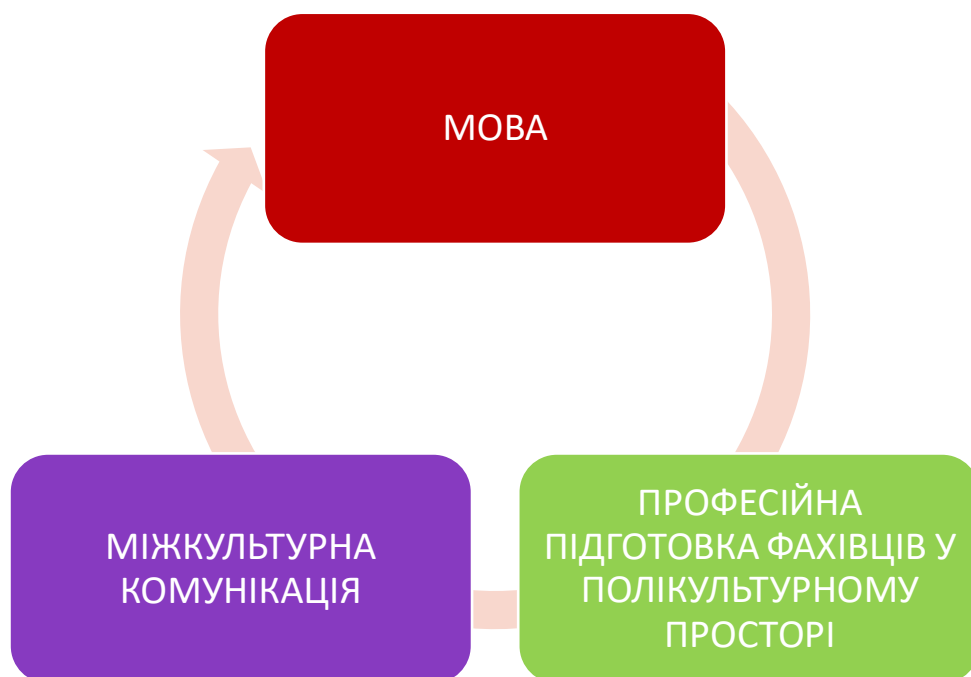


**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІЛОЛОГІЇ І ПРОФЕСІЙНОЇ  
ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ  
У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ**



**ХАРБІН – 2023**

**ОДЕСА – 2023**

# **МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Державний заклад

«Південноукраїнський національний педагогічний  
університет імені К.Д. Ушинського»

Кафедра перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики

Освітньо-культурний центр «Інститут Конфуція»

Інститут педагогічної освіти і

освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України (Україна)

Харбінський інженерний університет (КНР)

Намсеульський університет (Республіка Корея)

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІЛОЛОГІЇ І ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ**

Харбін – 2023

Одеса – 2023

УДК: 80+37.134]:008-021.3(051)

*Рекомендовано до друку рішенням вченої ради  
Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний  
університет імені К. Д. Ушинського»  
(протокол № 9 від 27 квітня 2023 року)*

Актуальні проблеми філології і професійної підготовки фахівців у полікультурному просторі: Міжнародний журнал. – Випуск 6. – Харбін : Харбінський інженерний університет, 2023 – 101 с.

© Харбінський інженерний університет (м. Харбін, КНР), 2023  
© Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса, Україна), 2023

схиляються до номіналістичної версії культури. Але їх розрізняють суттєві розбіжності у розумінні природи людини. Саме у площині уявлень про структуру та характер функціонування особистості і різниця між цими стратегіями. Ні ліберальна, ні комунітарна стратегії не вільні від проблем та можливості використання їх для політичних маніпуляцій. Це робить дослідження міжкультурних контактів актуальним та своєчасним.

**Висновки.** На рівні геополітичного простору важливо шукати ті шляхи міжкультурної взаємодії, які здатні створити порозуміння людей, народів, держав, тоді, коли жодні інші аргументи не можуть змусити їх зблизити свої позиції щодо принципів геополітичних питань. Це дасть можливість відновити втрачені зв'язки людини з природою. Сучасний світ слід вважати продуктом спілкування представників різних культур, а в умовах різкого зростання рівня транскордонних переміщень простір міжкультурної комунікації охоплює всю планету. Така взаємодія не лише глобальна, вона безперервна та складається як з незліченних особистих контактів між людьми, так з опосередкованих форм комунікації.

