



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»

<https://su-journal.ru>

2025, № 6 / 2025, Iss. 6 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 81-133

## Специфика российско-китайских межкультурных коммуникаций

<sup>1</sup> Е Цзы

<sup>1</sup> Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

**Аннотация:** статья посвящена анализу влияния особенностей взаимодействия между Россией и Китаем на бизнес-коммуникацию и обмен опытом. Анализируются исторические особенности, включая воздействие конфуцианства на бизнес-практику Китая, а также характеристики управленческой системы в РФ. Рассматривается концепция взаимодействия «гуаньси» и «мяньцзы» в бизнесе Китая и их отличительные черты по сравнению с российскими подходами в сфере бизнеса. Изучаются особенности подходов к переговорам, процессам принятия решений и взаимодействия между друг другом. Подчеркивается важность устранения коммуникативных преград и внедрения продуктивных методов взаимодействия между разными культурами, таких как привлечение переводчиков, применение передовых технических средств и установление деловых связей. В выводе подчеркивается важность учета культурных нюансов для эффективного укрепления коммерческих отношений России и Китая.

Основной задачей этого исследования выступает определение областей потенциальных разногласий и неясностей, а также формулирование практических предложений по усовершенствованию коммуникативных подходов, способствующих укреплению эффективного партнерства во всех сферах сотрудничества – экономике, политике, науке и культуре.

Основные цели статьи заключаются в определении главных препятствий в коммуникации, обусловленных отличиями в языковых характеристиках, речевых привычках, профессиональном контексте и культурно-историческом наследии, определение областей, в которых различия культурных норм могут провоцировать споры, путаницу и напряженность в процессе взаимодействия.

В контексте взаимодействия культур между Россией и Китаем акцент делается на национальных особенностях, нормах профессионального общения и специфике невербального диалога.

**Ключевые слова:** взаимодействие между культурами, РФ, Китай, национальные особенности, профессиональные нормы поведения, немая речь, подходы к общению

**Для цитирования:** Е Цзы Специфика российско-китайских межкультурных коммуникаций // Современный ученый. 2025. № 6. С. 23 – 30.

Поступила в редакцию: 15 января 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 13 марта 2025 г.; Принята к публикации: 15 мая 2025 г.

## The specifics of Russian-Chinese intercultural communications

<sup>1</sup> Ye Zi

<sup>1</sup> *Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia*

**Abstract:** the article is devoted to the analysis of the impact of the peculiarities of interaction between Russia and China on business communication and the exchange of experience. The historical features are analyzed, including the impact of Confucianism on Chinese business practice, as well as the characteristics of the management system in the Russian Federation. The article considers the concept of interaction between “Guangxi” and “mianzi” in Chinese business and their distinctive features in comparison with Russian approaches in the field of business. The peculiarities of approaches to negotiations, decision-making processes and interaction between each other are studied. The importance of removing communication barriers and introducing productive methods of interaction between different cultures, such as the involvement of translators, the use of advanced technology and the establishment of business relationships, is emphasized. The conclusion highlights the importance of taking cultural nuances into account in order to effectively strengthen commercial relations between Russia and China.

The main objective of this study is to identify areas of potential disagreement and ambiguity, as well as to formulate practical proposals for improving communication approaches that help strengthen effective partnership in all areas of cooperation – economics, politics, science and culture.

The main goals of the article are to identify the main obstacles in communication caused by differences in language characteristics, speech habits, professional context, and cultural and historical heritage, and to identify areas where differences in cultural norms can provoke disputes, confusion, and tension in the interaction process.

In the context of cultural interaction between Russia and China, the emphasis is on national peculiarities, norms of professional communication and the specifics of non-verbal dialogue.

**Keywords:** intercultural communication, Russia, China, cultural differences, business ethics, non-verbal communication, communication strategies

**For citation:** Ye Zi The specifics of Russian-Chinese intercultural communications. Modern Scientist. 2025. 6. P. 23 – 30.

