

ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2024-104-3-96-101

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ЭТИКЕТНЫХ ФОРМУЛ В АДРЕСНЫХ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ КИТАЙСКОГО ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

© Захарчук Ольга Евгеньевна¹, Былкова Светлана Викторовна²

Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону, Россия

¹olga197008@yandex.ru ²svetbyl7592@rambler.ru

Аннотация. Исследуются рече-поведенческие проявления межкультурных особенностей китайского речевого этикета в русскоязычных текстах деловых писем и рассматривает формулы вежливости с точки зрения содержащейся в них когнитивной информации. Объектом изучения являются адресные деловые бумаги, в которых коммуникативный контекст общения, социальные роли и формальный либо неформальный характер отношений реализуются в форме ментальных представлений адресанта. Прагмалингвистические маркеры выявляют общее и различное в коммуникативных тактиках русского и китайского этикетного общения. Показано, что современной исследовательской парадигме научного знания этикетные формулы в деловой переписке между Китаем и Россией трактуются как специальные лексемы языкового искусства, в котором отражаются социо-, психологические и лингвистические особенности национальной культуры.

Ключевые слова: китайские языковые этикетные формулы, прагмалингвистика делового текста, китайские деловые письма, адресные китайские тексты.

Для цитирования: Захарчук О.Е., Былкова С.В. Прагмалингвистические маркеры этикетных формул в адресных русскоязычных текстах китайского делового письма // Гуманитарные и социальные науки. 2024. Т. 104. № 3. С. 96-101. doi: 10.18522/2070-1403-2024-104-3-96-101

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

Pragmalinguistic markers of etiquette formulas in targeted Russian language texts of Chinese business letters

© Olga E. Zakharchuk¹, Svetlana V. Bylkova²

^{1,2}Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

¹olga197008@yandex.ru ²svetbyl7592@rambler.ru

Abstract. The article examines the speech-behavioral manifestations of the intercultural features of Chinese speech etiquette in Russian-language texts of business letters and examines the formulas of politeness from the point of view of the cognitive information contained in them. The object of study is targeted business papers in which the communicative context of communication, social roles and the formal or informal nature of relations are realized in the form of mental representations of the addressee. Pragmalinguistic markers reveal common and different aspects in the communicative tactics of Russian and Chinese etiquette communication. It is shown that in the modern research paradigm of scientific knowledge, etiquette formulas in business correspondence between China and Russia are interpreted as special lexemes of linguistic art, which reflect the socio-psychological and linguistic features of national culture.

Key words: chinese language etiquette formulas, pragmalinguistics of a business text, Chinese business letters, targeted Chinese texts.

For citation: Zakharchuk O.E., Bylkova S.V. Pragmalinguistic markers of etiquette formulas in targeted russian-language texts of chinese business letters. *The Humanities and Social Sciences*. 2024. Vol. 104. No 3. P. 96-101. doi: 10.18522/2070-1403-2024-104-3-96-101

Введение

В соответствии с опубликованными данными Министерства образования Китая в 2018 г. точкой роста для распространения русского языка и русской культуры являлись 159 китайских вузов, а также центры русского языка в Пекине, Шанхае, Даляне, Гуанчжоу, Макао, Сиане, Тяньцзине, Муданьцзяне, Цзинане, Суйфэнхэ и других городах. Численность китайских студентов, изучавших русский язык, составляла на указанный период чуть более 27000 человек [6]. В настоящее время можно говорить о положительной динамике в стремлении изучать русский язык в Китае. Интерес к русскому языку (так же, как к китайскому – в России) заметно вырос. Это отметила, в частности, профессор Пекинского педагогического университета и содиректор Совместного центра повышения квалификации учителей и преподавателей русского языка МГУ и ППУ Лю Цзюань. В интервью «Российской газете» профессор озвучила следующие статистические данные: «Сейчас в 173 китайских вузах по специальности "Русский язык и литература" учатся около 35 тысяч студентов и аспирантов. Также примерно 45 тысяч китайских школьников изучают русский как иностранный более чем в 250 школах по всей КНР» [1].

