ОТ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ К ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОРИЕНТИРЫ ПОДГОТОВКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Аннотация

В статье рассматриваются социокультурные ориентиры подготовки преподавателя китайского языка в условиях расширения российско-китайского сотрудничества. Показано, что языковая и страноведческая подготовка должны дополняться умением интерпретировать речевое поведение, статусные сигналы, непрямое согласие или отказ, логику доверия и цифровые формы коммуникации. Особое внимание уделяется современному Китаю, платформенной культуре, экономике ванхунов и использованию аутентичных материалов в учебном курсе.

Abstract

FROM STUDYING LANGUAGE AND CULTURE TO INTERACTION: SOCIOCULTURAL GUIDELINES FOR CHINESE LANGUAGE TEACHER TRAINING

The article examines sociocultural guidelines for Chinese language teacher training amid expanding Russian-Chinese cooperation. It argues that language and country studies should be supplemented by the ability to interpret speech behavior, status signals, indirect agreement or refusal, trust-building practices, and digital forms of communication. Special attention is paid to contemporary China, platform culture, the wanghong economy, and the use of authentic materials in language teaching.

Ключевые слова

китайский язык, социокультурная подготовка, преподаватель, межкультурная коммуникация, российско-китайское сотрудничество, деловое общение, аутентичные материалы, цифровая культура

Keywords

Chinese language, sociocultural training, teacher education, intercultural communication, Russian-Chinese cooperation, business communication, authentic materials, digital culture

Расширение российско-китайского сотрудничества меняет общественный запрос к специалистам со знанием китайского языка. Формула «поворот на Восток» все чаще обозначает уже сложившуюся практику: совместные образовательные программы, академическую мобильность, работу предприятий, контакты между регионами, перевод и увеличение количества деловых переговоров. В 2024–2025 учебном году в университетах России обучалось более 56 тыс. граждан Китайской Народной Республики (КНР), а в университетах Китая — свыше 21 тыс. россиян [4]. В мае 2026 г. были открыты Годы российско-китайского сотрудничества в области образования

2026–2027 гг. [5]. Эти данные показывают, что взаимодействие с Китаем становится устойчивой частью образовательной и профессиональной среды.

Языковая подготовка не может ограничиваться фонетикой, грамматикой, лексикой и иероглификой, а страноведение — сведениями о географии, истории, праздниках и символах. Необходим еще один уровень: умение соотносить языковую форму с отношениями между участниками общения, статусом говорящего, местом встречи и последствиями речевого поступка. Цель статьи состоит в определении социокультурных ориентиров, которые помогают преподавателю связать изучение языка и культуры с реальной российско-китайской коммуникацией.

Различие между страноведческим знанием и социокультурной готовностью хорошо видно на уровне речевого действия. Учащийся может знать правила проведения Праздника весны (*Чуньцзе* 春节) и значения традиционных символов, но эти сведения сами по себе не объясняют, как истолковать приглашение, данное из вежливости, когда повторно подтвердить договоренность или почему вопрос передается через посредника. Преподаватель должен направлять внимание на контекст: отношения между говорящими, последовательность реплик, невербальные сигналы, институциональные ограничения и предполагаемый следующий шаг.

Первый ориентир связан с долгосрочным характером российско-китайского взаимодействия. Сама формула «поворот на Восток» может быть использована в учебной аудитории как материал для анализа не только внешнеполитической, но и коммуникативной ситуации. В российском употреблении она обычно обозначает изменение приоритетов и расширение азиатского направления. Китайский собеседник, однако, может услышать в ней и другой смысл: интерес к Китаю появился теперь, после долгого периода дистанции, и потому нуждается в проверке временем. В такой реакции важно не искать недоверие, а увидеть различие критериев. Российская сторона часто ссылается на масштаб соглашений, официальных визитов и образовательных программ. Китайский партнер, как правило, обращает внимание на повторяемость контактов, качество подготовки специалистов, знание китайской среды и готовность поддерживать связь после первой встречи или первого проекта.

Эта логика заметна и в официальном китайском дискурсе, где российско-китайское сотрудничество описывается через устойчивость, взаимное уважение и практическую результативность. Перечень сфер взаимодействия — от торговли, энергетики и сельского хозяйства до образования, кино, туризма, спорта и межрегиональных связей — показывает, что речь идет не об одном политическом жесте, а о множестве профессиональных ситуаций [7]. Для преподавателя китайского языка это особенно важно: каждая такая сфера требует собственной терминологии, жанров и моделей поведения. Инженеру нужны формулы технического объяснения и обсуждения условий; управленцу — язык документов, ведомственной структуры и согласования; предпринимателю — переписка, презентация, переговоры и фиксация договоренностей. Поэтому общий языковой курс не может оставаться только набором грамматических тем. Он должен постепенно подводить учащегося к тем речевым задачам, с которыми тот столкнется в будущей профессиональной среде.