*The article was submitted: January 15, 2025; Approved after reviewing: March 13, 2025; Accepted for publication: May 15, 2025.*

### Введение

Межгосударственные коммерческие связи имеют ключевое значение для формирования продуктивных и установление стабильных контактов между коммерческими организациями различных стран, таких как Россия и Китай. В период усиления тенденций деколонизации, ориентированных на развитие самобытной культурной принадлежности, взаимодействие между Россией и Китаем демонстрирует устойчивое союзничество и стремление к сотрудничеству в контексте глобальной экономической взаимозависимости. В контексте текущих трендов успешное взаимодействие стало ключевым фактором для предприятий любого масштаба. Исследование направлено на изучение нюансов сотрудничества между Россией и Китаем в деловом аспекте, изучаемых под углом языковых традиций и национальных характеристик.

Россия и Китай являются самостоятельными экономическими державами.

Обе державы обладают значительным экономическим потенциалом и продемонстрировали значительный рост экономических показателей за последнее время. Российское государство располагает значительными природными ресурсами и находится в ключевом геостратегическом положении на евразийском пространстве, обеспечивая его лидирующие позиции в области энергетики и разработки минералов. По результатам независимого международного анализа 2022 года данная экономика заняла место среди пяти ведущих мировых держав. Согласно тем же расчётам, Китай занял второе место среди крупнейших экономик благодаря обширной промышленной инфраструктуре и увеличивающемуся спросу потребителей. Эти обстоятельства благоприятствуют непрерывному росту торговых связей и деловых отношений между государствами, открывая множество возможностей для международных бизнес взаимодействий и межкультурного диалога.

Основная цель статьи направлена на анализ уникальных аспектов деловой коммуникации между российскими и китайскими компаниями, обусловленных особенностями формального делового взаимодействия во время переговоров представителей корпоративных сообществ обеих стран. В рамках данного исследования анализируются лингвистические и культурно-исторические аспекты, способствующие успешной коммуникации между участниками переговоров и обеспечивающим продуктивность межкультурных обсуждений, принимая во внимание разнообразие языковых структур и уникальных культурных традиций. Также исследуется воздействие культурно-этнических нюансов на переговоры и процесс принятия административных решений в областях, связанных с деловыми коммуникациями. Определяются продуктивные методы взаимодействия, потенциальные проявления лингвистического воздействия и сопутствующие им результаты, а также проблемы, возникающие в процессе таких взаимодействий.

#### **Материалы и методы исследований**

В рамках исследования применялся многосторонний методический инструментарий, исследование сосредоточено на изучении коммуникационных стратегий в деловых дискурсах России и Китая, общих вызовах в области межкультурного взаимодействия в коммерческом контексте и других смежных вопросах.

Исследовательский анализ опирался на материалы рубрик и тематических блоков новостей об экономическом партнёрстве между Россией и Китаем, опубликованных в изданиях «Китай», «Союзники», «МегаПаблш» и «Чайна ПРО».

Анализ российской информации о Тайване за 2020–2023 годы охватывает статьи из газеты «Народные известия», материалов агентства «Новый Восток» и публикаций группы «Чайна Дэйли» на английском языке.

Также анализировались данные Корпуса национального русского языка (НКРЯ) и Корпуса современного стандартного китайского языка (Guójiā Yǔyán Xiàndài Pínghuà Tōngyòng Píngtài).

#### **Результаты и обсуждения**

Связи между Россией и Китаем, характеризующиеся многолетней историей и интенсивным развитием последних десятилетий, служат наглядной иллюстрацией важности культурного обмена. Эффективное сотрудничество представителей РФ и Китая зависит от понимания уникальных культурных нюансов, обычаев и психологических установок каждой из стран [5].

Из-за культурных и лингвистических различий деловое общение между Россией и Китаем пред-

ставляет собой сложный процесс интерпретации, усвоения и обмена данными. Чтобы обеспечить эффективную коммерческую коммуникацию, важно устранять лингвистические препятствия, адаптируясь к ментальным языковым моделям, а также учитывать разнообразие национальных культурных восприятий, предубеждений и умозаключений. Эти отличия в культуре проистекают из уникальных исторических обстоятельств, социальных правил и ценностных ориентаций каждого государства.

