

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Сунь Бовэнь

Белорусский государственный университет
(г. Минск, Беларусь)

Официально-деловой стиль китайского языка довольно консервативен. Каждый жанр делового общения детерминирует конкретные языковые формулы, отход от которых будет воспринят китайским реципиентом негативно. В китайской деловой коммуникации вежливость и стремление к сохранению коммуникативной дистанции и детерминируют выбор конкретных языковых средств. Стремление к подчеркнутой вежливости приводит к тому, что в официально-деловом стиле применяются эвфемизмы, призванные смягчать отказ и сглаживать конфликты. Китайский официально-деловой стиль содержит широкий спектр различных терминологических единиц. Характерной чертой официально-делового стиля китайского языка двух последних десятилетий можно считать проникновение иноязычной лексики и возникновение неологизмов.

Ключевые слова: функциональный стиль, официально-деловой стиль, китайский язык, бизнес-дискурс, неологизм, иностранная лексика, терминология.

The formal business speech style of Chinese can be considered rather conservative. Each genre of business communication determines specific language formulas, the departure from which will be perceived negatively by the Chinese recipient. In Chinese business communication, politeness and the desire to maintain a communicative distance determine the selection of specific language means. The desire for emphasized politeness leads to the fact that euphemisms are used in the official business style, designed to soften refusal and smooth out conflicts. Chinese formal business style contains a wide range of different terminological units. A characteristic feature of the official business style of the Chinese language of the last two decades can be considered the penetration of foreign vocabulary and the emergence of neologisms.

Keywords: functional style, official business style, Chinese language, business discourse, neologism, foreign vocabulary, terminology.

Залогом успешного коммуникативного взаимодействия представителей деловых кругов с иностранными партнерами выступает, безусловно, не только знание языка, но и некое языковое чутье, способствующее верному определению контекста ситуации и выбору верного вербального инструментария для отражения смысла сообщения [4, с. 32]. Китайский язык, как показывает практика межкультурного делового общения, является весьма чувствительным к регистру речи и стилистическим нюансам, а их незнание может повлечь за собой ощутимые последствия для двустороннего сотрудничества.

Традиционно в системе китайского языка выделяют пять основных функциональных стилей речи: научный (用中文), научно-технический (科学技术 语体), официально-деловой (公文语体), литературно-художественный (文藝風格), публицистический (政论语体) и обиходный (會話) [3, с. 328]. Границы между стилями в китайском языке едва ли проницаемы: как правило, выбор жанра и ситуации общения диктует четкие правила, синтаксис, лексику, принципы тема-рематической организации высказываний, которых следует придерживаться в коммуникации. Официально-деловой стиль китайского языка, при этом, считается наиболее «герметичным» в этом плане, и вкрапления языковых средств, свойственных иным стилям речи, можно считать, скорее, исключением.

Официально-деловой стиль китайского языка, как отмечено выше, обладает довольно выраженной консервативностью [4, с. 42]: каждый жанр делового общения детерминирует конкретные языковые формулы, отход от которых будет воспринят китайским реципиентом, с большой долей вероятности, негативно. Тем не менее, нельзя говорить о полной стилистической «неподвижности» китайского делового общения: динамичное развитие трансграничных бизнес-связей все же позволило раздвинуть рамки традиционного официально-делового стиля китайского языка. После 1978 г. экономика Китая была кардинальным образом реформирована, что повлекло за собой формирование конкурентного рынка и стремление корпоративных структур к эффективизации деятельности, что, в свою очередь, привело к большей подвижности границ делового общения. Сегодня, к примеру, можно заметить множество примеров наличия в официально-деловых текстах дискурсивные маркеры маркетингового, рекламного, обиходного общения.

Кроме того, стилистические вариации наблюдаются и в зависимости от конкретного сегмента делового общения; в частности, в китайском языке различают 3 подстиля официально-делового общения: собственно официально-деловой (так называемый канцелярский подстиль), юридический (встречающийся в текстах законодательных актов) и дипломатический подстиль [3, с. 329].

