

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ КИТАЙЦЕВ В УКРАИНЕ

Необхідність вивчення комунікативної поведінки представників різних національних культур і насущна потреба навчання комунікативній поведінці в стандартних ситуаціях мовного спілкування є насущною потребою сучасного суспільства. У даній роботі описані вербальні і невербальні особливості комунікативної поведінки китайців, які можуть представляти труднощі при спілкуванні з українцями.

Ключові слова: комунікативна поведінка, китайська культура, міжмовні контакти, вербальні і невербальні засоби комунікації.

Nowadays the society needs the information of the communicative behaviour which different nations stick to. The lack of knowledge in this field makes it difficult to teach the communicative behaviour in typical communicative situations. Some verbal characters alongside with the non-verbal peculiarities of the Chinese communicative behaviour that can make problems when contacting with the Ukrainians are described in this article.

Key words: communicative behaviour, Chinese culture, intercultural contacts, verbal and non-verbal means of communication.

Системное описание особенностей коммуникативного поведения [1:279–282] представителей различных народностей в период процесса глобализации представляет значительный интерес для современных отечественных лингвистов. Являясь компонентом национального поведения лингвокультурной общности, коммуникативное поведение не только четко демонстрирует социальные характеристики индивида, но и отражает особенности восприятия индивидом окружающей среды, формирования его мировоззрения (в настоящей работе коммуникативное поведение рассматриваемое как совокупность норм и традиций общества народа).

Изучение особенностей коммуникативного поведения китайцев в Украине — это одна из наиболее актуальных и наименее исследован-

ных проблем сегодняшнего дня. Актуальность данной проблемы объясняется рядом объективных причин:

- расширением экономических контактов с Китаем;
- повышением интереса украинцев к межкультурной коммуникации и межкультурному пониманию национальной самобытности китайского народа;
- ростом межэтнических конфликтов, требующих урегулирования.

Вышесказанное свидетельствует о том, что назрела существенная необходимость в научной систематизации фактов проявления национальной специфики общения китайцев. Следует заметить, что проблема систематизации фактов национальной специфики общения того или иного народа является сложной задачей в силу того, что научные традиции подобных описаний до сих пор не унифицированы: не определена структура феномена “коммуникативного поведения”, отсутствует согласованность в применяемой терминологии системного описания, не разработаны методы и приемы изучения коммуникативного поведения.

Существование языковых норм определяет коммуникативное поведение и характеризует его как нормативное или ненормативное. Нормативное коммуникативное поведение можно описать с различных точек зрения, принимая во внимание многообразие существующих норм: общекультурных, групповых, ситуативных и индивидуальных.

Общекультурные нормы коммуникативного поведения характерны для всей лингвокультурной общности и в значительной степени отражают принятые правила этикета, вежливого общения. Они связаны с ситуациями самого общего плана, возникающими между людьми вне зависимости от сферы общения, возраста, статуса, сферы деятельности и т. д. Это такие ситуации, как привлечение внимания, обращение, знакомство, приветствие, прощание, извинение, комплимент, разговор по телефону, письменное сообщение, поздравление, благодарность, пожелание, утешение, сочувствие, соболезнование. Общекультурные нормы общения национально специфичны. Так, благодарность за услугу обязательна у украинцев и русских, но не нужна в китайском общении, если собеседник — ваш друг или родственник. Если вас представляют группе китайцев, они могут вас приветствовать аплодисментами (в ответ также следует аплодировать), в отличие от принятого в Украине легкого поклона головы.

Для китайцев совершенно нормальным считается отказываться два-три раза от подарков (иногда — довольно решительно, чуть ли не возмущаясь) прежде чем принять их. Китаец, который принял подарок “без церемонии”, рискует выглядеть жадным. Поздравляя, китайцы дарят только четное количество каких-либо предметов (что символизирует траур в Украине, в отличие от приятного события), предпочитая делать подарки парными (шесть яблок, восемь шоколадок и т. д.), считается, что четные числа приносят удачу. При этом китайцы избегают дарить часы и острые предметы (в первом случае “часы” звучат на кантонском диалекте как “идти на похороны”, и такой подарок может трактоваться как пожелание смерти человеку, а во втором — угроза дружбе). Интересным является и толкование цветовой символики в подарках: традиционные красно-золотые упаковки наиболее распространены и выражают огонь, солнце, богатство; необходимо избегать черного и белого цветов, символизирующих траур; синезеленая цветовая гамма ассоциируется с весенней листвой деревьев. Для населения Украины цветовая гамма не имеет такого большого значения как для подарков, так и в повседневной жизни.

Ситуативные нормы характерны для тех случаев, когда общение определяется конкретной экстралингвистической ситуацией. Характер экстралингвистических особенностей может быть различен. Так, ограничения по статусу общающихся позволяют говорить о двух разновидностях коммуникативного поведения — вертикальном (высестоящий — низестоящий) и горизонтальном (равный — равный). Граница между этими типами ситуативного коммуникативного поведения подвижна и может меняться. Наблюдаемая национальная специфика представляет значительный интерес для исследователей: так, например, общение мужчины и женщины в украинской культурной традиции выступает как горизонтальное, а в китайской — как вертикальное; общение старшего с младшим у китайцев более вертикальное, чем у украинцев, и т. д.

Групповые нормы отражают особенности общения, закрепленные культурой для определенных профессиональных, гендерных, социальных и возрастных групп. Наглядным примером различий коммуникативного поведения различных возрастных групп китайцев может служить добавление молодыми представителями бизнеса европейских имен наряду с китайской фамилией на визитных карточках (Роберт Ван Ли Дун или Роберт Ван), в то время как представители старшего поколения используют нормативные формы китайских

имен — фамилия на первом месте, имя на втором (Ван Ли Дун). Только близкие друзья или родственники обычно обращаются к китайцу по его имени: например как “Ли Дун”. Обращение к китайцу по имени создаст впечатление о фамильярности иностранцев.