В нашей стране многочисленные коммерческие предприятия обычно отличаются выраженной вертикальной структурой управления, где приоритет отдаётся почитанию и послушанию старшим по должности. Структура управления сверху донизу охватывает также коммерческую деятельность, где директивные указания исходят от высших уровней иерархии. Взаимодействие руководства и подчинённых обычно предполагает честность и прямолинейность; специалисты предпочитают открыто высказывать своё экспертное видение и отстаивать свои взгляды по некоторым вопросам. Китайская культурная традиция, в значительной степени, сложилась под влиянием конфуцианства, оказавшего значительное воздействие на общественные процессы и моральные устои. В нем акцентируется значимость баланса, упорядоченности и укрепления глубоких связей между индивидами. В Китае общественная система описывается как строго иерархическая [13, с. 85].

В китайском бизнесе заметно воздействие конфуцианской традиции, включая почитание старших, признание значимости связей («гуаньси») и авторитета. Принцип «гуаньси», основанный на доверии, установлении связей посредством дарообмена и перераспределении благ по личным связям, занимает центральное место в китайской социальной структуре и коммерческом взаимодействии. Китайская поговорка «знакомства важнее знаний» («知人重于知物») зримо иллюстрирует принципы конфуцианской философии.

Таким образом, специфическая особенность гуаньси стимулирует устойчивые и плодотворные коммерческие связи в китайской среде. В сфере бизнеса представители Китая придают первостепенное значение формированию контактов, полагая, что устойчивые взаимовыгодные связи важнее временных финансовых выгод.

Хотя элементы, схожие с гуаньси, присутствуют в русской деловой практике, концепция китайского мяньцзы («лицо/престиж») и связанный с ней риск потери репутации остаются малознакомыми в России, создавая потенциальное препятствие для успешного ведения бизнеса на разных

уровнях. Концепция лицевого достоинства (мяньцзы) тесно связана с корпоративной структурой Китая, где лидеры и высшие руководители часто требуют почтительного отношения от сотрудников и предполагают безоговорочное послушание, даже если это противоречит логике или справедливости заданий.

В китайской деловой практике, определяемой этическими нормами конфуцианства, приоритет отдаётся сохранению репутации, использованию двусмысленных формулировок для стратегического преимущества, осторожному выявлению намерений партнёров без собственной открытости, постепенному выполнению обязательств в зависимости от ситуации, а также гибкости и готовности идти на уступки ради успешного исхода переговоров.

В российской культуре акцептируется внимание на диалогическом общении, чёткость формулировок, готовность к дискуссии, стремление к взаимопониманию, принцип превосходства наиболее убедительного аргумента и рациональное использование временных ресурсов. Некоторые эксперты подчёркивают, что в российской традиции общение завершается обменом сведениями, тогда как в китайской культуре оно служит лишь этапом формирования бизнес-связей. Для китайских предпринимателей конкуренция и партнёрство представляют собой два аспекта единого явления [9, с. 160].

Китайские переговорщики традиционно фокусируются на развитии личностной связи, повышении уровня доверия и достижении взаимообогащающих исходов. Они применяют коммуникативный подход, основанный на неясных сигналах, молчаливых намёках и насыщенном контекстуальном взаимодействии.

Российские представители переговоров чаще демонстрируют стремление к чёткости и решительности, предпочитая открытый диалог [13, с. 87]. Различия в манере ведения бесед способны вызвать путаницу и неверную интерпретацию взглядов и установок возможных коллег, подчёркивая необходимость культурного такта и гибкости в международных деловых отношениях.

