

Секция «Востоковедение, африканистика»

Лингвокультурные особенности российско-китайских деловых переговоров в сфере вербальной коммуникации

Ульянова Ксения Анатольевна

Студент

*Алтайский государственный университет, Исторический факультет, Барнаул,
Россия*

E-mail: wanderer-91@list.ru

Актуальность изучения российско-китайского делового общения обусловлена интенсивным развитием политических, экономических и культурных связей России и Китая, а также усилением позиций Китая на международной арене. В среде российского предпринимательства неуклонно возрастает интерес к китайскому «экономическому чуду», а, следовательно, и желание вести бизнес в Китае.

Однако необходимо учитывать, что Китай – страна со сложной иерархической системой человеческих взаимоотношений, где представители русской культуры сталкиваются с трудностями, связанными с различиями в национальных традициях [1]. Китайская культура высококонтекстуальна – это значит, что для успешного общения с представителями китайской нации хорошее знание китайского языка зачастую не является достаточным [3]. В процессе коммуникации носителям иных культур следует принимать во внимание культурный контекст (к примеру, события китайской истории, социальный статус собеседника и т.д.).

Следует отметить достаточно высокую степень разработанности в отечественной и зарубежной литературе отдельных аспектов российско-китайской межкультурной коммуникации. В области теории и практики межкультурной коммуникации глубоко исследована проблематика, связанная с постижением сущности процессов возникновения и развития межкультурного взаимодействия, охарактеризованы виды и формы коммуникации [3]. Подробно описаны особенности китайской и русской культур, проблемы взаимного восприятия представителей русской и китайской наций. Работа Прохорова Ю.Е. посвящена характеристике стереотипов мышления носителей русской культуры [4]. При изучении специфических черт деловой культуры китайского этноса необходимо учитывать его этнопсихологические особенности, которые отражены в работе Спешнева Н.А на примере различных сфер жизни китайского общества [5]. Малявин В.В. в одном из своих исследований акцентирует внимание на методах ведения торговли и роли менеджмента в Китае [2]. Монография Васильевой М.А. имеет практическое назначение и содержит множество готовых языковых формулировок, подлежащих применению в различных ситуациях делового общения с китайскими партнерами [1]. В пособии Хуан Вэйчжи по деловому китайскому языку рассматривается связь предпринимательской деятельности с китайской культурой [7].

На сегодняшний день сохраняется задача дальнейшего систематического изучения и теоретического обоснования практики российско-китайской межкультурной коммуникации. Предмет данного исследования – российско-китайские деловые переговоры как коммуникативная ситуация, в которой реализуются преимущественно вербальные (языковые) средства общения. Анализ российско-китайского взаимодействия в деловой сфере проводится в рамках лингвокультурологии и теории коммуникации.

Результаты проведенного автором исследования, а также социологического опроса среди китайских студентов позволяют сделать следующие основные выводы:

1. Несмотря на то, что внешняя сторона делового этикета в Китае подверглась значительному упрощению, внутреннее содержание традиций по-прежнему играет существенную роль в деловых контактах. Такие понятия, как личные связи (гуаньси), имидж (мяньцзы), вежливость (лимао) и проявление дружеских чувств (жэньцин и бао – благодарность за услугу) являются ключевыми для китайской культуры [8]. Это своеобразные механизмы для построения гармоничных человеческих отношений, которые нашли свое отражение в ряде языковых штампов: «сохранить лицо», «потерять лицо» и пр. Вышеперечисленные особые принципы взаимоотношений между людьми могут быть не вполне понятны для представителей русской культуры.

2. Отличительные особенности китайской деловой культуры зачастую кроются в традиционных нормах общественного поведения, а в некоторых случаях и в специфике китайского языка. Язык – это своего рода концентрат культуры, который отражает картину мира и образ мышления его носителей [6]. Ограниченное число слогов в китайском языке компенсируется наличием тоновой системы. Многие слова произносятся одинаково в плане звучания, но в различной тональности, что дает почву для возникновения ассоциаций (к примеру, недопустимо дарить часы, т.к. в некоторых диалектах данное словосочетание созвучно с выражением «идти на похороны», и такой подарок может расцениваться как пожелание смерти) [1]. Подобное явление полностью отсутствует в русской культуре. Тем не менее, в процессе межкультурного взаимодействия нужно стремиться оценивать поведение собеседника с точки зрения норм, принятых именно в его культурной традиции [3].

Таким образом, плодотворное межкультурное взаимодействие предполагает не только хорошее владение иностранным языком, но и умение адекватно интерпретировать коммуникативное поведение носителя иной культуры. Цели данного исследования: охарактеризовать специфические черты китайской культуры, смоделировать ситуации, возникающие при проведении деловых переговоров, и наметить наиболее распространенные проблемы, возникающие перед представителями русской культуры в процессе межкультурной коммуникации; дать практические рекомендации относительно использования китайского языка в сфере делового общения, которые в дальнейшем позволят выработать формы оптимизации российско-китайского взаимодействия.

Литература

1. Васильева М.А. Официально-деловой стиль китайского языка. СПб.: КАРО. 2008.
2. Малявин В.В. Китай управляемый. Старый добрый менеджмент. М.: Европа. 2007.
3. Основы межкультурной коммуникации / под ред. А.П. Садохина. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2003.
4. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М.: Издательство ЛКИ. 2008.
5. Спешнев Н.А. Китайцы: особенности национальной психологии. СПб.: КАРО. 2011.

6. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово. 2000.
7. Хуан Вэйчжи. Цзинмао гаоцзи ханьюй коуюй (Практический курс делового китайского языка: высший уровень): В 2 ч. Пекин: Издательство Пекинского Университета языка и культуры. 2007. Ч. 1.
8. Ян Дэфэн. Ханьюй юй вэньхуа цзяоцзи (Связь китайского языка и культуры). Пекин: Коммершл Пресс. 2012.