

Ле Тхи Фьонг Линь

Хошиминский педагогический университет

Вьетнам, Хошимин

РОЛЬ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА В ПРОЦЕССЕ ВИРТУАЛЬНОЙ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматриваются особенности деловой корреспонденции в русском языке такие, как *императивность, объективность, лаконичность*, обусловленные влиянием «языковой картины мира». Анализ электронной переписки бизнес-партнеров позволяет выявить различия в языковых картинах мира носителей русского и вьетнамского языков, что способствует достижению экстралингвистических целей бизнес-коммуникации.

Ключевые слова: языковая картина мира; деловая корреспонденция; межкультурная бизнес-коммуникация, виртуальное общение

Le Thi Phuong Linh

Hochiminh City University of Education (HCMUE)

Vietnam, Hochiminh

THE ROLE OF THE LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD IN THE PROCESS OF VIRTUAL INTERCULTURAL BUSINESS COMMUNICATION

The article discusses the features of business correspondence in the Russian, such as *imperativeness, objectiveness, terseness*, which are under the influence of the «language world-view».by analyzing electronic commercial letters of russian business partners, the authors attempt to make clear the differences in the language world-view of russian and vietnamese native speakers, knowledge of which is necessary for the process of intercultural business communication

Keywords: language world-view; business correspondence; business culture; intercultural communication

Понятие «языковой картины мира» (далее – ЯКМ) имеет много определений, например, в «Новом словаре методических терминов и понятий» под ЯКМ понимается «совокупность знаний об окружающем человека мире, запечатленных в языковой форме» [1, с.362].

Согласно концепции Ю.Н. Караулова, ЯКМ эквивалентна менталитету, между ними существует изоморфное соотношение, «как в речи есть все то, что

есть в языке, но также и нечто большее, связанное с экстралингвистической реальностью (условия коммуникации, интонация, мимика, голосовые модуляции и др.), так и в менталитете есть всё, что есть в национальной ЯКМ, но также еще интенция и проблемная ситуация» [6, с.169].

Ю.Д. Апресян отметил, что «свойственный языку способ концептуализации действительности (взгляд на мир) отчасти универсален, отчасти национально специфичен, так что носители разных языков могут видеть мир немного по-разному, через призму своих языков» [2, с.39].

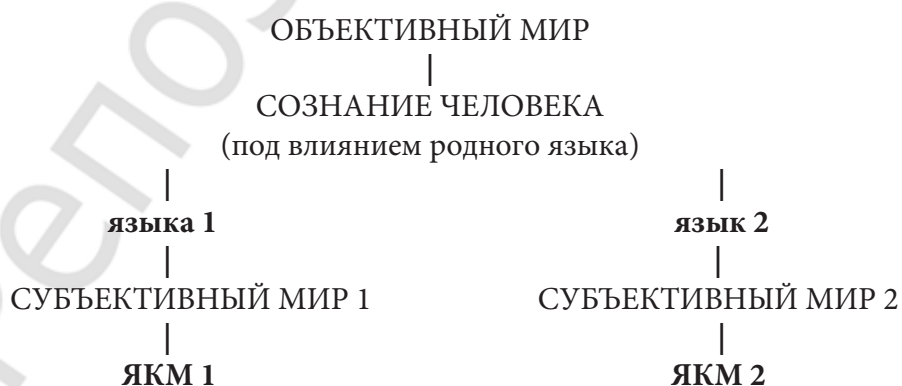
В.Н. Телия рассматривает ЯКМ как «неизбежный для мыслительно-языковой деятельности продукт сознания, возникающий в результате взаимодействия мышления, действительности и языка как средства выражения мыслей о мире в актах коммуникации» [8, с.178].

В.А. Маслова подчеркнула, что каждый носитель языка также является и носителем культуры, а языковые знаки выполняют функцию знаков культуры и служат средством представления основных установок культуры. Следовательно, «человек видит мир сквозь призму ЯКМ» и именно ЯКМ «формирует тип отношения человека к миру, задаёт нормы поведения человека в мире, определяет его отношение к миру» [7, с.49].