Культурные нюансы распространяются дальше делового общения и оказывают воздействие на управленческие решения в корпоративном окружении. В традиции Китая высоко ставят единство и согласие, где выводы делаются сообща и выражают общее мнение группы. В многоуровневых структурах российских компаний процесс принятия решений становится более индивидуализированным благодаря действиям руководящих инстанций. Осознание подобных культурно-

специфических особенностей и точная корректировка подходов к коммуникации играют ключевую роль в успешном процессе принятия управленческих решений в условиях международного сотрудничества.

Успешные деловые связи формируются благодаря внимательному отношению к культурным особенностям общения. Различия в культурных традициях оказывают влияние на применение языковых средств, жестов и норм общения, что способно усложнить установление связей между специалистами Китая и России.

В межличностном взаимодействии по-русски обычно доминирует прямота и чёткое высказывание чувств и взглядов.

Китайский стиль общения характеризуется большей степенью обходительности, акцентом на неясные сигналы и стремлением избегать прямых конфликтов. Осознание таких культурно-специфических деталей важно для успешного развития связей и повышения уровня доверия. Необходимо учитывать культурный фон общения, анализировать жесты и интонации, а также улавливать подтекст высказываний и поступков. Настроив манеру взаимодействия и продемонстрировав уважение к культурным традициям, специалисты способны минимизировать культурные различия и наладить продуктивное сотрудничество [3, с. 30].

Привлечение квалифицированных переводчиков или специализированных лингвистических услуг способствует преодолению языковых преград и обеспечивает качественную коммуникацию между экспертами Китая и России, гарантируя ясность диалога на переговорах, встречах и прочих деловых мероприятиях. Они обладают обширными знаниями языков и культур, обеспечивая эффективную коммуникацию, ориентированную на достижение цели.

Внедрение современных технологических решений способствует улучшению коммуникации благодаря наличию приложений для немедленного перевода и поддержке различных языков, облегчая обмен информацией между участниками диалога.

Одним из ключевых элементов успешной межкультурного взаимодействия между Россией и Китаем выступает налаживание индивидуальных контактов. Создание атмосферы взаимного уважения и понимания обычно происходит через развитие личностных связей, совместные трапезы, непринужденные беседы и проявление подлинного внимания к чуждому культурному наследию. Личностные контакты облегчают преодоление культурного разлома, стимулируют взаимную поддержку и закладывают фундамент для продуктивного партнёрства в бизнесе.

Языковые препятствия являются одной из основных проблем в международной торговле [15]. В процессе взаимодействия могут возникать ошибки, противоречия и двусмысленности. Например, внешне безопасное выражение на одном языке способно приобрести иной подтекст или стать неприемлемым на другом, вызывая тем самым нежелательную реакцию или искажение первоначальной идеи. Кроме этого, слабое знание языка нередко вызывает путаницу, формируя преграды на пути к развитию успешных коммерческих связей [16].

При анализе культурного обмена важно учесть языковые особенности китайского языка, относящегося к изолирующим, и русского, являющегося флективным языком. Таким образом устанавливается различный характер связей между элементами различных уровней в данной языковой паре: от звуков и слогов до морфем, лексических единиц, фразовых конструкций, предложений и типов письма в китайском и русском языках. Эти препятствия также мешают эффективной деловой коммуникации. Языковые барьеры в деловом общении между Россией и Китаем обусловлены различиями в особенностях русских и китайских языков, которые принадлежат к различным лингвистическим группам.

При передаче специализированной лексики, включая термины профессий, должности, устоявшиеся выражения, названия учреждений и подразделений, а также при адаптации грамматических элементов (использование временных форм глаголов, выбор предлогов, построение структуры предложений), стилистических особенностей (формат делового письма, тон деловых писем) и прагматических деталей (специфики бизнес-коммуникации, проявление учтивости, тактики взаимодействия) между русскими и китайскими языками возникают специфические трудности [17].

Также часто встречаются примеры использования терминов, заимствованных из древнего китайского литературного стиля *вэньянь*, которые сохраняются в современной китайской письменной речи. Это обусловлено лаконичностью и содержательностью древнего китайского языка, благодаря чему в деловом общении предпочтительнее применять устоявшиеся фразы *вэньяня*.