Поддержание китайско-русских контактов во многом зависит от возможностей деловой переписки, в том числе и на русском языке. Поскольку деловые письма включены не только в область правовых взаимоотношений, но также призваны передавать когнитивную информацию, коммуникативные "лингвостремления" [3], грамматическая логика и ситуативно-информационный стиль должны соответствовать закономерностям русского языка, а этикетные формулировки – обеспечивать проверку чистоты интенционального канала связи и правильности восприятия и понимания сказанного в содержании письма.

В условиях закрепляющихся русско-китайских партнерских отношений актуальность приобретает изучение русскоязычных текстов деловых писем и документов от китайской стороны, адресованных российской стороне в политической, экономической, образовательной и других сферах сотрудничества. Устная и письменная формы деловых международных контактов связаны с интерпретацией адресатом языка адресанта, в том числе и с прагмалингвистической точки зрения, поскольку язык выполняет и коммуникативную, и когнитивно-интерпретативную функцию [4]. В зависимости от прагматических и предметно-тематических маркеров языковая когниция влияет на процесс познания действительности и является адекватным ее проецированием в сознание человека в виде представлений, суждений, понятий, теорий. В данном ключе прагмалингвистический аспект анализа языка деловых документов выступает средством отображения познавательной деятельности коммуниканта другой нации и представляет определенный результат осмысленного им предметного опыта в организации коммуникативного пространства, следовательно, обеспечивает возможность интерпретировать языковые и социально-когнитивные фоновые представления на соответствие реальности и истинности к сказанному [2].

В качестве материала исследования нами рассмотрены различные китайские документы и деловые письма (контракт, письмо-приглашение, благодарственное письмо, ходатайство (*в Китае обозначается как «мотивационное письмо», например, от студента при поступлении в магистратуру*), письмо-запрос, письмо-сообщение, письмо-поздравление), составленные на русском языке носителями китайского языка.

Целью данной статьи является актуализирование текстообразующих признаков этикетных выражений и формул как семантических категорий, включенных в содержательное поле делового письма и выражающих отношение говорящего к содержанию высказывания.

Поставленная цель требует решения определенных практических задач, в том числе:

– уточнения «семантической» позиции адресанта, проявленной с помощью выраженных модальностей: «восторженности», «похвалы»; «заботы», «удивления», «прямое извинение», «косвенное извинение»; мелиоративной модальности (чаще); пейоративной модальности (крайне редко).

– установления лингвистических мотивов, приводящих к несовпадению когнитивных представлений у субъектов общения вследствие несимметричных эмоционально настраиваемых коммуникативных тактик;

– обоснования культурно зависимых рамок употребления этикетного высказывания для сохранения когнитивного национального самосознания.

В статье используются традиционные исследовательские методы и приемы описательного анализа, включающие обобщение, наблюдение, сопоставление. Проблема влияния этикетных формул в адресных текстах китайского делового письма на прагмалингвистическое пространство и русского, и китайского языка рассматривается на основе деятельностного подхода к коммуникативной функции языка в контексте разнообразных задач, стоящих перед прикладной лингвистикой.

Обсуждение

Особенностью стиля официальных бумаг является использование устойчивых (стандартизированных) языковых оборотов, позволяющих с высокой степенью точности отражать регулярно повторяющиеся ситуации делового общения. За многолетнюю практику деловой переписки были выработаны и отточены содержательные формулы, которые призваны ясно и лаконично излагать *мотивы, причины и цели* официального послания; формулировать *просьбу, предупреждение, распоряжение, отказ, заверение, благодарность* и т.д. Соединение в определенной последовательности языковых формул, отражающих смысловые аспекты сообщения, позволяет моделировать текст документа, его структуру. Функционируют стилевые черты ОДС на основе регламентированности, императивности, точности, стандартизации и унификации деловых документов, подчеркнутой логичности и безэмоциональности [5]. Это аксиома эффективности делового общения, которая делимитирует интенциональность рассмотрения структурных, стилистических и лингвистических особенностей делового текста. Однако обзор научных статей по специфике когнитивной объективации текстов деловой коммуникации показывает, что современным исследователям интересны дискурсные модели делового письма с точки зрения их прагматического фокуса, прагматического эффекта и даже прагматической архитектоники (И.В. Драбкина, А.А. Харьковская, Б.Ф. Цховребова, Т.В. Чрдилели, А.Д. Экономова).