Следующий методический ориентир связан с осторожным отношением к национальным схемам. Понятия *гуаньси* (关系), *мяньцзы* (面子), иерархии и гармонии действительно помогают понимать китайскую коммуникацию, но они не превращаются в готовую инструкцию на все случаи. Молодая технологическая компания в Шэньчжэне, государственная корпорация в Пекине, провинциальная администрация и семейное предприятие будут по-разному распределять роли,

принимать решения и оформлять несогласие. На поведение влияют возраст, регион, образование, отрасль, зарубежный опыт и положение человека внутри организации. Поэтому преподавателю важно не сообщить учащемуся набор правил о «китайском характере», а научить его задавать проверочные вопросы: кто говорит, от чьего имени, при каких полномочиях, в присутствии кого и с каким ожидаемым продолжением.

Особенно наглядно это проявляется в деловом общении. Исследователи отмечают различия в выражении просьбы, несогласия, критики и отказа [3]. Российский участник нередко ожидает прямого ответа и быстро обозначает собственную позицию. Китайский собеседник может выбрать более обходной путь: паузу, уточнение, ссылку на необходимость согласования, предложение вернуться к вопросу позднее. Поэтому фраза «этот вопрос требует дальнейшего изучения» не должна автоматически восприниматься ни как согласие, ни как отказ. В одном случае она действительно означает внутреннюю консультацию, в другом — отсутствие полномочий у участника встречи, в третьем — осторожное сомнение или приглашение изменить условия. Ее смысл проясняется не самими словами, а ситуацией: кто произнес реплику, кто присутствовал при разговоре, какие договоренности уже были достигнуты и появился ли после встречи конкретный следующий шаг.

Категорию «лица» также целесообразно объяснять через конкретные эпизоды, а не через общее требование быть вежливым. Замечание старшему по должности при свидетелях, резкая оценка работы коллеги или требование немедленного ответа могут восприниматься как попытка лишить собеседника уважительного положения. Российскому участнику такая реакция порой кажется чрезмерной: он хотел лишь быстрее решить проблему. Но именно это различие и должно стать предметом учебного разбора. Одну и ту же цель можно оформить по-разному: сказать об ошибке наедине, задать вопрос о расхождении в цифрах, сослаться на документ, перенести обсуждение в письмо или отделить недостаток решения от оценки человека. В этом случае учащийся видит, что речь идет не о декоративной вежливости, а о способе сохранить рабочий канал и не потерять содержание сообщения.

Понятие *гуаньси* также нуждается в современном и неэкзотизирующем объяснении. Механический перевод словом «связи» легко вызывает у русского читателя ассоциацию с неформальным решением вопроса в обход правил. Между тем в китайской деловой культуре важна другая сторона этого явления: отношения становятся рабочим ресурсом тогда, когда человек или организация многократно подтверждают надежность. Совместный обед, внимание к биографии партнера, обмен небольшими знаками уважения, поздравление с праздником или короткое сообщение после завершения проекта имеют значение не сами по себе. Они показывают, что контакт не был одноразовым и что за ним стоит готовность продолжать взаимодействие. В современной профессиональной среде гуаньси не отменяет договор, юридическую процедуру и прозрачность. Напротив, оно приобретает деловой смысл только тогда, когда подкреплено компетентностью, аккуратностью документов, соблюдением сроков и выполненными обещаниями. Поэтому в обучении гуаньси следует показывать не как экзотический обычай и не как обход правил, а как длительное накопление доверия, которое проверяется в совместной работе.

Отношение ко времени и процедуре принятия решения образует еще одну зону возможного недопонимания. Китайские переговоры могут продвигаться медленно из-за внутреннего согласования, многоуровневой структуры организации, юридической проверки, банковского сопровождения или необходимости получить позицию отсутствующего руководителя. После закрепления обязательств те же партнеры могут ожидать высокой точности и соблюдения сроков. Поэтому учебный

кейс должен учить не просто терпению, а диагностике процесса: где именно остановилось решение, кто должен его подтвердить, какой документ нужен, какие сроки реалистичны и каким письмом следует зафиксировать следующий шаг.