Процесс формирования устойчивых выражений тесно переплетён со стандартизацией профессионального общения, направленной на его краткость и единообразие. В профессиональном общении часто применяются идиомы со стилистической окраской, включая устоявшиеся обороты речи, используемые, скажем, в бизнес-документации.

Организатор мероприятия («хозяин приёма»), документ о соглашении («текст договора»). Ответствовать согласно договору или другим установленным правилам.

Важно помнить о множестве тонких деталей и особенностей китайского протокола. Налицо есть «Полный справочник по китайскому протоколу», где чётко определены виды приветствий в зависимости от их смыслового значения и контекста использования. Например, вместо традиционного приветствия партнёр мог бы применить устоявшийся вопрос о благополучии: «你好吗?» Фраза («Поели ли вы?») порой трактуется как форма приветствия в современном китайском обществе.

Одной из ключевых задач является перевод текста, так как это включает более чем простое изменение лексики между языками. Тщательный перевод коммерческих бумаг, соглашений и рекламных текстов критически важен для избежания путаницы и правовых проблем [18]. Некоторые термины и культурные маркеры могут отсутствовать в переводе напрямую, вызывая необходимость адаптаций и локализации культурных аспектов. Помимо прочего, разнообразие лингвистических форм и появление инновационных слов в быстро эволюционирующих областях затрудняет переводческий процесс.

Неправильное применение этого термина вызывает путаницу в коммуникации.

Так, например, фраза «китайские женминби» используется исключительно в банковских документах финансового характера, а в китайской журналистике преобладает термин «юань».

При подготовке специалистов по деловому общению важно принимать во внимание подобные детали, несмотря на то, что термины имеют соответствующие переводы, а процесс обучения сводится к изучению словарного запаса соответствующих категорий. Этот показатель сложности лексики приближается к требованиям профессиональной квалификации, поскольку необходимо обладать глубокими знаниями особенностей обеих языковых систем и культурных контекстов (как, например, названия ключевых финансовых учреждений каждой страны – Банка России и Центрального банка Китая). Чтобы успешно осуществлять деловую коммуникацию, важно понимать специфику окружающей действительности, её точное наименование, социальные функции, структуру функционирования; также требуется преодолевать языковые препятствия и вкладываться в качественные переводческие решения.

Таким образом, культурные аспекты языка существенно влияют на взаимодействие между Китаем и Россией в сфере международного бизнеса.

Языковые различия способны вызывать путаницу и искажение смысла, мешая продуктивной связи между людьми. Компетентность в иностранном языке и культурном контексте партнеров существенно способствует устранению препятствий и укреплению успешных коммерческих связей. Кроме этого, важно принимать во внимание культурную специфику деловой коммуникации и устной речи, чтобы предотвратить недопонимания и обеспечить эффективное взаимодействие. Применение продуктивных методов преодоления коммуникативных преград и улучшения взаимодействия способствует укреплению международных связей компаний и их успехам в глобальной работе.

Успешное партнерство Китая и России в деловом сотрудничестве ярко иллюстрирует соглашение по газовым поставкам между российской корпорацией «Газпром» и китайской CNPC.

В 2014 году компании подписали важный договор о газоснабжении на сумму 400 млрд долларов США. Основной целью соглашения стало обеспечение транзита газа из России в Китай по трубопроводу «Сила Сибири».

Соглашение предполагало тесное сотрудничество двух государств на разных этапах, участники старались устранить различия в языках и традициях. Ключевыми элементами успешного завершения данного соглашения выступили привлечение билингвальных экспертов и переводческих кадров, наряду с глубоким анализом культурных особенностей и коммуникативных предпочтений сторон [12].

Интересной иллюстрацией служит проникновение российского рынка крупным китайским онлайн-ритейлером «AliExpress».