Статьи Е.Г. Белой, Н.Л. Глазачевой, Т.В. Лариной, Д.Ю. Леоновой, А.В. Рудаковой, Н.Б. Руженцевой, И.А. Стернина, Н.И. Формановской, Чан Ваньцзюнь, Чэнь Лэй, Юй Цзяминь и мн. др. посвящены описанию различных аспектов включения категории вежливости (иначе – этикетных формул) в разговорно-обиходную сферу и деловую сферу русско-китайского общения и носят обзорно-аналитический и сопоставительный характер исследований.

Опираясь на гипотезу Чан Ваньцзюнь, основная идея которой заключается в том, что в этикетных рече-поведенческих тактиках сближения и дистанцирования в русском и китайском языках отражаются универсальные и этноспецифические элементы русской и китайской лингвокультур, национально-культурная специфика системы ценностей в русской и китайской языковой картине мира [7], мы анализируем оценочный компонент в семантическом содержании этикетных выражений китайского делового письма.

На основании данного утверждения можно говорить о речевых «удачах» и «неудачах» в формулировках «этикетного языка» китайских деловых бумаг и выявлять интегральный смысл-интенцию в письменных клишированных и полуклишированных их реализациях.

В качестве примера межкультурно-прагматических «неудач» при использовании клишированных этикетных формул рассмотрим фрагмент *Благодарственного письма* от китайского студенческого совета преподавателю, проработавшему несколько лет в Китае (О.Е. Захарчук, преподаватель курса РКИ в Шаньдунском транспортном университете, г.Цзинань, Китай – прим.): *«Уважаемый преподаватель! ... Выражаем глубокую признательность за Ваше профессиональное мастерство. ... Нам очень приятно, что Ваши выпускники стали магистрами нашего университета. Благодарим за Ваш неоценимый труд. Вы не только учили, но и воспитывали нас. Мы никогда Вас не забудем. Вечная Вам память...»*.

Содержательный сегмент *Благодарственного письма* можно считать эмоциональным и экспрессивным, следовательно, все его этикетные формулировки также вовлекаются в передачу прагматических смыслов. Несомненно, концептуально важные перцептивные послышки последнего предложения «несут» модальность *благодарности* (об этом свидетельствуют предыдущие предложения). Студенты исходно верно трактуют семантику отдельных взятых слов, маркированных положительной коннотацией. Кроме того, понимание места данного предложения как заключительного, финального, позволяет констатировать очевидность сближения рече-поведенческой тактики в русском и китайском языках, а именно через динамическое развитие к психологической кульминации последнего предложения как наиболее значимого во всём письме. Ошибка допущена вследствие незнания области социально-ситуативного применения знакового этикетного клише «*вечная вам память*».

Условия взаимозависимости избранной поведенческой стратегии и речевого этикета задают культурно-прагматические рамки употребления высказывания, что связано с центральной проблемой исследования формул приветствия, благодарности, поздравления, извинения, прощания как отражения языкового процесса *вежливости сближения* (по терминологии Чан Ваньцзюнь) [8] в русском и китайском языках.

Изучая поздравительные адресные деловые письма и исследуя в них рече-поведенческие тактики коммуниканта-отправителя, мы сопоставили языковые проявления в семантике и прагматике этикетных формул текстовых моделей русского и китайского поздравлений, отметили в них общие и различные черты лингвокогнитивного представления и оценочного контекста.

К примеру, этикетные формулировки поздравительного *Юбилейного адреса*, написанного на русском языке одним из китайских руководителей факультета, сочетают традиционные клише русской поздравительной открытки сотруднику и личностную модель когнитивной информации, обусловленную моментом речи и грамматическим строем китайского языка с опорой на семантику слов и контекст:

Уважаемая __ФИО__!

От руководства университета и от самого себя разрешите поздравить Вас с Юбилеем! Желаем Вам личного счастья, пусть успех сопутствует во всех делах и планах. Желаем благополучия и процветания всей Вашей семье.

Желаем достигать поставленных целей и находить оптимальные решения для трудных задач. Я лично благодарю Вас за вклад в наше общее дело, в развитие сотрудничества между нашими университетами! Желаю долго жить в счастье!