Третий ориентир обращен к современному Китаю. Предыдущая статья автора была посвящена трансформации языка, ценностей и идентичности в КНР [1]; ее выводы связаны и с подготовкой преподавателя. Молодежная речь, цифровые привычки и модели самопрезентации входят в академическую и профессиональную коммуникацию. Китайские студенты обсуждают культуру *гочао* (国潮), компьютерные игры, анимацию, косплей, видеоблоги; в их речи появляются интернет-неологизмы и отсылки к платформенной культуре. Исследование китайских пользовательниц социальных сетей в возрасте 18–35 лет связывает практики фильтрации и ретуши с алгоритмами платформ, сравнением внешности, самонаблюдением и затратами времени, денег и усилий на соответствие доминирующим эстетическим нормам [9].

Эти явления, конечно, нельзя переносить на всех молодых китайцев, однако они показывают, насколько повседневная культура ушла от набора традиционных реалий, привычного для старых учебников. Косплей и гик-культура дают материал для разговора о глобальных заимствованиях и локальной переработке: японские, корейские, европейские и китайские источники могут соединяться с ханьфу, мифологией, исторической драмой и национальной игровой индустрией. Учащийся видит, что внешняя форма не просто копируется, а включается в собственную символическую систему.

Цифровая культура Китая важна не только как молодежная среда самовыражения. Она становится пространством экономического действия. Поэтому преподавателю необходимо знакомить учащихся с блогингом, короткими видео, прямыми эфирами, комментариями, официальными аккаунтами компаний и экономикой *ванхунов* (网红). *Ванхуны* — это интернет-персоны, вокруг которых складываются аудитории, модели влияния и каналы продвижения товаров и услуг. Исследования показывают, что связь *ванхунов* и электронной коммерции стала частью платформизации экономики: социальное общение, развлечение и покупка товара соединяются в модель *social commerce* [7]. Для будущего специалиста перевод рекламного текста уже недостаточен. Нужно понимать, кто говорит, на какой платформе, какой аудитории и какой механизм доверия использует.

Такой материал помогает по-новому объяснить и традиционные категории китайской коммуникации. *Гуаньси* в цифровой среде не исчезает, но получает дополнительные формы: рекомендация, подписка, репост, участие в закрытой группе, комментарий лидера мнений или поддержка известного аккаунта могут работать как сигналы доверия и принадлежности к определенному кругу. При этом цифровая репутация не тождественна личным отношениям. Она зависит от устойчивости образа, качества контента, корректности коммуникации, реакции аудитории и способности автора или бренда не нарушать культурные и платформенные ожидания.

Аутентичные видеоблоги, университетские каналы, объявления о стажировках, материалы компаний и публикации в социальных сетях позволяют включить эти процессы в учебный курс. Работа с ними требует отбора и медиаграмотности. Официальная публикация показывает нормативную терминологию; личный видеоблог передает разговорную речь и бытовые ожидания; комментарии раскрывают реакцию аудитории; коммерческий аккаунт демонстрирует соединение культурного образа, доверия и продвижения. Перед включением материала полезно выяснить дату публикации, автора, аудиторию, платформу, жанр и характер обратной связи.

Четвертый ориентир связан со встречным образом России. Обучающиеся обычно хорошо знают российские цели сотрудничества и реже задаются вопросом, как Россию описывают китайские средства массовой информации, студенты и предприниматели. В китайской среде сохраняются представления о России как о сильной державе, стране высокой культуры, сложного климата и богатых ресурсов; вместе с уважением встречаются сомнения в устойчивости деловых решений, скорости административных процедур и готовности российских партнеров глубоко изучать Китай. Анализ таких представлений помогает будущему специалисту заранее увидеть ожидания собеседника.

Именно здесь понятие стереотипа приобретает методическую ценность. Представление о «молчаливом китайце», «чрезмерно прямом русском», «китайской медлительности» или «российской необязательности» легко превращается в ошибочную оценку конкретного человека. Полностью игнорировать подобные представления также нельзя, потому что они влияют на ожидания участников до начала общения. Методически важным становится переход от схемы «китайцы такие-то, русские такие-то» к рабочей карте поведения: культурный сигнал — риск интерпретации — возможное действие.

Пятый ориентир переводит описанные наблюдения в методическую организацию курса. Практическая направленность формируется постепенно: сначала учащиеся осваивают названия организаций и должностей, формы обращения, приглашение и благодарность; затем — запрос информации, уточнение сроков, перенос встречи, мягкое несогласие, обсуждение условий и завершение контакта. На продвинутом уровне подходят переговорные кейсы, фрагменты договоров, протоколы совещаний, публичные выступления руководителей, университетские презентации и конфликтные ситуации. Каждый материал должен отвечать на вопрос, в какой социальной среде произносится фраза и какое действие ожидается после слов.

