

**С. А. МОГЖАНОВА**

**ВЫРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-РОЛЕВОГО  
СТАТУСА В ЭЛЕКТРОННОЙ ДЕЛОВОЙ  
ПЕРЕПИСКЕ НА КИТАЙСКОМ  
И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

**Д**анная статья направлена на сопоставительное изучение языковых способов выражения одной из составляющих категории вежливости в электронной деловой переписке в Китае и в России.

*Ключевые слова:* этикет, электронная деловая переписка, категории вежливости, интернет-дискурс, социальный статус.

**S. A. MOGZHANOVA**

**EXPRESSING SOCIAL-ROLE STATUS IN ELECTRONIC  
BUSINESS CORRESPONDENCE IN CHINESE AND RUSSIAN**

This article is aimed at a comparative study of the linguistic ways of expressing one of the components of the politeness category in electronic business correspondence in China and Russia.

*Key words:* etiquette, business e-mail, politeness categories, Internet discourse, social status.

Сегодня очевидно, что в условиях непрерывного развития торгово-экономических отношений между Россией с Китаем значительно возрос интерес к изучению принципов ведения деловой переписки между двумя державами. Эффективность межкультурного общения зависит от знания не только языка страны-партнера, но и её культурных, исторических традиций. Важно учитывать эти различия при оформлении деловых писем, которые, в свою очередь, имеют ряд особенностей на лексическом, грамматическом и прагматическом уровнях.

Языковые средства этикета составляют функционально-семантическое поле единиц доброжелательного, вежливого общения в ситуациях обращения, привлечения внимания, знакомства, приветствия, прощания, извинения, выражения благодарности и т.п [6, с. 56].

Деловая переписка на разных языках является неотъемлемой частью межкультурного делового общения. Для составления эффективных и успешных деловых писем важно принимать во внимание такие факторы, как ситуация написания конкретного письма, характеристики адресата и адресанта, цель, содержание, стиль и форма письма.

Анализируя учебные пособия по деловой переписке российских и китайских авторов, можно выявить ряд закономерностей выбора способов выражения социально-ролевого статуса участников коммуникации в официально-деловой переписке. Отечественные и китайские авторы признают, что язык официально-деловых документов, как следует из описания его стилеобразующих свойств, в любом случае должен быть вежливым и формальным. Однако некоторые характеристики китайской культуры, такие как глубокое уважение к бизнес-партнерам и высокая ценность делового сотрудничества обозначаются в китайских документах посредством значительно более частого использования этикетных форм и форм вежливости по сравнению с повседневной неформальной коммуникацией.

Китайское и русское деловое письмо заметно различаются по способам выражения этикетных форм и социального статуса коммуникантов. Так, деловая корреспонденция на китайском, помимо стандартных языковых клише, присущим деловым письмам в целом, характеризуется еще и наличием паремий, архаичных языковых форм, взятых из древнекитайского языка вэньянь. Например, фразеологический оборот 礼尚往来 *lǐshàng wǎnglái* ‘в этикете ценится взаимность’ является этикетной ответной репликой, выражающей признательность и благодарность за приглашение, преподнесенный подарок и

проч. Слова *如何* rúhé ‘как? каким образом?’ и *如此* rúcǐ ‘так, таким образом’ взяты из древнего литературного языка и в современном китайском языке встречаются в основном в письменной речи.

Китайские письма также насыщены этикетными пожеланиями. В качестве пожелания выступают устоявшиеся вежливые формулировки, либо выражения, языковые средства которых близки к художественному стилю (*愿你俩情比海深* – ‘пусть любовь ваша будет глубже моря’; *祝你松柏常青, 永沐春风* – ‘желаю долгих лет жизни и крепкого здоровья’ (букв. ‘кипарис вечно-зелёный всегда купается в весеннем ветре’). Подобного типа прагматические пожелания не являются частотными. Они встречаются в основном в письмах-поздравлениях, причем важен статус участников коммуникации: они состоят в равных, теплых отношениях. Тем не менее, эта стилистическая особенность характеризует общую направленность китайского письма на гипертрофированное проявление вежливости (в зависимости от прагматической коммуникативной цели).

Для того, чтобы проанализировать степень изменения структуры ролей и интенций при написании деловых электронных сообщений, был изучен корпус писем на русском и китайском языках с точки зрения проявления статуса коммуникантов (выше- и нижестоящий) и вида письменной корреспонденции (письмо-просьба, приказ, приглашение и т.п.), традиционно реализующего те или иные интенции.