В 2015 году компания «Алибаба» начала активную интеграцию на рынке России [17]. Взаимодействие культур способствовало укреплению позиций платформы «AliExpress» на российском рынке и формированию устойчивых стратегических альянсов. Стратегия взаимодействия компании «Алибаба» в РФ продемонстрировала гибкость и уважение к местным традициям. Предприятие выделило ресурсы на языковую подготовку персонала по русскому языку и внедрило службу поддержки на русском языке на своем онлайн-ресурсе торговли, ориентируясь на запросы локального сегмента потребителей. Компания «Алибаба» активно изучала интересы и чаяния покупателей в России, адаптируя свои продукты под их запросы и укрепляя тем самым деловые связи.

Успешность партнерства между «Газпромом» и китайской энергетической корпорацией, равно как и расширение присутствия «Алибабы» на россий-

ском рынке, обусловлены эффективными стратегиями коммуникации, обеспечивающими выгодные результаты для всех сторон. «Газпром» и «Китайская национальная нефтегазовая корпорация» продемонстрировали чуткость к культурным традициям, подчеркнув значимость ритуалов и почтительности в традициях обеих стран. Запуск проекта «Алибаба» в России предусматривал модификацию их онлайн-платформы торговли под запросы отечественных покупателей, подчеркивая учет национальных традиций и покупательских привычек.

В обоих случаях было заметно тщательное планирование и глубокое изучение вопроса. «Газпром» и «Китайская национальная нефтегазовая корпорация» осуществили масштабные рыночные анализы и обсуждения, благодаря чему выявлены возможные риски и перспективы по газовому контракту.

Планирование экспансии «Алибабы» на российский рынок основывалось на комплексном исследовании особенностей местной онлайн-торговли, благодаря чему предприятие смогло занять выгодную позицию и укрепить свои конкурентные позиции.

### Выводы

Подводя итог по статье, можно сделать вывод, что, Россия и Китай являются мировыми державами и их взаимодействие весьма важно. Любое общение, в том числе и деловое, между представителями двух культур является сложным процессом по передаче и обработке информации. И важно налаживать межкультурную коммуникацию с целью более тесного взаимодействия.

Внедрение продуктивных подходов к преодолению барьеров общения и улучшению делового взаимодействия стимулирует укрепление глобальных связей между корпорациями и успех их международной деятельности.

При деловых отношениях могут возникать различные препятствия, недопонимания, поэтому необходимо знать традиции, нормы поведения в другой стране, придерживаться их норм этикета и соблюдать правила. Так как это располагает партнеров друг к другу и указывает на взаимное уважение и серьезность подхода.

В статье также приводится ряд успешных примеров взаимодействия российских и китайских компаний, например, Газпром и CNPC, успешность работы AliExpress на территории России.

Изучение успешных случаев сотрудничества между Россией и Китаем выступает ценным ресурсом для подготовки переговоров. Практика показывает, что тщательный учет деталей открывает дорогу к плодотворному партнерству.