Сценарная организация задания помогает соединить языковую форму и социальное действие. Учащимся можно предложить ситуацию подготовки совместной конференции: китайская сторона просит изменить программу, российская команда ограничена сроками, окончательное решение принимает руководитель, который отсутствует на встрече. Сначала группа определяет интересы участников и возможные риски, затем подбирает формулировки для устного обсуждения, письма и последующего сообщения в цифровом канале. После ролевого эпизода анализируются паузы, формы обращения, степень прямоты, реакция адресата и качество письменной фиксации договоренностей.

Роль преподавателя в такой модели расширяется. Он продолжает отвечать за произношение, грамматику, лексику и иероглифику; к этой работе добавляются отбор актуальных источников, объяснение институционального контекста, сопоставление коммуникативных стратегий и развитие рефлексии. Межкультурный подход в обучении китайскому языку уже получил теоретическое описание в отечественной методике [2]. Культуроведческое обогащение учебных материалов также рассматривается как условие коммуникативной подготовки [6]. Современный этап сотрудничества придает этим положениям прикладную направленность.

Оценка социокультурной готовности должна соответствовать этой задаче. Обычный тест проверяет знание термина или правила, однако мало говорит о способности действовать в неоднозначной ситуации. Более показательны комментарий к видеозаписи переговоров, выбор ответа из нескольких вежливых формулировок, исправление неудачного письма, объяснение возможной реакции партнера и письменная рефлексия после ролевой игры. Учащийся должен обосновать свой

выбор и указать, какие данные контекста повлияли на решение. Такой формат позволяет оценивать язык вместе с пониманием социальной ситуации и готовностью сохранить рабочие отношения.

Переход от изучения языка и культуры к взаимодействию меняет конечный результат подготовки. Учащийся должен уметь понять позицию китайского собеседника, заметить статусные и речевые сигналы, задать уточняющий вопрос, выбрать форму несогласия, проверить смысл перевода и зафиксировать договоренность. Для этого нужны языковая глубина, культурная осведомленность, медиаграмотность и опыт анализа реальных ситуаций. Российско-китайские связи уже вышли за пределы отдельных проектов; подготовка преподавателей должна соответствовать этому масштабу.

Литература

1. **Барабошкин К. Е.** Трансформация языка, ценностей и идентичности в современном Китае // Иностр. языки в школе. — 2025. — № 6. — С. 25–35.
2. **Гурулева Т. Л.** Специфические принципы обучения китайскому языку в межкультурной парадигме языкового образования // Иностр. языки в школе. — 2020. — № 7. — С. 54–61.
3. **Ли Янь.** Межкультурная русско-китайская бизнес-коммуникация: лингвистические и культурные аспекты // Человек. Культура. Образование. — 2023. — № 1 (47). — С. 26–37.
4. Россия и Китай продолжают укреплять сотрудничество в сфере высшего образования // Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. — 2025. — 25 августа. — URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/98380/ (дата обращения: 27.06.2026).
5. Церемония открытия Годов российско-китайского сотрудничества в области образования // Президент России. — 2026. — 20 мая. — URL: https://kremlin.ru/events/president/news/79789 (дата обращения: 27.06.2026).
6. **Шупин Чжао.** Актуальные вопросы культуроведческого обогащения учебных материалов для обучения китайских студентов русскому языку как иностранному // Иностр. языки в школе. — 2023. — № 9. — С. 88–96.
7. **Guan Z., Zhou O. T.** Wanghong e-commerce in/as China's economic transformation: A case study of beauty wanghong // Global Media and China. — 2025. — Vol. 10. — No. 3. — P. 391–406.
8. President Xi Jinping Holds Talks with Russian President Vladimir Putin // Ministry of Foreign Affairs of the People's Republic of China. — 2025. — May 8. — URL: https://www.fmprc.gov.cn/eng/zy/jj/xjpdelsjxgsfwcxjnslwgzzslqd/202505/t20250509_11617679.html (дата обращения: 27.06.2026).
9. **Sun H., Wu R.** Filters, algorithms, and the 'imagination tax': the dilemma of aesthetic self-objectification among Chinese young women on social media // Frontiers in Psychology. — 2025. — Vol. 16. — Article 1651435.

Сведения об авторе

Барабошкин Константин Евгеньевич, канд. филол. наук, заведующий кафедрой китайской филологии Института стран Азии и Африки Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.
kanglaoshi@iaas.msu.ru