

Интернет-журнал «Мир науки» ISSN 2309-4265 <http://mir-nauki.com/>

2017, Том 5, номер 1 (январь - февраль) <http://mir-nauki.com/vol5-1.html>

URL статьи: <http://mir-nauki.com/PDF/12PSMN117.pdf>

Статья опубликована 18.03.2017

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Якупов П.В. Представления об этнокультурных барьерах в деловой коммуникации между русскими и китайскими этносами // Интернет-журнал «Мир науки» 2017, Том 5, номер 1 <http://mir-nauki.com/PDF/12PSMN117.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 316.6

**Якупов Павел Вячеславович**

ФГБОУ «Государственный университет управления», Россия, Москва  
Аспирант  
E-mail: [isakura313@gmail.com](mailto:isakura313@gmail.com)

## **Представления об этнокультурных барьерах в деловой коммуникации между русскими и китайскими этносами**

**Аннотация.** В статье дается определение понятия коммуникации, разбираются мнения различных авторов, в частности, часть из них утверждают, что коммуникация и общение являются практически синонимичными понятиями, другие авторы, наоборот, полагают, что коммуникация - это только процесс передачи информации между субъектами общения. Разбирается понятие барьера коммуникации, выделяются коммуникативные виды барьеров, которые могут относиться к этнокультурным, такие как психофизический, социокультурный, логический, фонетический и семантический барьеры. Приводятся результаты исследования Ли Минь, в котором указываются основные различия в грамматике между русским и китайским языком, которые могут повлиять на формирование барьеров коммуникации. Автором приведены результаты опроса, проведенного среди российских граждан, выступивших в качестве экспертов в деловой коммуникации с представителями китайского этноса. Были выделены следующие этнокультурные барьеры коммуникации: барьер *восприятия образов*, связанный с особенностями китайского и русского языка; барьер *восприятия времени*, также связанный с особенностями китайской культуры и грамматики; барьер *прагматического обмена*, взаимосвязанный с ним барьер *особенностей мышления*, связанный с особенностями китайского и русского языка и образования, барьер *отношения к личности человека*, связанный с особенностями китайской культуры, а так же *артикуляционные* и *интонационные* барьеры в языках, связанные с различиями между русским и китайским языком.

**Ключевые слова:** этнокультура; барьер в коммуникации; коммуникация; общение; деловая коммуникация; китайский этнос; русский этнос; мышление

В свете последних геополитических событий наша страна становится всё более заинтересованной в нахождении новых путей сотрудничества с другими странами. Одним из вариантов подобного рода контактов может быть налаживание путей сотрудничества с Китайской народной республикой, которая так же заинтересована в наращивании стратегического сотрудничества с Российской Федерацией, причем не только по пути товарно-сырьевого обмена, но и в вопросе обмена технологиями, развития совместного высшего образования и научных предприятий.

*Деловая коммуникация* - это процесс взаимодействия, направленный на оптимизацию того или иного вида предметной деятельности, такой как производственная, научная и т.д. Отличия деловой коммуникации от других видов коммуникации состоят также в том, что и реципиент, и отправитель сообщения всегда выступают как личности, готовые взаимодействовать друг с другом, ищущие практическую выгоду в собственных взаимоотношениях [8].

В.Н. Лавриненко в «Психологии и этике делового общения» утверждает, что под коммуникацией (от лат. *communico* - делаю общим, связываю, общаюсь) в широком смысле подразумевается общение. Понятия «общение» и «коммуникация», по мнению автора, в большом количестве европейских языков, являются практически синонимичными. В процессе коммуникации происходит обмен мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения [2].

В тоже время в книге «Деловые коммуникации: теория и практика» М.Б. Жернакова так же высказывает ту же точку зрения, что и у Г.М. Андреевой в «Социальной психологии», что коммуникация - это только информационная составляющая процесса общения. Таким образом, коммуникация как процесс общения не включает в себя остальные части общения, такие как экспрессивное общение и интерактивное взаимодействие в общении [5, 1].

Коммуникативное общение как результат обмена информацией возможно тогда, когда участники общения обладают единой системой кодирования. Но даже зная значения одних и тех же слов, люди не всегда понимают их одинаково в силу социальных, политических и возрастных особенностей. В результате несоблюдения вышеупомянутых нюансов возникают коммуникативные барьеры (так называемые барьеры коммуникации), которые служат причиной недопонимания собеседников и, как следствие, могут создавать предпосылки их конфликтного поведения.