Китайское общество крайне иерархично, поэтому обозначение социального статуса и ситуационной роли в китайском традиционном и электронном письме в большей степени, чем в письмах на некоторых других языках, зависит от социальных параметров коммуникативной ситуации. На выбор языковых средств также влияет и набор интенций адресанта. В письме на русском языке не прослеживается такого пристального внимания к проявлениям вежливости. По своей структуре оно более однородно и однотонально, без четкого разделения участников речевого акта по социальному статусу.

Рассмотрим степень проявления социальной значимости при написании электронного письма вышестоящему или иноязычному адресату. Для этого занесем в сопоставительную таблицу различные речевые единицы, клишированные формулировки, характерные для выражения определенных интенций (см. таблицу 1).

**Таблица 1 – Способы проявления социально-ролевого статуса при написании письма вышестоящему или иноязычному адресату**

Вид письма	Вербальная реализация в письме на китайском языке	Вербальная реализация в письме на русском языке
<p><b>Письмо – приглашение (邀请函)</b></p>	<p>尊敬的王先生，您好！ ‘Уважаемый господин Ван, здравствуйте!’</p> <p>真诚的期待您的光临！‘Будем искренне рады Вашему светлому присутствию’</p> <p>我真诚的恳请您抽出宝贵的时间来参与这次展览会 ‘Искренне призываю Вас выкроить Ваше драгоценное время, чтобы посетить нашу выставку’</p>	<p>Уважаемый, Игорь Петрович!</p> <p>В связи с этим приглашаем Вас на собеседование</p> <p>Будем рады Вашему участию на конференции.</p> <p>Я с нетерпением жду сотрудничества с Вами.</p>
<p><b>Письмо- благодарность (感谢信)</b></p>	<p>让我再次感谢总经理的支持和诚挚友情！‘Позвольте мне вновь отблагодарить генерального директора за его поддержку и сердечную дружбу’</p> <p>不胜感激‘Безмерно благодарен’</p> <p>表示衷心的感谢并致以崇高的敬意 ‘Выражаю сердечную благодарность и отдаю дань уважения’</p>	<p>Выражаем Вам признательность и искреннюю благодарность ...</p> <p>Мы, как и прежде, благодарим Вас за оказанные услуги</p> <p>Благодарим Вас, что нашли время</p>
<p><b>Письмо- требование/запрос (请求函)</b></p>	<p>你是否可以寄给我装箱单的文件副本？‘Не могли бы Вы предоставить копии документов на контейнер?’</p> <p>请将货物交第一批船期装运 ‘Пожалуйста, отгрузите товар в первой партии’</p>	<p>Мы бы хотели получить более подробную информацию о ценах.</p> <p>Просим Вас подтвердить наличие трудового стажа у...</p>

<p><b>Письмо- жалоба (投诉函)</b></p>	<p>我发现，我甚至不能同贵公司讨论...‘Я обнаружил, что так и не смогу обсудить с Вами...’</p> <p>我给您写信因为我感觉我们两个公司之间的交往越来越没有成效了。‘Я пишу Вам, потому что чувствую, что общение между нашими фирмами становится все менее конструктивным’</p>	<p>...но возможности совместной работы сильно подрываются.</p> <p>Прошу Вас ответить на рекламацию в течение недели.</p>
<p><b>Письмо- сообщение (通知函)</b></p>	<p>以此通知 ‘Настоящим доводим до Вашего сведения’</p> <p>我们已经收到贵方的付款 ‘Мы уже получили платеж от Вашей драгоценной фирмы’</p>	<p>Уважаемая Ольга Васильевна!</p> <p>Доводим до Вашего сведения, что...</p> <p>Считаем необходимым поставить Вас в известность о...</p>
<p><b>Письмо- предложение (оферта) (报价函)</b></p>	<p>请研究我方报价并于下星期二前给予确认</p> <p>‘Просим рассмотреть наше предложение и до следующего вторника дать подтверждение’</p> <p>尊敬的宋经理，如贵方认为我们的报价符合贵公司的要求... ‘Если вы считаете, что наше предложение соответствует требованиям Вашей компании...’</p>	<p>Предлагаем Вам заключить договор...</p> <p>Компания «X» предлагает Вашему вниманию...</p> <p>Компания «X» делает Вам предложение (оферту) о поставке сахара на следующих условиях.</p>

Деловые электронные письма на двух языках к вышестоящему или иноязычному адресату не очень заметно отличаются от классических писем на бумажных носителях: они вежливы, тактичны и крайне официальны, однако степень проявления вежливости в них более значительно варьируется в зависимости от прагматической установки.

