

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ НЕВЕРБАЛЬНЫЕ ЛАКУНЫ РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА КИТАЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Даминава Д.Х.

*Даминава Дилрабо Хайруллаевна – студент,
специальность: лингвистика,
Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск*

Аннотация: в работе рассматриваются вопросы функционирования невербальных средств речевого этикета в сфере деловой коммуникации между представителями русской и китайской лингвокультур. Указано, что понимание универсальных и специфических элементов речевого этикета способствует выстраиванию эффективных партнерских взаимоотношений.

Ключевые слова: деловая культура, речевой этикет, невербальные средства речевого этикета, лакуны.

Процесс взаимодействия между людьми строится не только на вербальном общении, но и учитывает влияние невербальных средств взаимоотношений. При этом вполне очевидным является тот факт, что в деловом мире осознание как универсальных, так и специфических особенностей деловой культуры представителей различных этнокультурных общностей способствует выстраиванию эффективных партнерских взаимоотношений.

На процесс коммуникации между людьми оказывают влияние нормы и правила делового этикета, особенности национальной культуры. В процессе межкультурной коммуникации люди не просто обмениваются информацией с помощью вербальных средств, так как овладение языком – это только первый этап межкультурной коммуникации. Важно знать невербальные элементы речевого этикета других культур, в котором сохраняется не только уникальное представление о мире, но и аксиологические аспекты культуры.

В данной статье предпринимается попытка выявления универсальных и этноспецифических элементов невербального речевого этикета носителей русской и китайской лингвокультур.

Вопросы делового этикета раскрываются в исследованиях различной направленности. Проблемы формирования деловой культуры Китая, специфики его речевого этикета отражены в работах В.Г. Бурова [1], А.В. Ломанова, В.В. Малявина [2], М.Л. Титаренко [5] и др. исследователи указывают как на универсальные элементы китайской деловой культуры, так и на ее специфические особенности, понимание которых способствует выстраиванию партнерских отношений. При этом отметим, что универсальные средства делового взаимодействия воспринимаются однозначно представителями разных лингвокультур, в то время как специфические особенности речевого этикета могут затруднять процесс выстраивания эффективного делового взаимодействия.

И.В. Томашева определяет лакуны как национально-специфические элементы культуры, которые отражаются в языке представителей данной культуры. При этом они могут абсолютно или частично не осознаваться представителями других лингвокультур [6, с. 51]. При этом в процессе взаимодействия представителей различных лингвокультур восприятие именно лакуны могут выступать препятствием для установления партнерских взаимоотношений. Преодоление данных трудностей осложняется тем, что на формирование лакун оказывает влияние не только национальные и культурные особенности страны, но и специфика менталитета ее жителей, вековые традиции, религиозные установки.

К невербальным средствам речевого этикета относятся жесты, позы, выражение глаз, мимика.

С целью изучения особенностей использования невербальных средств речевого этикета в русской и китайской бизнес-среде нами использовалось анкетирование. В анкетировании принимали участие 20 человек (10 представителей русской деловой среды и 10 – китайской). В результате анкетирования было выявлено, что невербальные средства общения активно используются как русскими, так и китайскими предпринимателями. При этом китайцы отметили, что русские жестикуют более энергично, с широкой амплитудой движения. В русском коммуникативном поведении много жестов «рука-голова», активнее используется мимика, особенно характерны движения бровей, носа, губ.

Российские предприниматели в качестве характерных для китайцев жестов выделили кивание головой, нахмуривание бровей, улыбку. Отметим, что представители обеих категорий считают, что использование невербальных средств речевого этикета оказывает непосредственное воздействие на восприятие собеседника. На вопрос о том, используют ли представители иной этнокультурной общности (в нашем случае, для русских – китайской, а для китайцев – русской) невербальные средства речевого этикета, не принятые в вашей стране, 70% русских и 50% китайцев ответили, что используют. При этом респонденты указали на то, что использование данных невербальных средств общения не считается неприемлемым в их культуре, а просто не получило в ней распространения.

И китайские, и русские бизнесмены ответили, что не испытывают существенных трудностей в процессе деловой коммуникации из-за невербальных средств речевого этикета. При этом некоторые из предпринимателей как китайских, так и отечественных отметили, что хотели бы разбираться в тонкостях национально-культурных невербальных лакун речевого этикета.

Наблюдение за поведением русских и китайских предпринимателей позволяет говорить о том, что существенных отличий в использовании невербальных средств речевого этикета в процессе деловой коммуникации не выявлено. В то же время были отмечены некоторые особенности выстраивания коммуникации с партнерами по бизнесу. В частности, невербальная демонстрация уважения к собеседнику в русском общении предполагает, что необходимо смотреть на собеседника, а не опускать взгляд, или отводить его, как в Китае.

В целом можно говорить о том, что изучение национально-культурных невербальных лакун речевого этикета китайского и русского языков в деловой коммуникации является необходимым условием для выстраивания эффективных партнерских взаимоотношений между нашими странами. Понимание невербальных сигналов собеседника позволяет окружающим верно истолковывать его мысли, выстраивая взаимовыгодный диалог.

Список литературы

1. *Буров В.Г.* Китай и китайцы глазами российского ученого. М.: Наука, 2000. 324 с.
2. *Малявин В.В.* Китай управляемый. Старый добрый менеджмент. М.: АСТ, 2005. 290 с.
3. *Нин Ю., Федорова К.И.* Особенности обучения речевому этикету в китайском языке // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2017. Т. 25. С. 54-55.
4. *Ступкина М.В., Наджафова Р.В.* Сопоставительный анализ формул речевого этикета в китайском и русском языках. // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. XXXV междунар. науч.-практ. конф. № 4 (35). Новосибирск: СибАК, 2014.
5. *Титаренко М.Л.* Россия: безопасность через сотрудничество. Восточно-азиатский вектор. М.: Литера, 2003. 378 с.
6. *Томашева И.В.* Понятие «лакуна» в современной лингвистике. Эмотивные лакуны // Язык и эмоции. Волгоград: Перемена, 1995. С. 50-60.