Часто, в процессе деловой коммуникации между двумя этносами возникают этнокультурные коммуникативные барьеры, который мешают полноценному пониманию собеседников друг друга.

Под этнокультурным барьером в коммуникации понимается все то, что препятствует эффективной коммуникации и блокирует ее, и что взаимосвязано с этнокультурными особенностями. Соколов А.В. определяет коммуникативные барьеры как «препятствия на пути движения смысла от коммуниканта к реципиенту» [9, с. 82]. По Н.И. Шевандрину коммуникативный барьер - это психологическое препятствие на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению [10].

В социальной психологии выделяется достаточно большое количество барьеров коммуникации, однако в нашем исследовании нам могут быть интересны следующие:

- Барьеры, порождаемые социальными причинами. Такие барьеры разделяются на психофизические и социокультурные.
- Логический барьер коммуникации; под логическим барьером в деловой коммуникации понимает недопонимание, которое возникает каждый раз, когда партнеры не учитывают специфику мышления партнера по общению.
- Фонетический барьер коммуникации, который понимается как препятствие, создаваемое особенностями речи говорящего. Логическое ударение позволяет партнеру более точно понять мысль, если же оно отсутствует или сделано неправильно, смысл речевой конструкции может быть воспринят неадекватно. Что бы такого барьера не возникало, речь должны быть ясной, четкой и понятной собеседнику.

- Семантический барьер коммуникации понимается как препятствие, создаваемое особенностями понимания различных понятий. В одной культуре одно понятие считается положительным, а в другой-отрицательным. К примеру, в Китае белый цвет ассоциируется с трауром, а в большинстве европейских культур - с праздником [3, 6].

Для нашего исследования представляет особый интерес исследование Ли Минь, в котором выделяются этнокультурные коммуникативные барьеры, которые могут возникнуть между русским и китайским этносом. Во-первых, это сложности в обучении русской грамматики, которые встают перед представителями китайского этноса, ведь в китайском языке отсутствует понятие падежей, и поэтому, даже если представитель китайского этноса смог выучить русские слова, которые ему скорее всего очень сложно артикулировать правильно, понять ещё и что такое падежи, и как строится предложение в русском языке всё равно непросто.

Для представителей русского этноса, в свою очередь, кажется очень сложной система счётных слов в китайском языке, которые устроены совсем не так, как в европейских языках. Это также может стать причиной недопонимания в процессе коммуникации.

Кроме того, автор говорит, что в китайской культуре для обращения к человеку необходимо знать его профессию и социальный статус, но в России для обращения в вышестоящему лицу чаще всего достаточно знать имя-отчество (к примеру, в бизнес среде, или в высшем учебном заведении). Именно это и может усложнить коммуникацию и создать определенный этнокультурный барьер между русским и китайским этносом, ведь для ведения переговоров представителю китайского этноса необходимы данные, как минимум, о должностном статусе собеседника, иначе представитель китайского этноса практически не представляет, как себя нужно вести и не рассчитывает вести деловые переговоры с кем-то, кто ниже его по статусу. Формы обращения в китайском языке чаще всего подразумевают, что к младшему по статусу старший может обратиться только на «ты», но никак не на «вы», как принято в российской деловой культуре, где в независимости от статуса собеседника в деловой коммуникации стараются обращаться на «вы» [4].

Для выявления этнокультурных барьеров в деловой коммуникации, было проведено исследование представлений об этнокультурных барьерах деловой коммуникации между русским и китайским этносом. В качестве экспертов нашего исследования выступило 7 представителей русского этноса, имевших опыт постоянного взаимодействия с китайским этносом сроком не менее года, а также эксперты, которые кроме опыта общения владели ещё и китайским языком на среднем и профессиональном уровне [7].

В первую очередь эксперты указывали на то, что китайский язык - язык образов. Китаичам сложно выразить свою мысль полностью на европейском языке, таком, например, как русский или английский. Существует особая «китайская» логика понимания окружающего мира. Если ты не вписываешься в их представления об «окружающем мире», то тебе сложно будет договориться о чем-то с представителем китайского этноса. Для того, чтобы достигнуть взаимопонимания с жителем Поднебесной, необходимо «вписаться в его образ мира, в его понимание». Представители китайского этноса очень доброжелательны в переговорах, однако готовы сотрудничать только по принципу «Если мы что-то сделаем для вас, то вы нам...», часто они готовы взаимодействовать на равных, только при условии, что в противоположной стороне будет присутствовать их соотечественник на позиции соучредителя бизнеса, либо как минимум на позиции переводчика.