Так, в письмах на китайском языке меняется форма обращения в зависимости от должности адресата. Можно встретить такие обращения, как *经理* или *总经理*, что в переводе на русский означает ‘директор’ и ‘генеральный директор’ соответственно. Таким образом, используя стратегию негативной вежливости, китайская сторона придает значимости адресату, дает ему ‘лицо’

с целью завязывания или продолжения плодотворного сотрудничества. Письма на русском не стратифицируют адресатов столь явно, обращения в деловом дискурсе однородны и строятся по стандартной формуле «*Уважаемый(ая)* + имя и отчество», то есть обозначение социально-ролевого статуса партнёров по коммуникации отходит на второй план.

Еще одной отличительной особенностью китайской корреспонденции является ее исключительная вежливость вне зависимости от интенции адресанта. Это проявляется, в первую очередь, на лексическом уровне. При сопоставлении способов номинации адресата в обеих группах писем из корпуса становится очевидно, что китайская сторона придает этому аспекту гораздо большее значение, чем российская. Такие сочетания, как 贵方 (досл. 'драгоценная сторона') или 贵公司 (досл. 'драгоценная компания') можно встретить только в китайской корреспонденции. В письме на русском языке привычной формой номинации являются уважительные личные и притяжательные местоимения Вы (Ваш), образуя такие сочетания, как *Ваша сторона, Ваша компания* и проч.

Помимо культурных традиций степень проявления вежливости зависит от вида интенции. Так, китайские письма-требования/запросы или предложения менее эмоциональны и высокопарны в отличие от писем других деловых субжанров на китайском языке, иллюкутивной целью таких текстов является донесение конкретной информации, традиционно используемые эмоционально окрашенная лексика и стилистические приемы отходят на второй план. Если рассматривать электронное письмо на русском языке, то очевидно, что его тональность практически не варьируется в зависимости от той или иной коммуникативной задачи, оно более однородно и менее эмоционально. Тем не менее, независимо от интенции адресантов или прагматики речевого акта, для проявления вежливости в письмах на обоих языках реализуется стратегия 'off-record', целью которой является минимизировать угрозы в отношении 'лица' партнера. Это особенно ярко проявляется в письмах на китайском языке.

Рассматривая примеры вербальной реализации интенций, можно сделать вывод, что китайское письмо, в целом, более эмоциональное, чем русское. Такие этикетные формулировки, как, например, 致以崇高的敬意 (досл. 'отдаю высочайшее уважение'), 诚挚友情 (досл. 'сердечная дружба'), 您的光临 (досл. 'Ваше светлое присутствие'), присущи только китайскому стилю ведения официально-деловой переписки как посредством электронной почты, так и на бумажных носителях.

Приведённые выше примеры затрагивали в первую очередь ситуации несимметричного общения нижестоящих с вышестоящими или иноязычными партнерами. Для того чтобы определить, как меняется тональность писем и способы выражения социально-ролевого статуса при интеракции вышестоящих с нижестоящими, рассмотрим следующую таблицу. В таблицу 2 занесены самые очевидные проявления искомых трансформаций в зависимости от различия речевых интенций.

Таблица 2 – Способы проявления социально-ролевого статуса при написании письма нижестоящему адресату

