Л. Гургулева, В. Г. Крысько, И. В. Мажаров, Н. П. Романова и др.). Практически отсутствуют работы, описывающие речевое поведение китайской языковой личности в контексте межкультурной деловой коммуникации.

Анализ научных работ показал, что китайской языковой личности в деловом общении свойственна высокая степень вежливости. Речевой этикет Китая – наследник древней эпохи и учений Конфуция, неотъемлемая часть традиционной культуры современной страны, фундамент культурных представлений. Он строг и предельно четок, предусматривает уважительное отношение к старшим по возрасту и доброжелательное к младшим. Роль адресата всегда возвеличивается, в то время как адресант преуменьшает свое значение. Если же происходит наоборот, это воспринимается как высокомерие или невоспитанность со стороны адресанта.

Отличительными чертами китайского этикета также являются трудолюбие, коллективизм, организованность, спокойствие, неприхотливость в пище, одежде и быту. Умение сохранять лицо, вести себя достойно также высоко ценится. Гармония с миром – конечная цель китайского этикета.

Существенную значимость для китайцев имеют место общения, статус его участников, для них характерно глубокое изучение поставленной проблемы, создание «духа дружбы» в диалоговом процессе. Речевому поведению китайцев свойственна

неоднозначность: «да» в разных ситуациях может означать «нет», либо «нет» может быть высказано в очень мягкой форме, что часто вводит в заблуждение партнера по общению. Боязнь потерять лицо может превалировать над достоверностью излагаемой информации.

Если в неофициальной обстановке китайская языковая личность характеризуется эмоциональным, темпераментным поведением, громким разговором, то при официальном общении с незнакомыми людьми проявлять эмоции не принято. Китайцы никогда не жалуется на судьбу, любят давать советы, редко открыто критикуют собеседника, не демонстрируют превосходства, не вступают в споры, могут прибегнуть к явной лести в своих целях [2, с. 198].

Устная и письменная, формальная и неформальная речь изобилует такими стилистическими тропами, как анадиплосис и палиндром. В речевом поведении китайской языковой личности присутствуют склонность к образности, символикe, магии числа или устойчивого словосочетания, а также способность к уточнениям, детализации и конкретизации. В основе национально-культурной специфики речевого поведения лежит явление языковой омонимии. Китайская неформальная и формальная речь изобилует повторами одной и той же мысли разными речевыми способами, уточняющими и конкретизирующими ее.

Культурные нормы коммуникативного поведения, такие как правила произнесения речи, обращения к различным чиновникам, общения друг с другом, выражения мыслей и построения фраз и т. д., сохраняют черты культурной формы, церемониала, правил этики и эстетики, принятых в конфуцианском Китае. У китайцев обычно обсуждается широкий спектр тем: экономические, политические, религиозные и др. Показателем уважения являются вопросы, заданные китайцу о семье.

В отношениях руководитель – подчиненный существует четкое разграничение, выражающееся в вербальном и невербальном поведении. Язык, манеры и другие аспекты поведе-

ния должны строго соответствовать социальным отношениям и контексту, в котором происходит общение. Говоря с собеседником, стоящим выше по социальному статусу, китаец использует стиль 上行 (shàngxíng) – обращение нижестоящего к вышестоящему [8, с. 24]. При обращении к собеседнику китаец всегда называет должность или социальную роль (например: начальник отдела, старший менеджер, президент) и затем добавляет фамилию. Считается неприемлемым критиковать руководителя. Принят публичный инструктаж руководителями подчиненных, формулировка рабочих заданий в виде устных и письменных приказов и распоряжений.

Невербальное поведение китайцев в общении с незнакомыми людьми является специфическим. Во время разговора они сохраняют неподвижными лицо и тело, сидят прямо и ровно, не двигают мышцами лица, лишь слегка шевелят губами. Голос при этом приближен к шепоту. Если глаза и брови европейца находятся, как правило, в постоянном движении, предоставляя собеседнику множество дополнительной информации об эмоциональном состоянии, впечатлениях и реакциях, то лицо китайца остается беспристрастным и выражает спокойствие и елейность.

Окулесике китайской языковой личности не свойственен прямой взгляд в глаза, так как по их культурным представлениям так могут смотреть только враги или ненавидящие друг друга люди. Добрым людям сверлить друг друга взглядом считается неприличным. Когда в деловой беседе европеец встречает старательно отводимый и потупленный взгляд китайца, это воспринимается как неискренность, невнимание или даже затаенный умысел. Однако на самом деле это всего лишь дань устоявшейся традиции и стремление проявить дружелюбие к собеседнику.

Сопоставление белорусской и китайской культур по основным культурным измерениям, принятым в этнической психологии (по Т. Холлу, Г. Хофстеде, Г. Триандису, Ф. Тромпенаарсу,

Р. Льюису), обнаруживает многочисленные кросс-культурные различия, в том числе и относительно невербальной коммуникации. Например, китайская культура, по сравнению с белорусской, является более контекстуальной. Это значит, что контекст и невербальная составляющая общения более значимы, чем вербальная; собеседники ориентируются скорее на контекст ситуации, на сопутствующие события, на неуловимые детали в интонации, позе или взгляде. Произносимые слова имеют второстепенное значение для жителей Китая. Для речевого поведения характерна оценка контекста ситуации, из которого извлекаются значения [1]. Напротив, в белорусской культуре большую информационную нагрузку несет вербальное содержание сообщения.