А. Вежицкая определяет ЯКМ как «исторически сложившуюся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженную в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности» [4, с.35].

На наш взгляд, ЯКМ – это человеческий способ восприятия и представления мира через призму языка, т.е. некая абстрактная картина, порожденная национальным языком. Другими словами, человек воспринимает и представляет мир так, как ему подскажет его национальный/родной язык.

Формирование ЯКМ можно представить следующим образом:



Эта схема показывает, что объективный мир (реальность) опосредованно через сознание человека под влиянием его родного языка порождает разные субъективные миры, которые под влиянием языка создают ЯКМ. С другой стороны, ЯКМ представляет собой субъективный мир каждого человека, который формируется в процессе его познания объективного мира. Таким образом, разные языки формируют разные субъективные миры. Это обстоятельство является одной из причин коммуникативных неудач представителей национальных сообществ.

Существует взаимосвязь и взаимозависимость личностного восприятия и объективного мира. Как отмечал В. Гумбольдт, «границы языка моей нации означают границы моего мировоззрения» [3, с.305]. По мысли А.М. Хайдеггера, язык не только отражает реальность, но и интерпретирует её, создавая особый мир, в котором живет человек, т.е. язык – «дом бытия» [9, с.192].

Таким образом, ЯКМ каждого индивида имеет национально-культурную специфику и формируется в результате социализации. Иначе говоря, у каждого человека формируется индивидуальная ЯКМ, соответствующая языку, носителем которого он является.

Различное восприятие действительности вызывает у представителей разных культур и носителей разных языков изначальные трудности в коммуникации. Например, в русском языке существует выражение «голые деревья», семантика которого базируется на сравнении листвы с одеждой: наступает зима, листва опадает, дерево как бы теряет одежду. Этот образ возникает под влиянием представления человека о суровых зимах в России. В южных странах, например, во Вьетнаме, образа «голых деревьев» не существует, так как листья ассоциируются с «детьми дерева». Когда все листья опадают, дерево «чувствует» себя мёртвым, как и родители, когда дети вырастают, уходят из родительского дома, чувствуют себя очень одинокими. Поэтому во Вьетнаме образ «голые деревья» понимается как «одинокие деревья», «мёртвые деревья». Эта метафора отражает образ мышления людей, традиционная жизнь которых предполагает наличие большой семьи, как во Вьетнаме и в Китае.

ЯКМ оказывает влияние на все сферы деятельности общества, в частности, на деловую сферу и, как следствие, формирует бизнес-культуру. Рассмотрим наиболее характерные черты деловой корреспонденции (далее – ДК) в русском языке: императивность, объективность и лаконичность.

Императивность выражается устойчивым использованием таких выражений, как *Прошу (Просим) Вас, Обращаемся к Вам с просьбой*, что характерно для жанра письма-запроса и письма-просьбы. Как правило,

иностранные партнёры используют для перевода онлайн программы, которые передают основное содержание текста. Однако, машинный перевод не учитывает стилистические особенности текста. В качестве примера приведём дословный перевод следующего текста в программе онлайн перевода:

Русский язык	<i>Прошу Вас отправить нам прайс лист.</i>
Английский язык	<i>I ask you to send us a price list.</i>
Вьетнамский язык	<i>Tôi yêu cầu bạn gửi cho chúng tôi một bảng giá.</i>

Выражение *Iaskyou* в английском языке содержит интенцию должествования и, следовательно, вызывает у иностранных партнеров чувство, что они обязаны что-то сделать. А оборот *Tôi yêu cầu* на вьетнамском языке используется только в ситуации, когда присутствуют отношения жёсткой субординации. Однако в русском языке данное выражение является нормой официально-делового стиля, действующей со времён Киевской Руси. Укрепление государственно-правовых отношений Московского государства в XVI – XVII вв. привело к появлению жанра приказа, особенностью которого является употребление шаблонных фраз, клише.