Кроме того, наши эксперты упоминали также о том, что из-за особенностей обоих языков между представителями русского и китайского этноса существуют так же виды фонетических барьеров, ведь представителю русского этноса очень трудно правильно

интонировать, также как представителям китайского этноса очень трудно сориентироваться в сложной русской грамматике и большим количеством гласных и согласных в словах - их артикуляционный аппарат так же не приспособлен к русскому языку, насколько тяжело слышать сложные тона в китайском языке представителю русского этноса. О подобном роде барьеров уже говорилось в вышеупомянутом исследовании Ли Минь.

Так же присутствует некоторая неспособность китайцев, с одной стороны, к креативному мышлению, а с другой стороны - присутствуют хорошие способности к точному повторению, к примеру, действий другого человека, что и обуславливает их способность к быстрой организации производства: китайскому рабочему не требуется высокой квалификации для работы, ему достаточно внимательно проследить за работой другого, и он готов повторить её в точности. Большинство экспертов объясняют это тем, что в своем образовании китайцы делают основную ставку на зубрежку, на точное повторение, а не на диалектическое сравнение или развитие самостоятельных суждений об изучаемом предмете. Китайская культура не призывает людей развивать в себе креативность, а делает их, по словам эксперта, просто «хорошими копиистами». Иными словами, китайские музыканты очень техничны и способны исполнять музыку достаточно быстро и качественно, но без «музыкальной идеи».

Кроме того, эксперты отмечают такую особенность китайской культуры, как презрение к личности, иными словами, отношение к человеку не как к уникальной личности, а как к винтику в огромном механизме, к «социальной единице» в социуме. У китайцев зачастую отсутствуют понимание человека как уникальной личности, понимание культуры труда.

Также большая часть экспертов отмечали строго вертикальную иерархию в китайских фирмах, которая вытекает из вышеупомянутой этнокультурной особенности. У рабочих - чаще всего только начальное и среднее образование. В организации стараться «подлизываться к начальству», не стесняться унижаться является нормой поведения. Китайские бизнесмены всё время пытаются «продать» своего партнера, заставить принять его свою точку зрения.

В результате проведенного нами опроса экспертов можно выделить следующие основные этнокультурные барьеры в деловой коммуникации между русским и китайским этносом:

**Барьер восприятия образов.** Китайский язык - язык образов. Для того, чтобы добиться успеха в деловой коммуникации с представителями китайского этноса, необходимо это учитывать. Иероглифы описывают образы каких-либо явлений, а европейские языки - описывают эти явления по-другому. Нужно быть внимательным в описании и предмета и в попытках перевода различных понятий и явлений с китайского языка на русский.

**Барьер восприятия времени.** Как было упомянуто, представители Поднебесной воспринимают время совершенно не так, как представители русского этноса. В китайском языке отсутствуют формы прошлого и будущего, есть только совершенная и несовершенная форма времени. Представитель китайского этноса «обращен лицом к прошлому» и не готов резко изменить своё виденье проблемы, если ему не будут показаны реальные плюсы от этого.

**Барьер прагматического обмена.** Китайский этнос чаще всего готов сотрудничать только по принципу «Если мы вам что-то сделаем, то вы нам какой-то практический, прагматический плюс». Этот плюс чаще всего должен выражаться в увеличении прибыли китайской компании, если речь идёт о деловых переговорах. Здесь также отметить, что на данный барьер коммуникации оказывает влияние так же и такая особенность китайского мышления, как следование определенному образу, паттерну поведения.

**Барьер особенностей мышления.** Китайский язык и система образования Поднебесной не нацелены на выработку у представителя китайского этноса развитого креативного мышления. В тоже время российская система образования считается в мире одной из

требовательных к воображению и мышлению. По итогам оказывается, что в китайской культуре не приветствуется «инициатива на местах». В китайской компании считается, что инициативу должны проявлять только старшие чины, которым за это хорошо платят, а младшим сотрудникам отводится только роль «винтиков» в большом механизме. Инициатива, неподчинение старшим, предложение улучшений по работе компании не приветствуются. К этому же барьеру мы относим и барьер социальной дистанции, когда младший чин практически неспособен достучаться до старшего начальника.