Еще одной иллюстрацией групповой нормы служит тот факт, что женщины в Китае, выходя замуж, не берут фамилию мужа, в отличие от правила украинских женщин переходить на фамилию мужа.

Индивидуальные нормы коммуникативного поведения отражают индивидуальную культуру и коммуникативный опыт индивида и представляют собой личностное преломление общекультурных и ситуативных коммуникативных норм в языковой личности. Нередко языковые формы, характерные для коммуникативного поведения данного индивида, являются нарушением общих и групповых норм.

Совокупность бытовых действий людей в данной лингвокультурной общности получает определенную смысловую интерпретацию, включается в общий коммуникативный процесс и влияет на поведение и общение людей. Таким образом своеобразный “язык повседневного поведения” [2: 123], или, другими словами, социальный символизм (отражение в сознании людей семиотической функции того или иного действия, факта), является неотъемлемым компонентом национальной культуры в целом и коммуникативного поведения в частности. Социальный символизм зачастую не замечается членами определенного социума, хотя и используется, интерпретируется ими в межличностных отношениях. Символический смысл того или иного явления может стать “чужим” в другой культуре, не понятным, а иногда и может получить там самую неожиданную интерпретацию. Например, сигареты и спиртное не принято дарить в Китае (в отличие от Украины). Интересным примером является следующий: значимый элемент китайской культуры — пища. Именно пища легла в основу приветствия китайцев, которые приветствуют друг друга, спрашивая: “Вы уже поели риса?” (Ни чифань ла ма?). Ответ звучит следующим образом: “Да, спасибо! — А Вы?” (Ши, сесе! Нина?) Это практически точный эквивалент английского приветствия “How are you?”. И ожидаемый ответ — “Fine, thanks.” Из приведенных примеров очевидно, что язык социальных символов провоцирует речевую реакцию адресата и интерпретируется коммуникантами как информационный компонент ситуации при идентификации говорящего с позиций “свой-чужой”. Семантика социальных символов относится к невербальным средствам коммуникации, воспринимаемым и

интерпретируемым коммуникантами в процессе общения в рамках собственного мировоззрения. Для украинцев интересными являются следующие примеры невербального общения. На китайцев нельзя указывать пальцем, для этого служит открытая ладонь внутренней стороной кверху. Нельзя подзывать никого, маня пальцем. Этому служит в Китае движение пальцами ладони — внутренняя поверхность ладони вниз. Щелчки пальцами считаются также очень неприличным жестом. Неприлично и грубо класть ноги на стол или стул. А вот отрывка за столом — знак удовлетворения пищей в противоположность европейской культуре. Собственноручные исправления и добавления на карточке (например, номер сотового телефона) не считаются признаком дурного тона. По классической китайской традиции визитную карточку нужно подавать и принимать двумя руками. Следует упомянуть о том, что в Китае живут 56 народностей, каждая из которых имеет свои особенности и оказывает влияние на соседей, образуя полисемантическую и полифункциональную китайскую культуру. Так, каждая народность имеет свои праздники, однако, при этом все китайцы отмечают общий национальный Праздник Весны — Китайский Новый Год [4].

Следует сказать, что современный Китай воспринял некоторые особенности европейской культуры, однако, китайцы воспринимают эти “заимствования” через призму своего мировоззрения. Так, Глобальная сеть (World Wide Web) по-китайски называется “Вань Вей Ван”, что переводится как Сеть десяти тысяч измерений и аккумулирует как семантику английского словосочетания, так и китайские традиционные взгляды на явления оружающего мира.

Необходимость изучения коммуникативного поведения представителей различных национальных культур с точки зрения эффективности межъязыковых контактов, своевременность систематизации вербальных и невербальных средств общения с позиций психологии, лингвистики, социологии, культурологии и насущная потребность обучения коммуникативному поведению в стандартных ситуациях речевого общения являются актуальной потребностью современного общества. Именно поэтому наряду с обучением студентов вузов собственно языковым навыкам при изучении иностранного языка следует рассматривать и особенности коммуникативного поведения представителей различных культур, что поможет избежать возникающего межнационального непонимания и предотвратить возможные столкновения.

Важно также обращать внимание на этикетное, корректное невербальное поведение в иноязычной среде и научить учащихся избегать неадекватного или оскорбительного для другого народа невербального общения. Главное место здесь занимает обучение культурным стереотипам [3:134], среди которых следует назвать следующие: умение предсказать возможную реакцию на конкретную ситуацию, умение выбрать нормативный образец, умение узнавать и адекватно интерпретировать определенный образец в поведении коммуникантов.

В заключение следует заметить, что на современном этапе развития международных контактов и усиления процессов миграции представителей различных народностей важность исследований в сфере межкультурной коммуникации невозможно переоценить. Вклад ученых-филологов в понимание и принятие украинцами культуры других народов (в данном случае китайцев) способствует процессу развития межкультурной коммуникации в современном мире.

ССЫЛКИ И ПРИМЕЧАНИЯ

1. Стернин И. А. О понятии коммуникативного поведения // *Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung*. — Halle, 1989. — S. 279–282.
2. Формановская Н. И. Речевой этикет и культура речи. — М., 1989. — 123 с.
3. Сили Н. Нед. Обучение культуре. — М., 2004. — 354 с.
4. www.china.kulichki.com