Объективность проявляется в нейтральном тоне изложения. В деловых письмах на русском языке часто встречаются пассивные и безличные конструкции типа *адрес получен; каждая акция согласовывается индивидуально; у компании ОК нет оснований в предоставлении 20% в качестве регулярной скидки на продукцию*. Согласно исследованиям, посвященным изучению русского менталитета, пассивные и безличные структуры снижают индивидуализацию, которая не соответствует таким характеристикам русского человека, как скромность [5, с.458] и коллективизм [5, с.465]. В то же время во вьетнамском языке нет категории безличности, пассивные формы изредка употребляются, как правило, с целью экспрессивной субъективности действия, например, *Sản phẩm của chúng tôi đã được ISO chứng nhận*. (Наши продукты сертифицированы стандартом ISO). Контраст структурных особенностей между двумя языками приводит к недопониманию носителями вьетнамского языка сути безличных и пассивных конструкций в русском языке, а именно: указание субъекта действия *Кто получил адрес? Кем согласовывается каждая акция?...*

Лаконичность, по нашему наблюдению, также связана с русской ЯКМ. Русский язык относится к синтетической группе языков, а для образования новых слов достаточно частотным является способ сложения.

Часточность употребления деепричастия, в свою очередь, часто становится причиной коммуникативных неудач при контакте с вьетнамскими партнерами по бизнесу.

Это связано с тем, что для вьетнамского языка характерен аналитизм, отличительной чертой которого является выражение значения с помощью предлогов, союзов, частиц, порядка слов и т.п. Например, такое выражение как *Адрес получен* достаточно часточно для русской деловой корреспонденции, но если дословно перевести на вьетнамский язык: *Địa chỉ đã được nhận* – это выражение становится не очень приветливым и даже грубым, так как в нём нет подлежащего, кроме того, во вьетнамском языке такой тип предложений употребляется только в разговорном стиле.

Таким образом, в каждом языке имеются свои способы выражения коммуникативных интенций, которые обуславливаются влиянием языковой картины мира и находят отражение в особенностях деловой корреспонденции. Различия в языковой картине мира носителей разных языков нередко приводят к разному восприятию, разному представлению о действительности и, в конечном счете, взаимному недопониманию.

Отсутствие соответствующих знаний является причиной неудач в процессе межкультурной бизнес-коммуникации, поэтому для более адекватного восприятия характеристических черт деловой корреспонденции на любом языке, следует учитывать влияние ЯКМ на особенности каждого языка.

Литература

1. Азимов, Э. Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. – М.: ИКАР. 2009. – 448 с.
2. Аперсян, Ю. Д. Образ человека по данным языка / Ю. Д. Аперсян // Вопросы языкознания. 1995. №1. - С.37-66.
3. В. фон Гумбольдт. Избранные труды по языкознанию / В. фон Гумбольдт. – М.: Прогресс, 1984. –450 с.
4. Вежбицкая, А. Языковая картина мира как особый способ репрезентации образа мира в сознании человека / А. Вежбицкая // Вопросы языкознания. 2000. №6. - С.33–38.
5. Зарецкий, Е. В. Безличные конструкции в русском языке: культурологические и типологические аспекты (в сравнении с английским и другими индоевропейскими языками) / Е. В. Зарецкий, Монография. – Астрахань: Астраханский университет, 2008. – 564 с.
6. Караулов, Ю. Н. Горячие точки развития русистики: русский

- язык, русский мир и российский менталитет / Ю. Н. Караулов // Лексикография. Язык. Речь: сборник статей памяти Анны Липовской (сост. Юрий Д. Апресян [и др.]). – София: Унив. изд-во «Св. Климент Охридски», 2013. – С.161-179.
7. Маслова, В. А. Введение в лингвокультурологию: учебное пособие / В. А. Маслова. – М.: Наследие, 1997. – 207 с.
 8. Телия, В. Н. Метафоризация и её роль в создании языковой картины мира [Текст] / В. Н. Телия // Роль человеческого фактора в язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С.173-204.
 9. Хайдеггер, М. Письмо о гуманизме / М. Хайдеггер // Время и бытие: статьи и выступления. – М.: Республика, 1993. – С.192–221.