По другой шкале белорусская культура занимает промежуточное положение между моноактивными и полиактивными культурами, ближе к последним. Китайцы являются типичными представителями реактивной культуры. Люди реактивного типа способны к эмпатии, они могут тонко чувствовать настроение, а также потребности собеседника. Носители реактивной культуры чувствуют себя неудобно, сталкиваясь с выраженной жестикомацией полиактивных людей, так как нарушается их пространство комфортного общения. Полиактивные люди владеют всем разнообразием жестов и мимики, почти не используемым и зачастую неправильно истолковываемым или не воспринимаемым представителями реактивных культур [5, с. 114].

Отличительная особенность речевого поведения китайцев обусловлена важной характеристикой китайского мышления, заключающейся в его стратагемности. Эта особенность национального менталитета имплицитно применяется на всех уровнях коммуникации представителями китайского социума с целью получения преимущества или перехвата инициативы. Способы решения вопросов в сфере деловых коммуникаций основываются на прагматике и стратагемности в том числе [4].

Стратagemность исследуется как один из базовых концептов традиционной и современной китайской культуры, прочно закрепленный в картине мира китайцев на протяжении тысячелетий, что позволяет рассматривать его как константу китайской культуры. Являясь одной из главных характеристик традиционного китайского мышления, она выступает как фактор культурной детерминации современных китайских коммуникативных стратегий и в сфере внутрикультурного развития, и в области межкультурного взаимодействия [7, с. 11].

Современные китаеведы рассматривают стратagemность мышления и поведения китайцев как эквивалент европейского понятия игры и как имплицитную особенность китайского этноса, являющуюся не только достижением ее философской и политической мысли, но и чертой национального характера и национальной психологии [6, с. 239].

В сознании европейцев понятие «стратaгeма» в основном ограничено военно-политическим дискурсом [7, с. 11]. В Китае, в отличие от Европы, стратagemность получила более глубокое развитие и осмысление. Из области военно-политической деятельности стратaгeмы перешли в сферу коммуникативных практик других типов, аккумулировали основные ценности и идеалы китайской культуры и превратились в обобщающие формулы, отражающие коммуникативные сценарии и способы поведения в конфликтных ситуациях в различных сферах.

До недавнего времени, к сожалению, на Западе практически не выполнялись исследования по этой теме, в связи с чем понимание стратagemности развито слабо. Представители западной цивилизации в своей повседневной жизни постоянно становятся жертвами стратaгeм и часто сами применяют их в зависимости от ситуации, но никогда не задумываются об этом.

По мнению Х. фон Зенгера, умение пользоваться стратaгeмами всегда помогало китайцам не только уберечься от чужих уловок, но и понять суть происходящего, найти взаимосвязь с другими случаями такого же рода и овладеть более высоким

искусством общения. Европейцы же видят лишь конкретные проявления хитрости, не замечая при этом общего в однотипных уловках и не сопоставляя их с аналогичными примерами из истории, художественной литературы и т. д. [3, с. 36].

Лингвокультурологические исследования места и роли страгемы в языковой картине мира китайца показали, что страгемы представляются в качестве символически обобщающих формул, отражающих этнокультурные коммуникативные сценарии и формы поведения китайцев в проблемных и конфликтных ситуациях, например: «достичь победы без боя», «управлять, ничего не предпринимая», «мудрость в любых проявлениях не опирается на силу» и т. д.

Для более полного понимания китайского коммуникативного поведения в ситуации делового межкультурного общения Е. В. Шабунина выделяет четыре основные максимы устной речи [9, с. 44]:

1. Максима скудности – говорить мало. Скудность речи в Азии считается признаком интеллекта и несет в себе позитивный образ. Когда китайцы решают говорить, они, как правило, делают это медленно, осторожно и неохотно. Этот стиль посылает слушателю сигнал, что оратор не готов взять на себя обязательства по совершению ожидаемых действий.

Китайцу как представителю высококонтекстной культуры при общении с белорусским представителем низкоконтекстной культуры будет казаться, что тот говорит больше, чем требуется, и тем самым нарушает максиму количества. Носитель белорусской культуры в свою очередь будет недоволен туманностью речей партнера, с его точки зрения нарушающего максиму ясности.

2. Максима неоднозначности – говорить неопределенно. Азиатская неоднозначность – это не семантический или логический недостаток, а преимущество. Этот стиль хорошо сочетается с потребностью китайцев поддерживать общественную систему с четко закрепленными ролями и позволяет сохранить пространство для коммуникативной неопределенности.



3. Максима уклончивости – говорить дружелюбно. Эта максима основана на том факте, что в восточноазиатских культурах очень высоко ценится гармония.