Для того, чтобы охарактеризовать и проанализировать устное и письменное деловое общение на китайском языке, исследователи зачастую прибегают к постулатам так называемой «теории вежливости». В рамках данной теории утверждается, что вежливость представляет собой выражение намерения говорящего смягчить последствия соб-

ственного высказывания для реципиента [5, с. 333]. В китайской деловой коммуникации вежливость, стремление к сохранению коммуникативной дистанции и такт представляются нам ключевыми «лейтмотивами», детерминирующими выбор конкретных языковых средств. Стремление к подчеркнутой вежливости приводит к тому, что в официально-деловом стиле применяются эвфемизмы, призванные смягчать отказ, сглаживать конфликты или маскировать недовольство собеседником. В данном случае в официально-деловой стиль языка могут проникать слова и фразы из иных функциональных стилей: 人非圣贤, 孰能无过 'Людам свойственно ошибаться' [2, с. 69].

Пожалуй, наиболее выраженной чертой китайского делового языка, является его формализованность. Следует отметить, что, в отличие от, скажем, современного американского делового дискурса, китайская бизнес-коммуникация отличается обилием канцеляризмов – устойчивых сочетаний слов, штампов; нечеткие формулировки, от которых стремятся отказаться во многих лингвокультурах Запада в пользу лаконичности, в Китае сохраняют свою актуальность (что, собственно, сближает его с русскоязычным официально-деловым общением). Среди подобных формулировок – 具有约束力 'обладает обязательной силой', 查照办理 'принять к сведению и исполнению', 缔约双方同意 'договаривающиеся стороны согласились о...', 相应 'соответственно' [3, с. 329], 告知 'доводиться до сведения' [1, с. 177]. Отметим, что лексически официально-деловой стиль речи в китайском языке существенно отличается от иных; в нем, к примеру, существуют канцелярские «двойники» общеупотребительных китайских слов, используемых в любом ином стиле речи. К примеру, 交易 'покупать' – общеупотребительная лексема, 付款 'производить оплату' – лексема, употребляемая исключительно в официально-деловой речи [1, с. 177].

Как и в деловом общении на любом другом языке, китайский официально-деловой стиль содержит широкий спектр различных терминологических единиц, которые, как правило, состоят из нескольких иероглифов, так как обозначают узкоспециализированные понятия: 不可抗力 'непреодолимые силы', 预付款 'авансовый платеж', 争议解决 'порядок разрешения споров' и проч. Характерной чертой официально-делового стиля китайского языка двух последних десятилетий можно считать проникновение иноязычной лексики и возникновение неологизмов. В качестве примеров неологизмов отметим следующие: 诉讼 'судебный процесс', 承兑交单 'документы против акцепта', 保理 'факторинг'. Иностранная

официально-деловая лексика китайского языка имеет преимущественно японское происхождение: 银行 ‘банк’, 仲裁 ‘арбитражный суд’), 预算 ‘смета’ [1, с. 178].

Таким образом, официально-деловое общение на китайском языке оказывается весьма дистантным стилистически от западных паттернов вербализации бизнес-практик. В большей степени он сближается с русским языком, которому также присуща формализованность и обилие канцелярских штампов. Можно сказать, что официально-деловой стиль китайского языка остается весьма консервативным, хотя некоторые точечные контаминации иностранной лексикой в нем все же присутствуют. Доминирующей чертой бизнес-коммуникации на китайском языке остается подчеркнутая вежливость и стремление сохранить «лицо» собеседника.

Литература

1. Ван, Хайцзяо. Лексические особенности договоров на китайском языке / Хайцзяо Ван // Современное педагогическое образование. – 2021. – № 12. – С. 176–181.
2. Ненашева, А. Ю. Деловое письмо в китайском языке: особенности и речевые этикетные формулы / А. Ю. Ненашева // Academy. – 2018. – № 11 (38). – С. 68–71.
3. Петрова, Н. Э. Функционально-стилистические особенности русского и китайского языков / Н. Э. Петрова // БГЖ. – 2019. – № 3 (28). – С. 327–330.
4. Ульянова, К. А. Сопоставительный анализ употребительных выражений делового и разговорного стилей китайского языка / К. А. Ульянова // Вестник Московского университета. Серия 13. Востоковедение. – 2017. – № 3. – С. 30–45.
5. Wang, Jiayi. Chinese business communication / Jiayi Wang // The Routledge Handbook of Chinese Discourse Analysis. London: Routledge, 2019. – Pp. 325–338.