Можна сформулювати основні напрямки розвитку міжкультурної взаємодії на геополітичному рівні: підвищення багатобічності у політичних рішеннях та правилах; розвиток діалогу між державами, які базуються на принципах уваги та взаємоповаги; розширення міжкультурного співробітництва, що базується на взаєморозумінні та підтримці; формування міжнародних конструктивних партнерств та спільних проектів; створення механізмів, які допоможуть прийняти та застосувати міжкультурні правила; посилення світового взаємозв'язку та підтримки між культурами та народами.

#### **Література**

1. Кучмій, П. (2003) Міжкультурні комунікації: структура і динаміка процесів. *Культура народів Причорномор'я*, 37, 52–55.
2. Печко Н. (2014) Проблеми міжкультурної комунікації: обмовки політиків. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. URL : [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/4586/1/mov\\_univers\\_2014.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/4586/1/mov_univers_2014.pdf).
3. Слющинський Б. (2020) Міжкультурна комунікація як віддзеркалення сучасного рівня культури. *Міжкультурна комунікація і глокалізаційні процеси у соціологічному вимірі*. Маріуполь: МДУ, 85.

#### **Катерина Шевченко**

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри китайської філології  
Київського національного лінгвістичного університету  
м. Київ, Україна*

### **ДИСКУРСИВНІ МАРКЕРИ М'ЯКОГО ВПЛИВУ У ДІЛОВОМУ ТЕКСТІ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ**

**Ключові слова:** *дискурсивні маркери, китайська мова, ділова комунікація, м'який вплив.*

Китайська мова, як засіб ділового спілкування з одним із найпопулярніших ділових партнерів у сучасному світі, привертає увагу багатьох сучасних фахівців перекладу та науковців-лінгвістів, в тому числі й українських. Дослідження ділового дискурсу китайської мови в Україні проводиться з різних ракурсів, але останнім

часом в умовах людиноцентризму актуальності набуває когнітивна лінгвістика, яка всебічно розглядає проблеми співвідношення мови та свідомості людини, її роль у пізнавальних процесах та вивчає форми взаємодії між мовою та когнітивними можливостями людини та психолінгвістика, яка розглядає вербальні засоби маніпуляції та впливу на свідомість людини. Вважаємо за доцільне дослідити саме дискурсивні маркери м'якого впливу у діловому тексті китайської мови, як засоби досягнення ефективної ділової комунікації. Уміння оперувати дискурсивними маркерами такого характеру у діловому спілкуванні сприяє розширенню та покращенню ділових зв'язків між Китаєм та Україною, що ефективно відображається на розвитку міжнародних стосунків та всебічному економічному розвитку нашої країни. Вони мають значний вплив на встановлення довіри та довгострокових ділових відносин між представниками двох країн, тому дослідження дискурсивних маркерів китайського тексту, які виступають основними механізмами м'якого впливу у діловій комунікації є **актуальним** для сучасної української лінгвістики. **Новизна** полягає у детальному аналізі та характеристиці дискурсивних маркерів м'якого впливу в китайському діловому тексті та дослідженні таких засобів впливу в різних контекстах.

**Методи дослідження:** аналіз, дедукція, описовий метод, структурний та функціональний використовуються для детального аналізу дискурсивних маркерів м'якого впливу в китайському діловому тексті. Лінгвістичні: дискурс-аналіз, структурний та функціональний аналіз, контекстуально-інтерпретаційний методи надають можливість детально розібрати дискурсивні маркери та виявити підтекст м'якого впливу.

Поняття та класифікацію дискурсивних маркерів досліджували вітчизняні науковці С. Засекін [1], Н. В. Пожарська [2], функції дискурсивних маркерів аналізували зарубіжні вчені Б. Фрезер [3, с. 935], Д. Шиффрін [4, с. 46] та інші, але здебільшого дослідження стосувалися української та англійської мови. Метою нашого дослідження є дослідити дискурсивні маркери китайської мови та їхні механізми впливу у діловій комунікації. Для цього ми проаналізували 25 усних та письмових текстів ділового дискурсу, загальний обсяг становить 78 сторінок та обрали найпоширеніші маркери, які на нашу думку виступають засобом м'якого впливу, а саме 贵, 老, 最, 只好.

Проаналізувавши погляди науковців щодо тлумачення поняття «дискурсивний маркер», ми розробили власне тлумачення. Дискурсивний маркер – одиниця дискурсу, яка не залежить від значущих частин мови, а маркує аспекти спілкування, акцентує увагу на тому, що хотів донести автор висловлювання до інших учасників комунікації.

Вважаємо за доцільне проаналізувати функції та змістове навантаження обраних дискурсивних маркерів згідно з різними контекстами.