ВИД ПИСЬМА	ВЕРБАЛЬНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ В ПИСЬМЕ НА КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ	ВЕРБАЛЬНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ В ПИСЬМЕ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
<p>ПИСЬМО- ТРЕБОВАНИЕ (请求函)</p>	<p>请告诉我.. 'ПОЖАЛУЙСТА, СКАЖИТЕ...'          我写信给你是要询问有关...的进一步讯息 'Я ПИШУ ВАМ, ЧТОБЫ ВЫ МНЕ СООБЩИЛИ ДАЛЬНЕЙШУЮ ИНФОРМАЦИЮ КАСАТЕЛЬНО...'          你可以安排与物流经理会面? 'МОЖЕТЕ ЛИ ВЫ ДОГОВОРИТЬСЯ О ВСТРЕЧЕ С МЕНЕДЖЕРОМ ПО ЛОГИСТИКЕ?'          请你能在两天内回复 'ПОЖАЛУЙСТА, ОТВЕЬТЕ В ТЕЧЕНИЕ ДВУХ ДНЕЙ'          请告诉我门票的费用 'ПОЖАЛУЙСТА, СООБЩИТЕ МНЕ СТОИМОСТЬ БИЛЕТОВ'          请您预订我的机票... 'ПРОШУ ВАС ЗАБРОНИРОВАТЬ ДЛЯ МЕНЯ АВИАБИЛЕТ...'          请您在本周内完成上述准备工作 'ПРОШУ ВАС В ТЕЧЕНИЕ НЕДЕЛИ ВЫПОЛНИТЬ ВЫШЕОПИСАННУЮ ПОДГОТОВИТЕЛЬНУЮ РАБОТУ'          预先表示感谢 'ЗАРАНЕЕ БЛАГОДАРЮ!'</p>	<p>УВАЖАЕМАЯ КСЕНИЯ АЛЕКСАНДРОВНА!          ПРОШУ ПРЕДОСТАВИТЬ МНЕ ОТЧЕТ О ПРОВЕДЕННОЙ ВЫСТАВКЕ ДО КОНЦА НЕДЕЛИ.          АННА, ЗДРАВСТВУЙТЕ!          ТАК КАК СОБРАНИЕ БУДЕТ ПРОХОДИТЬ В ОНЛАЙН-ФОРМАТЕ, ПРОШУ ВАС СОЗДАТЬ ЭЛЕКТРОННУЮ КОНФЕРЕНЦИЮ НА ПЛАТФОРМЕ ZOOM И ПРЕДОСТАВИТЬ МНЕ И НАШИМ ПАРТНЁРАМ ССЫЛКУ.</p>

<p>ПИСЬМО- СООБЩЕНИЕ (通知函)</p>	<p><i>张明, 你好! 我想告诉你... 'ЧЖАН МИН, ЗДРАВСТВУЙТЕ! Я ХОТЕЛ БЫ СООБЩИТЬ ВАМ...'</i>  <i>通知所有广告部人员 'СОБЩАЮ ВСЕМ СОТРУДНИКАМ ОТДЕЛА РЕКЛАМЫ'</i>  <i>请务必出席 'ПРОШУ НЕПРЕМЕННО (ВО ЧТО БЫ ТО НИ СТАЛО) ПРИСУТСТВОВАТЬ НА СОБРАНИИ'</i>  <i>如果有任何问题, 请提早联络我 'ЕСЛИ ВОЗНИКНУТ КАКИЕ-ТО ВОПРОСЫ, ПРОШУ СВЯЗАТЬСЯ СО МНОЙ ЗАРАНЕЕ'</i></p>	<p><i>УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ! ДОНОШУ ДО ВАШЕГО СВЕДЕНИЯ, ЧТО СО СЛЕДУЮЩЕЙ НЕДЕЛИ НАША ФИРМА ЧАСТИЧНО ПЕРЕХОДИТ В ОНЛАЙН-ФОРМАТ. ПРОСЬБА СЛЕДИТЬ ЗА ИНФОРМАЦИОННОЙ РАССЫЛКОЙ.</i></p>
<p>ПИСЬМО- ПРИГЛАШЕНИЕ (НА СОБЕСЕДОВАНИЕ) (面试邀请函)</p>	<p><i>尊敬的杨先生! 聘请您担任我公司的首席设计师职位 'УВАЖАЕМЫЙ МИСТЕР ЯН! ПРЕДЛАГАЮ ВАМ ЗАНЯТЬ ДОЛЖНОСТЬ ВЕДУЩЕГО ДИЗАЙНЕРА В НАШЕЙ КОМПАНИИ'</i>  <i>感谢您发给我的履历, 我非常高兴您有兴趣在我们公司工作 'БЛАГОДАРЮ ВАС ЗА РЕЗЮМЕ, КОТОРОЕ ВЫ ПРИСЛАЛИ. МНЕ ПРИЯТНО, ЧТО ВЫ ПРОЯВИЛИ ИНТЕРЕС К РАБОТЕ В НАШЕЙ КОМПАНИИ'</i></p>	<p><i>УВАЖАЕМЫЙ ИЛЬЯ ВИКТОРОВИЧ! ВАШЕ РЕЗЮМЕ ПОКАЗАЛОСЬ НАМ ОЧЕНЬ ИНТЕРЕСНЫМ. ХОТИМ ВАС ПРИГЛАСИТЬ НА СОБЕСЕДОВАНИЕ В ОФИС НАШЕЙ КОМПАНИИ КАК СПЕЦИАЛИСТА... МЫ ОЗНАКОМИЛИСЬ С ВАШИМ РЕЗЮМЕ И ГОТОВЫ ПРЕДЛОЖИТЬ ВАМ ДОЛЖНОСТЬ «БИЗНЕС-АССИСТЕНТ / ПОМОЩНИК РУКОВОДИТЕЛЯ В ОТДЕЛ ПЕРСОНАЛА»</i></p>