**Барьер по отношению к личности человека.** Восточная культура в общем не призывает к уважению отдельно взятой личности. Нужно понимать, что в Китае не принято ценить личное пространство или чье-то чувство вкуса. В этот барьер также включается **дистанционный барьер**. Представители китайского этноса на улице могут смело приблизиться, начать обсуждать незнакомого человека вслух, и т.д.

**Артикуляционные и интонационные барьеры.** И наконец, мы дошли до артикуляционных и интонационных барьеров, о которых мы уже упоминали ранее. Если китайской этносу непросто освоить русский язык с большим количеством согласных, гласных и сложной грамматикой, то представителям русского этноса, наоборот, тяжело освоить тональные особенности китайского языка.

Таким образом, в результате проведенного исследования, можно заключить, что между представителями русского и китайского этноса присутствуют следующие виды этнокультурных барьеров: барьер восприятия времени, барьер прагматического обмена, барьер особенностей мышления, барьер отношения к личности человека, артикуляционные и интонационные барьеры коммуникации.

С учетом всего вышеперечисленного мы можем сказать, что процесс коммуникации между представителями русского и китайского этноса может быть построен с учетом всех вышеперечисленных барьеров коммуникации. Помня о вышеописанных барьерах и стараясь их обойти, учитывая их в процессе коммуникации - мы можем построить полноценный диалог между представителями разных этносов, русского и китайского.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева Г.М. Социальная психология. - М.: Наука, 1994. - 144 с.
2. В.Н. Лавриненко, Л.И. Чернышева. Психология и этика делового общения. М.: ЮРАЙТ - 2010. - 157 с.
3. Егоршин А.П. Деловые коммуникации. - М.: НИМБ, 2011. - 273 с.
4. Ли Минь. Языковые и речевые барьеры в русско-китайской коммуникации // Лингвокультурология. 2008. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-i-rechevye-bariery-v-russko-kitayskoy-kommunikatsii>.
5. М.Б. Жернакова, И.А. Румянцева. Деловая коммуникация. Теория и практика. - М.: Юрайт, 2014. - 377 с.
6. Маркова Е.И., Маркова И.Д. Коммуникативные барьеры в деловом общении и способы их преодоления // Наука и современность. 2012. №16-2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-bariery-v-delovom-obschenii-i-sposoby-ih-preodoleniya>.
7. Носс И.Н. Качественные и количественные методы исследований в психологии. - М.: Юрайт - 2016. - 317 с.
8. Руденко А.М. Деловая коммуникация. - М.: Феникс, 2013. - 254 с.
9. Соколов А.В. - Введение в теорию социальной коммуникации. - Спб.: СПбГУП, 1996. - 328 с.
10. Шевандрин Н.И. Социальная психология в образовании. - М.: Юрайт, 2010. - 165 с.

**Iakupov Pavel Vyacheslavovich**  
State university of management, Russia, Moscow  
E-mail: isakura313@gmail.com

## **Representation of ethnocultural barriers in business communication between the Russian and Chinese ethnoses**

**Abstract.** The article defines the concept of communication, understand the views of various authors, in particular, some of them say that communication and dialogue are virtually synonymous, other authors, on the contrary, believe that communication - this is only the process of transmission of information between the subjects of communication. Understands the concept of a barrier of communication, communication types are distinguished barriers that may relate to the ethnic and cultural, such as psycho-physical, socio-cultural, logical, phonetic and semantic barriers. In the article discussed results of the study, Li Min, which sets out the major differences in grammar between the Russian and the Chinese language, which may affect the formation of the communication barriers. The author shows the results of a survey conducted among the Russian citizens, to serve as experts in communication with representatives of the Chinese ethnic group. The following ethnocultural barriers of communication have been allocated: the barrier of perception of images connected with features Chinese and Russian; the barrier of perception of time which is also connected with features of the Chinese culture and grammar; the barrier of pragmatistical exchange interconnected with him a barrier of features of thinking, connected with features Chinese and Russian and education, the barrier of the attitude towards the identity of the person connected with features of the Chinese culture, and also articulation and tonal barriers in languages connected with distinctions between Russian and Chinese.

**Keywords:** ethnoculture; barrier in communication; communication; discussing; business communication; the Chinese ethnos; the Russian ethnos; thinking