4. Максима слушания – сначала выслушать, потом говорить. Исследования показывают, что слушание не пассивно, а активно. При коммуникации китайским слушателям важно выявлять «ясные и скрытые смыслы» слов говорящего, прежде чем они смогут ответить, поэтому слушателю необходимо «прислушиваться к речам и приглядываться к выражению лица» говорящего. Следует отметить, что китайская художественная философия создания произведений искусства соответствует тому же стилю, наводящему на размышления, но не высказывающемуся до конца. Помимо умения слушать, для китайцев важно уметь высказывать замечания в нужный момент, уметь планировать время для замечаний.

Некоторые исследователи считают, что китайцам присущ особый тип логики, который сформировал мировоззрение и культуру Востока [9]. Так, нормы мышления и способы аргументации в Древнем Китае существенно отличались от европейских. В отличие от аристотелевской логики, в Китае существовала логика формы. Она не связывала явления причинно-следственной связью, а являлась знаковой. Правильно подобранная форма считалась залогом стабильности и устойчивости процессов. Например, если расставить предметы в определенной последовательности, то можно заключить выгодную сделку. Такой подход называют целостным, холистическим, поскольку он считает все вещи и явления взаимосвязанными [9, с. 29].

Таким образом, выполненный анализ закреплённых культурой отличительных особенностей китайской языковой личности, нашедших отражение в стереотипах вербального и невербального поведения, а также особенностей национальной логики и мышления показал, что они значительно отличаются от свойственных представителям европейской культуры и по этой причине могут приводить к непониманию, коммуникативным

неудачам и нарушению взаимодействия белорусов и китайцев в контексте межкультурной деловой коммуникации. Потенциальная угроза полноценному межкультурному деловому общению рождает потребность в дальнейшем научном исследовании представлений об универсальных особенностях коммуникации как собственной (автостереотипы), так и другой (гетеростереотипы) этнической группы у представителей Республики Беларусь и Китая.

Важнейшей профессиональной задачей преподавателя иностранного языка является обучение системе языка и принципам ее использования в ситуациях речевого общения в соответствии с особенностями иноязычной культуры. Коммуникативные неудачи, возникающие из-за отсутствия знаний о национально-культурных особенностях социального и речевого поведения носителей изучаемого языка, могут расцениваться собеседниками – представителями культуры изучаемого языка – скорее как результат невоспитанности и неэтичности, нежели как следствие недостаточного уровня владения языком. По этой причине важно, чтобы большое внимание в преподавании иностранного языка для специалистов в области международного бизнеса уделялось развитию социокультурной компетенции наряду с другими составляющими коммуникативной компетенции.

## Литература

1. Гридунова, М. В. Невербальные средства общения в межкультурном диалоге России и Китая [Электронный ресурс] / М. В. Гридунова // Материалы V Междунар. студ. науч. конф. «Студенческий научный форум». – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013007658>>><https://scienceforum.ru/2013/article/2013007658>. – Дата доступа: 12.11.2022.

2. Гурулева, Т. Л. Речевой портрет этнической языковой личности (сопоставительная характеристика китайской, русской и английской языковых личностей) [Электронный ресурс] /

Т. Л. Гурулева // Культура и цивилизация. – М., 2017. – Т. 7. № 3 А. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/62205218-Rechevoy-portret-etnicheskoy-yazykovoy-lichnosti-sopostavitelnayaharakteristika-kitayskoy-russkoy-i-angliyskoy-yazykovyh-lichnostey.html>. – Дата доступа: 10.09.2022.

3. Зенгер, Х. фон. Стратегемы: О китайском искусстве жить и выживать. Впервые полное прочтение всех 36 знаменитых стратегем, истинного воплощения трехтысячелетней мудрости / Х фон Зенгер. – М : Эксмо, 2004. – Т. 1, 2. – 512 с., 1024 с.

4. Каткова, Н. М. Стратегемность мышления и поведения как характерная особенность китайской цивилизации [Электронный ресурс] / Н. М. Каткова // Вестник СПбГУ. Востоковедение. Африканистика. – 2011. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stratagemnost-myshleniya-i-po-vedeniya-kak-harakternaya-osobennost-kitayskoy-tsivilizatsii>. – Дата доступа: 10.08.2022.

5. Льюис, Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе / Р. Д. Льюис. – М. : Дело, 2001. – 434 с.

6. Мясников, В. С. Квадратура китайского круга / В. С. Мясников // Избранные статьи : в 2 кн. – М. : Восточная литература, 2006. – 624 с.

7. Распертова, С. Ю. Современные культурные стратегии Китайской Народной Республики в практике международного взаимодействия : автореф. дис.... канд. философских наук : 24.00.01 / С. Ю. Распертова. – М., 2011. – 25 с.

8. Шабунина, Е. В. Концепт «деловой человек» в китайской лингвокультуре : магистерская дис. / Е. В. Шабунина ; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Уральский гуманитарный институт, кафедра иностранных языков и перевода. – Екатеринбург, 2021. – 192 с.

9. Шабунина, Е. В. Специфика деловой культуры Китая / Е. В. Шабунина // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2020. – № 1. – С. 37–50.