<p><b>ПИСЬМО-ПОЗДРАВЛЕНИЕ</b> (贺信)</p>	<p><b>尊敬的同事们！</b> <b>值此我公司成立 5 周年恭喜时刻到来之际，衷心地祝贺你们！‘УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ! ПО СЛУЧАЮ ПЯТИЛЕТИЯ ОСНОВАНИЯ НАШЕЙ КОМПАНИИ СЕРДЕЧНО ВАС ПОЗДРАВЛЯЮ!’</b> <b>我向你们表示热烈的祝贺！‘Я ПРИНОШУ ВАМ СВОИ СЕРДЕЧНЫЕ ПОЗДРАВЛЕНИЯ!’</b></p>	<p><b>УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!</b> <b>ПОЗДРАВЛЯЮ ВАШ ОТДЕЛ С ПРЕДСТОЯЩИМИ СВЕТЛЫМИ ПРАЗДНИКАМИ!</b> <b>ПОЗДРАВЛЯЮ ОТДЕЛ ЛОКАЛЬНЫХ ПРОДАЖ С УСПЕШНЫМ ВЫПОЛНЕНИЕМ ПЛАНА.</b></p>
--	--	--

Собранные в таблицу 2 примеры выражения различных речевых интенций, в большей степени, характеризуют ситуации делового общения внутри компаний, то есть это переписка управляющего с подчиненными. Такого рода корреспонденция составляется в виде циркуляров (общая электронная рассылка внутри компании) или личных e-mail (персонализированная переписка). При анализе примеров из данной таблицы можно выявить некоторые характерные черты в стиле электронного делового письма, подготовленного в России или Китае соответственно.

Во-первых, форма и содержание электронного письма существенно сокращаются, оно становится менее эмоциональным и более конкретным. Тем не менее, письма-поздравления выделяются на фоне остальных, так как наполнены большим количеством вежливых этикетных форм как в русском, так и в китайском языках.

Во-вторых, в рассмотренных нами примерах изменяется форма обращения и степень проявления вежливости. В проанализированном нами китайском корпусе писем в 48,5% случаев обращение вышестоящего адресанта к нижестоящему адресату состояло лишь из имени без присвоения ему статуса ‘уважаемый’ (张明, 你好! - ‘Чжан Мин, здравствуй!’). Лишь в 2,5% случаев после фамилии шел иероглиф со значением ‘господин’ или ‘госпожа’ (张先生). Более того, в 49% писем какая-либо этикетная форма обращения отсутствовала полностью. Большую часть таких случаев составляют ответные сообщения, где из-за высокой интерактивности коммуникации происходит сокращение количества языковых единиц, отражающих статусные атрибуты. Иногда это выглядит как сокращение текста, при котором размер делового письма уменьшается до размера реплики в устном диалоге [2, с. 46-49]. Однако в подавляющем большинстве изученных электронных писем на русском языке этикетная форма обращения присутствовала (более 95%). В зависимо-

сти от коммуникативной цели использование и выбор обращения варьируется. Ярко выраженным перлокутивным эффектом должны обладать письма-требования или письма-сообщения, поэтому они подвергаются наибольшему изменению. Так, наиболее частотным видом обращения в подобного рода письмах является обращение по полному имени (76%). Реже – по имени и отчеству (18,7 %). Еще одной отличительной особенностью китайского письма в степени проявления вежливости является употребление местоимения 你, что дословно переводится на русский как ‘ты’. Хотя это личное местоимение и является аналогом английского you и в зависимости от прагматической установки может переводиться как ‘Вы’, тем не менее в узусе классических официально-деловых писем как на бумажных, так и на электронных носителях используется уважительное местоимение 您 (‘Вы’), что и было продемонстрировано в таблице 1, в которой приводятся языковые средства, реализующие прагматические аспекты текста делового письма, направляемого вышестоящему адресату нижестоящим адресантом.