Выделенные формулировки могут быть проявлением прагмалингвистической маркированности китайских культурологических особенностей в поздравительном тексте официально-делового характера:

- редуцирование модели "и от себя лично" в модель "и от самого себя" как «делимитация» делового письма и устной речи;
- программа речевого поведения от "мы" к "я" как вектор направления от этикетно-коллегальной тактики к личностно-неформальной;
- пожелание *долгой жизни в счастье* в конце юбилейного адреса как отражение конфуцианской философии, согласно которой константа доброжелательности к человеку предопределена мыслью о важности продолжительной жизни в гармонии с самим собой.

Кроме того, в тексте поздравления присутствует выраженная установка на осознание адресатом значимости функциональной роли адресанта как руководителя, то есть видимая проекция на статусно-ролевые позиции коммуникантов.

Лингвокультурное восприятие письменного текста "*мотивационного письма*" (имеющего статус официального делового письма-ходатайства) от китайского выпускника-бакалавра (проведен анализ 14 мотивационных писем от китайских студентов), написанного им на русском языке при поступлении в магистратуру или аспирантуру российского вуза, может быть неоднозначно понято и интерпретировано носителем русского языка. Дело в том, что коммуникативная стратегия данного письма направлена не столько на фактологическую самопрезентацию учебных и лич-

ностных достижений отправителя, сколько на эмоционально настраивающую тактику применяемого им коммуникативного хода «игры на повышение» (себя) [9]. Поведенческий фрейм такого письма можно охарактеризовать, на наш взгляд, следующим образом – стилистическая возвышенность, многословность и контекстно-выделительные конструкции, акцентирующие внимание на личностном потенциале адресанта: *«я добился отличных результатов ...общий балл в течение всех семестров был первым среди всех студентов ... я всегда сохраняла позитивное и предприимчивое отношение к себе ... я выиграл много наград университетского уровня ...мои оценки всегда были в авангарде колледжа ...имею глубокое понимание целевых установок моей дальнейшей учебы ...буду строго требовать с себя ...найду наставников, чтобы значительно улучшить свои исследовательские таланты ...благодаря моим неустанным усилиям...я с великим энтузиазмом отношусь к общественному достоянию учебных знаний... в дальнейшем сыграю немаловажную позитивную роль в экономическом сотрудничестве...»*.

Принимая во внимание фоновые знания о культуре Китая и особенностях деловой переписки [10], мы «идентифицируем» самопрезентационные речевые конструкции в свете положительной коннотации как особой лингвокультурной позиции коммуниканта. Указанные выражения есть не что иное, как стремление студента создать хорошее впечатление о себе как прилежном, дисциплинированном и обладающем определенными способностями человеку, несущем ответственность за обучение в другой стране перед самим собой и своей Родиной. Похвала и собеседника, и самого себя является неотъемлемой частью делового этикета Китая в устной и письменной коммуникации. Отсюда используемые в письмах-хозятайствах полносоставные предложения с оценочными прилагательными, развернутые и объемные конструкции с этикетными речевыми формулами в превосходной степени сравнения. Полагаем, что лингвопрагматическую составляющую в деловой коммуникации может маркировать дискурсивный синтаксис с его повышенной сложностью структуры.

Выводы

Изучение коммуникативно-прагматических свойств письменной деловой коммуникации (в частности, различных коннотаций формул речевого этикета) стало возможным благодаря следующим факторам:

- во-первых, признанию прагматической насыщенности отдельной (внеконтекстной, изолированной) понятийной единицы как семиотического знака;
- во-вторых, привлечению в деловую сферу взаимосвязи «дискурс – личность», выступающей коммуникативным отражением текста делового документа в целом посредством языковой когниции и речевого поведения коммуниканта.

Интерес лингвистов к прагмалингвистической стороне письменных деловых текстов оказывает влияние на объяснение интенционального выбора того или иного этикетного выражения, его знаковой коннотации, частотности употребления в одном документе, смыслового приращения в контексте ситуации, символического созначения применительно к высказыванию, следовательно, помогает лучше понять коммуникативные установки адресанта.