Зазначимо, що китайська мова – мова ізольованого типу, саме тому частини мови часто бувають перехідні, тому деякі дискурсивні маркери можуть виступати і як значущі частини мови, і як службові. Слід почати з 贵, найбільш часто зустрічається у поєднаннях 贵方, 贵公司 що буквально позначає «дорога сторона», «дорога компанія» в даному контексті не доцільно перекладати дослівно, через те що на вживання такого маркеру впливають культурні особливості китайського соціуму, де

贵 вживається, як засіб вираження поваги до іншої сторони комунікації, отже贵方 позначає «ваша поважна сторона», а 贵公司 «ваша шановна компанія», де «поважний» та «шановний» можна опустити. Механізм функції м'якого впливу відображається у тому, що за допомогою 贵 звертання виходить більш ввічливим, через повагу та навіть можна сказати комплімент, адже тлумачення слова 贵 «дорогий» підкреслює важливість та значущість учасника ділової комунікації. Отже дискурсивна функція цього маркеру – висловлювання поваги до співрозмовника та підкреслення його важливості у процесі ділової комунікації, за допомогою цього доповідач намагається вплинути на результат перемовин та м'яко перетягнути співрозмовника на свою сторону, що сприяє ефективному досягненню цілей доповідача.

Дискурсивний маркер 老, буквально позначає «старий», але у більшості звертань вживається для позначення ввічливого ставлення до співрозмовника у значенні «мудрий». У діловому тексті китайської мови здебільшого вживається у словосполученнях 老朋友, 老客户, які доцільно перекласти, як «старий друг» та «давній клієнт». Дискурсивна функція у діловому дискурсі полягає у м'якому впливі на опонента, задля отримання поступок, наприклад, особливих переваг, знижок тощо. Доповідач наполягає на давніх кріпких стосунках, чіткому дотримувannya вимог та м'яко натякає на необхідність особливого відношення для себе.

Зазначимо, що 最好 можна перекласти, як «найбільш», частіше вживається у ділових текстах разом з 好, 最好 можна передати українською мовою як «найкраще». Дискурсивна функція – порада, наприклад у контексті «我们对这个范围有很长的经验, 所以关于这件事儿您贵方最好应靠我们的公司 (Щодо цієї сфери, наша компанія має значний досвід, тому у цьому питанні Вам краще покласти на нас) », порада, або рекомендація, також виступає маркером м'якого впливу на співрозмовника задля виклику у нього довіри та досягнення власних цілей. Саме у цьому випадку – партнерства.

Важливим дискурсивним маркером є 只好, прислівник, що перекладається «тільки й залишається, що», але у діловому дискурсі звороти з 只好 часто вживаються для поради, наприклад у контексті «没有办法, 只好同意(немає іншого вибору, краще погодитися)» більш доцільно перекладати як «краще». Дискурсивна функція – м'який вплив на потенційного партнера через пом'якшення складної або суперечливої ситуації «відвертою» порадою. Комунікативний посил – «Ви не переживайте наша сторона вчинила б так на вашому місці», отже прихиляє комунікантів до спікера і також дозволяє досягти ефективної ділової комунікації.

Отже, дослідивши семантичні, граматичні та дискурсивні функції обраних дискурсивних маркерів у діловому тексті китайської мови, ми довели, що важливість їх правильного та доцільного використання сприяє ефективній комунікації представників Китаю та України у діловій сфері. Всі наведені вище дискурсивні маркери мають дискурсивну функцію – м'яко впливати на адресата, викликати позитивне ставлення до доповідача, його компанії та країни. У нашому дослідженні, обрані мовні одиниці можуть вважатися дискурсивними маркерами, тому що їхні дискурсивні функції перевалюють над змістовим наповненням та граматичними

функціями. Результати дослідження можуть бути використані у підготовці фахівців з перекладу, фахівців ділової сфери, які володіють китайською мовою та філологів-китаєзнавців.

### Література

1. Засєкін С. Дискурсивні маркери когерентності англomовного діалогічного тексту: когнітивний та прагматичний аспекти: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ. нац. лінгв. ун-т. Київ, 2001. 20 с.
2. Пожарська Н.В. Комунікативний потенціал дискурсивних маркерів *since* та *yet* у процесі регулювання референції на макрорівні. DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2020.13-2.27> , from [http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/13/part\\_2/29.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/13/part_2/29.pdf)
3. Fraser, B. (1999). What are discourse markers? *Journal of pragmatics*, 31, 931–952
4. Schiffrin, D. (1987). *Discourse Markers*. Cambridge University Press. 318 p.