### Список источников

1. Хань Т. Особенности коммуникативного поведения китайцев в сфере делового общения // Русский язык за рубежом. 2020. № 9 (223). С. 65 – 67.
2. Лю В.Ц. Категория вежливости в русском и китайском общении // Коммуникативные исследования. Благовещенск: Истоки, 2023. Вып. 17. Вежливость как коммуникативная категория. С. 149 – 158.
3. Ли Л., Чжан М. Переговоры с китайцами : социокультурный анализ. М.: Рутледж, 2022. С. 23 – 40.
4. «Жэньминь жибао» – китайская ежедневная газета, официальное печатное издание Центрального комитета Коммунистической партии Китая. Пекин : Жэньминь Хуабао. Выходит ежемесячно, 1948-2024 гг.
5. Деловой журнал «ChinaPRO» ЧайнаПРО: Гуанчжоу, Китай. Из-во ООО Туплекс, 2005 г.
6. Китай: журнал (на рус. яз.) / учред. Китайская международная издательская корпорация. Пекин: Жэньминь Хуабао. Выходит ежемесячно, 2020-2024 гг. ISSN 1005-5010
7. Соратники: журнал (на рус.яз.) / Евразийское пространство: экономика, право, общество» журнал выходит ежемесячно: Пекин, 2023 г.
8. Султанова М.З. Специфика невербальной коммуникации в китайском и русском деловом этикете // Современные проблемы литературоведения, лингвистики и коммуникативистики глазами молодых ученых. Традиции и новаторство. Уфа, 2021. С. 305 – 309.
9. Мельникова М.А. Роль этнических стереотипов в деловом общении представителей разных стран // В мире научных открытий. 2024. № 3-6 (51). С. 2451 – 2460.
10. Игнатенко А.В., Дорофеева Е.А. Политические метафоры в контексте стереотипизации и когнитивных искажений // Политическая лингвистика. 2022. № 3 (93). С. 27 – 38.
11. Игнатенко А.В. Специфика пола и гендера в китайском языковом сознании // Профессионально ориентированное обучение иностранному языку и переводу в вузе. М.: РУДН, 2023. С. 29 – 31.
12. Республиканский журнал: Mega Publish(на рус. яз.)/ учред. Китайская международная издательская корпорация. Пекин: Шаньгу иньшугуань. Выходит ежемесячно, 2002-2024 гг.
13. Игнатенко А.В., Лян Э.С. Гендерные особенности в китайском языке // Китайский язык: актуальные вопросы языкознания, переводоведения и лингводидактики. М.: МГИМО, 2021. С. 58 – 62.
14. Бычихина О.В. Анализ основных коммуникативных моделей российского и китайского бизнес-дискурсов // Вестник Новосиб. гос. пед. ун-та. 2024. № 5 (21). С. 158 – 166.
15. Волков К.В. Трансформационный аспект лингвотипологических и лингвокультурных проблем китайско-русского переводов : дис. ... канд. филол. наук. М., 2021. 235 с.
16. Малюга Е. Н. Корпусный подход к исследованию корпоративной коммуникации // Russian Journal of Linguistics. 2023. Т. 27. № 1. С. 152 – 172.
17. Матвеев А.В. Межкультурная компетенция. Ключевые понятия. М. : Паблит, 2021. 252 с.
18. Трофимова О.Н., Ускова Т.В. Изучение стилей ведения переговоров российских и китайских бизнесменов: сравнительное исследование // Международный журнал межкультурного менеджмента. 2020. № 2. С. 83 – 108.
19. Ким Ю.Ю. Адаптация к новой культуре: интегративная теория коммуникации. Абингдон: Раутледж, 2021. 223 с.
20. Катан Д. Теория перевода и профессиональная практика : глобальный обзор большого разрыва // Новая история литературы. 2023. № 2. С. 149 – 166.
21. Чейни Л.Х., Мартин Дж.С. Межкультурное деловое общение. Сэддл-Ривер: Пирсон Прентис Холл, 2022. 277 с.
22. Ли Я. Межкультурная русско-китайская бизнес-коммуникация: лингвистические и культурные аспекты // Человек. Культура. Образование. Сыктывкар, 2023. № 1 (47). С. 26 – 37.
23. Гао Х. Культурный перевод: теоретическое исследование // Открытый журнал социальных наук. 2023. № 4. С. 134 – 143.
24. Государственное информационное агентство Китая. Китайское информационное агентство «Синьхуа» [Электронный ресурс]. <http://www.news.cn/> (дата обращения: 30.11.2024)
25. Китайская ежедневная общественно-политическая газета: Пекин. «China Daily Group», 1981-2025 гг, ежедневно.