Список источников

1. Волков К. Интерес к русскому языку в Китае и китайскому в России вырос в разы // Российская газета. 11.02.2021. № 8381.
2. Драбкина И.В. Прагмалингвистические аспекты письменного делового общения (на материале англоязычных текстов контрактов и деловой корреспонденции // Автореф. дис. канд. филол. наук. Самара, 2001. 17 с.
3. Захарчук О.Е., Николенко О.В., Ерещенко М.В. К вопросу языковой ментальности в ракурсе межкультурного диалога // Актуальные вопросы изучения русского языка как иностранного и проблемы преподавания на русском языке. Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2018. С. 8–13.

4. Захарчук О.Е., Николенко О.В., Ерещенко М.В. О ситуативных языковых контактах: русско-китайский пиджин // Русский язык в современном Китае. Чита: Забайкальский государственный университет, 2017. С. 15–19.
5. Леонова Д.Ю. Особенности перевода официально-деловых текстов с китайского и русского языков (на материале деловых писем) // Молодой ученый. 2016. № 15 (119). С. 590–594. – URL: <https://moluch.ru/archive/119/32896/> (дата обращения 25.02.2024).
6. Цвык Г.И. Анализ опыта продвижения русского языка в Китае // Вестник Бурятского государственного университета: Образование. Личность. Общество. 2018. Вып. 2. С. 34–37.
7. Чан Ваньцзюнь. Этикетные рече-поведенческие тактики в русском и китайском языках // Автореф. дис. канд. филол. наук. Казань, 2020. 24 с.
8. Чернышева А.Ю., Чан В. Рече-поведенческие тактики приветствия в русском и китайском языках // Учёные записки Казанского университета. Серия гуманитарные науки. 2018. С. 1142–1148.
9. Bylkova S., Chubova E., Kudryashov I. Public speaking as a tool for developing students' communication and speech skills // E3S Web of Conferences 273, 11030. Interagromash. 2021. – URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127311030> (дата обращения 14.03.2024).
10. 张会森. 《俄汉语对比研究》/张会森. –上海:上海外语教育出版社, 2012年, 124页.

References

1. Volkov K. Interest in the Russian language in China and Chinese in Russia has grown significantly // Rossiyskaya Gazeta. February 11, 2021. No. 8381.
2. Drabkina I.V. Pragmalinguistic aspects of written business communication (based on the material of English-language texts of contracts and business correspondence // Abstract of the dissertation of the Candidate of Philology. sciences. Samara, 2001. 17 p.
3. Zakharchuk O.E., Nikolenko O.V., Ereshchenko M.V. On the issue of linguistic mentality in the perspective of intercultural dialogue. Rostov-on-Don: DSTU, 2018. P. 8–13.
4. Zakharchuk O.E., Nikolenko O.V., Ereshchenko M.V. Russian Russian language in Modern China On situational language contacts: Russian-Chinese pidgin // Russian language in modern China. Chita: The Trans-Baikal State. Univ., 2017. P. 15–19.
5. Leonova D.Yu. Features of the translation of official business texts from Chinese and Russian (based on the material of business letters) // Young scientist. 2016. No. 15 (119). P. 590–594.
6. Tsvyk G.I. Analysis of the experience of promoting the Russian language in China // Bulletin of the Buryat State University: Education. Personality. Society. 2018. Issue. 2. P. 34–37.
7. Chang Wanjun. Etiquette speech-behavioral tactics in Russian and Chinese languages // Abstract of the dissertation of the Candidate of Philology. sciences. Kazan, 2020. 24 p.
8. Chernysheva A.Yu., Chan V. Speech-behavioral tactics of greeting in Russian and Chinese // Scientific notes of Kazan University. The Humanities series. 2018. P. 1142–1148.
9. Bylkova S., Chubova E., Kudryashov I. Public speaking as a tool for developing students' communication and speech skills // E3S Web of Conferences 273, 11030. Interagromash. 2021. – URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127311030>
10. 张会森. 《俄汉语对比研究》/张会森. –上海:上海外语教育出版社, 2012年, 124页.

Статья поступила в редакцию 02.04.2024; одобрена после рецензирования 23.04.2024; принята к публикации 25.04.2024.

The article was submitted 02.04.2024; approved after reviewing 23.04.2024; accepted for publication 25.04.2024.