Единственный тип электронного письма, который, по нашим наблюдениям, не подвергся трансформациям, – это письмо с предложением о работе. Такое сообщение имеет конкретную речевую интенцию и иллокутивную цель – поиск и привлечение нового работника, поэтому языковые средства, используемые при написании такого письма, должны быть направлены на достижение поставленной коммуникативной задачи. В электронном дискурсе эти письма всегда носят крайне официальный, лапидарный и безэмоциональный характер.

Подводя итог сопоставлению примеров из таблиц 1 и 2, можно прийти к выводу, что способы проявления социально-ролевого статуса в электронной деловой переписке варьируются в зависимости от различных коммуникативных целей, тематической отнесенности писем и видов используемых в них речевых актов. При этом одним из самых важных аспектов изменений языковых и речевых средств в электронных текстах по сравнению с их аналогами на бумажных носителях являются социально-ролевые отношения участников коммуникации.

Наиболее заметные различия были отмечены при анализе выбора лексико-грамматических особенностей делового сообщения в зависимости от статуса коммуникантов. Так, письма нижестоящих адресантов вышестоящим адресатам имеют высокую тональность и насыщены вежливыми формулировками, в то время как сообщения от вышестоящих адресантов своим подчиненным написаны лапидарным языком в императивном тоне в целях повышения собственного социального статуса. В большинстве проанализированных электронных писем присутствовали элементы спонтанной разговорной речи, которые проявлялись на лексико-грамматическом и семиотическом уровнях.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Баранов, А.Н.* Социальный статус человека в лингвистическом аспекте // «Я», «субъект», «индивид» в парадигмах современного языкознания. М.: Изд-во МГУ, 1992. С. 5 - 11
2. *Буторина, Е. П.* Интерактивность как прагматический фактор деловой интернет-коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 3 (33): в 2-х ч. Ч. II. С. 46-49.
3. *Васильева, М.А.* Официально-деловой стиль китайского языка. Учебное пособие. Анализ различных аспектов. - СПб: КАРО, 2008. – 128 с.
4. *Готлиб, О.М.* Коммерческое письмо. Русско-китайские соответствия: учебное пособие / О.М. Готлиб. — 4-е изд., испр. и дополненное. — Москва: ВКН, 2018. — 280 с.
5. *Корец, Г. Б.* Китайский язык: деловая переписка / Г. Б. Корец. – Москва: Живой язык, 2018. – 224 с.
6. *Санникова, И. И.* Этнолингвистика [Электронный ресурс]: учеб. пособие / И. И. Санникова; под ред. проф. А.А. Петрова. — 2-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2015. — С.56.
7. *Сёрль, Дж.* Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. М., 1986. – С. 170-194
8. *Формановская Н. И.* Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. — М.: Икар, 2007. – 480 с.
9. *Хуан, Вэйчжи.* Практический курс делового китайского языка / Вэйчжи Хуан. – Пекин: Sinolingua, СПб: КАРО, 2006. – 352 с.
10. *朱纪明, 李广友.* 俄汉对照外贸合同与函电. – 北京: 知识出版社, 一九九三. – 293 页。 = *Чжу, Цзимин.* Внешнеторговые документы: контракты, переписка. Практическое пособие на русском и китайском языках / Цзимин Чжу, Ли Гуан'ю. – Пекин: Издательство Знание. Э-Хань дуйчжао ваймао хэтун юй ханьдянь, 1993. – 293 с.
11. *Шогенова, Л. А.* Особенности социальной коммуникации и этикета в китайской культуре: традиционные основы и современность / Л. А. Шогенова // Обсерватория культуры. 2018;15(4):460–467.
12. *Brown P.* Cambridge University Press. Politeness: some universals in language usage / P. Brown, S. C. Levinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 2014-01-01. – P. 61–62.

### Информация об авторе:

**Могжанова София Андреевна** – старший преподаватель Российского государственного гуманитарного университета, г. Москва, Российская Федерация.