### References

1. Han T. Features of the communicative behavior of the Chinese in the field of business communication. Russian language abroad. 2020. No. 9 (223). P. 65 – 67.
2. Liu V. Ts. The category of politeness in Russian and Chinese communication. Communicative studies. Blagoveshchensk: Istoki, 2023. Issue. 17. Politeness as a communicative category. P. 149 – 158.
3. Li L., Zhang M. Negotiations with the Chinese: a sociocultural analysis. Moscow: Routledge, 2022. P. 23 – 40.
4. "Renmin Ribao" is a Chinese daily newspaper, the official printed publication of the Central Committee of the Communist Party of China. Beijing: Renmin Huabao. Published monthly, 1948-2024.
5. Business magazine "ChinaPRO" ChinaPRO: Guangzhou, China. Publishing house OOO Tuplex, 2005.
6. China: magazine (in Russian). founded by China International Publishing Corporation. Beijing: Renmin Huabao. Published monthly, 2020-2024. ISSN 1005-5010
7. Soratniki: magazine (in Russian). The Eurasian space: economy, law, society" the magazine is published monthly: Beijing, 2023.
8. Sultanova M.Z. Specificity of non-verbal communication in Chinese and Russian business etiquette. Modern problems of literary criticism, linguistics and communication studies through the eyes of young scientists. Traditions and innovation. Ufa, 2021. P. 305 – 309.
9. Melnikova M.A. The role of ethnic stereotypes in business communication of representatives of different countries. In the world of scientific discoveries. 2024. No. 3-6 (51). P. 2451 – 2460.
10. Ignatenko A.V., Dorofeeva E.A. Political metaphors in the context of stereotyping and cognitive distortions. Political linguistics. 2022. No. 3 (93). P. 27 – 38.
11. Ignatenko A.V. Specifics of sex and gender in the Chinese linguistic consciousness. Professionally oriented teaching of a foreign language and translation at the university. M.: RUDN University, 2023. P. 29 – 31.
12. Republican journal: Mega Publish (in Russian). ed. China International Publishing Corporation. Beijing: Shan'wu Yinshuguan. Published monthly, 2002-2024.
13. Ignatenko A.V., Liang E.S. Gender features in the Chinese language. Chinese language: topical issues of linguistics, translation studies and linguodidactics. M.: MGIMO, 2021. P. 58 – 62.
14. Bychikhina O.V. Analysis of the main communicative models of Russian and Chinese business discourses. Bulletin of the Novosibirsk state ped. University. 2024. No. 5 (21). P. 158 – 166.
15. Volkov K.V. Transformational aspect of linguatypological and linguacultural problems of Chinese-Russian translations: dis. ... cand. philological sciences. Moscow, 2021. 235 p.
16. Malyuga E.N. Corpus approach to the study of corporate communication. Russian Journal of Linguistics. 2023. Vol. 27. No. 1. P. 152 – 172.
17. Matveev A.V. Intercultural competence. Key concepts. Moscow: Pablit, 2021. 252 p.
18. Trofimova O.N., Uskova T.V. Studying negotiating styles of Russian and Chinese businessmen: a comparative study. International Journal of Intercultural Management. 2020. No. 2. P. 83 – 108.
19. Kim Yu. Yu. Adapting to a New Culture: An Integrative Theory of Communication. Abingdon: Routledge, 2021. 223 p.
20. Katan D. Translation Theory and Professional Practice: A Global Review of the Great Divide. New History of Literature. 2023. No. 2. P. 149 – 166.
21. Cheney L.H., Martin J.S. Intercultural Business Communication. Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2022. 277 p.
22. Li Ya. Intercultural Russian-Chinese Business Communication: Linguistic and Cultural Aspects. Man. Culture. Education. Syktyvkar, 2023. No. 1 (47). P. 26 – 37.
23. Gao H. Cultural Translation: A Theoretical Study. Open Journal of Social Sciences. 2023. No. 4. P. 134 – 143.
24. State News Agency of China. China News Agency "Xinhua" [Electronic resource]. <http://www.news.cn/> (date of access: 11/30/2024)
25. Chinese daily socio-political newspaper: Beijing. "China Daily Group", 1981-2025, daily.

### Информация об авторе

Е Цзы, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, [wzdz926@126.com](mailto:wzdz926@126.com)

© Е Цзы, 2025