

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»
Уральский гуманитарный институт
Кафедра иностранных языков и перевода

Концепт «деловой человек» в китайской лингвокультуре

Направление подготовки 45.04.02 «Лингвистика»
Профиль «Межкультурная и профессиональная коммуникация в евразийском
контексте»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

проф., д-р пед. наук

_____ Л. И. Корнеева

« ____ » _____ 2021 г.

Выпускная квалификационная работа

магистранта (магистерская диссертация)

Шабуниной Екатерины

Владимировны

Нормоконтролер

доцент, канд. эк. наук

_____ Е. В. Язовских

« ____ » _____ 2021 г.

Научный руководитель

доцент, канд. филол. наук

_____ В. И. Бортников

« ____ » _____ 2021 г.

Екатеринбург
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. КОНЦЕПТ «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» КАК «ЗОНА ОБЩЕГО ИНТЕРЕСА» ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И СТИЛИСТИКИ.....	8
1.1. Концепт и другие важнейшие термины лингвокультурологии	8
1.2. Деловые отношения как объект лингвостилистических исследований .	18
1.3. Базовые концепты деловой культуры Китая.....	26
Выводы по главе 1	52
ГЛАВА 2. КОНЦЕПТ «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» В КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ: ОПЫТ ПРАКТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ.....	54
2.1. Сопоставительный компонентный анализ деловой лексики.....	57
2.2. Сопоставительный компонентный анализ синонимического ряда. Опыт полевого моделирования концепта «деловой человек» в китайской лингвокультуре	110
Выводы по главе 2	121
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	123
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	127
ПРИЛОЖЕНИЕ. Компонентный анализ деловой лексики (сопоставительные таблицы)	I

ВВЕДЕНИЕ

Еще совсем недавно, в эпоху экономической перестройки, русский язык выступал языком-посредником в межкультурной коммуникации предпринимателей России и Китая, а сама деловая коммуникация в основном осуществлялась на торговых рынках. Однако уже сегодня, открывшись миру, растущая китайская экономика придала новый импульс деловым отношениям.

Сегодня Китай и Россия связаны стратегическим союзом. В отличие от предыдущих союзов, которые можно было разбить или из которых можно было выйти, стратегии развития двух стран, сформированные нынешними правительствами, превращают Китай и Россию в симбионтов: Россия фактически зависит от Китая в области товаров и услуг, а Китай зависит от России в области энергетики.

Китайская культура является одной из самых сложных в мире, так как имеет множество обычаев и традиций, пронизывающих китайское общество на всех уровнях, не всегда понятных иностранцу. Незнание специфики китайской культуры и традиций ведет к естественному совершению ошибок в деловой среде.

Китайская деловая культура является качественной характеристикой экономической деятельности страны-носителя и одним из важнейших факторов ее успеха. Исторический опыт свидетельствует, что именно страны с высоко развитой деловой культурой достигают значительных успехов во всех сферах социальной деятельности, обращая на пользу экономического развития богатство национальных и культурных традиций.

Деловая культура представляет собой качество отношений, которые обладают устойчивостью, общественной значимостью, упорядоченностью взаимодействий, адаптивностью и рациональностью. Как следствие, деловая культура выступает синтетическим показателем экономического развития общества и может рассматриваться как специфический вид общей культуры.

Актуальность. На сегодняшний день проблемы межкультурной коммуникации в деловом взаимодействии представляются весьма существенными. С одной стороны, во всем мире идут активные процессы глобализации и интернационализации, а с другой – в силу политических обстоятельств Россия и Китай связаны стратегически на уровне как государства, так и предпринимательства. Имея естественный интерес к растущей китайской экономике и огромному рынку, представители российских компаний рассматривают возможность выхода на китайский рынок, поиска партнеров и привлечения инвестиций. Ввиду того что китайская культура является одной из самых сложных в мире, а равно в силу множества обычаев и традиций иностранцы совершают ошибки, в полной мере проявляющиеся в деловой среде. В связи с этим необходимо понимание базовых концептов китайской культуры. Поэтому изучение китайской деловой культуры предполагает обращение к ее основным категориям, их сопоставление с российскими категориями, выяснение их соотношения и взаимообусловленности.

Новизна магистерской диссертации заключается в том, что лексемы «Списка общеупотребительных слов коммерческого китайского языка» еще не становились предметом сопоставительного изучения с применением метода компонентного анализа, хотя как материал «Список...» уже использовался ранее в отдельных научных работах (см., например: [Ульянова 2019]).

Объектом исследования послужила концептосфера деловой культуры Китая (сопоставительно с деловой культурой России), а **предметом** – лексическое воплощение базовых концептов и их проявление в деловой речи.

Цель данной работы – построение концепта «деловой человек» в китайской лингвокультуре.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. На основе существующих теоретических исследований рассмотреть базовые концепты китайской лингвокультуры и возможности лингвокультурологического портретирования делового человека;

2. Отобрать в «Списке общеупотребительных слов коммерческого китайского языка» лексемы по принципу частотности, соотнести их с русскими эквивалентами, на основе словарных толкований провести сопоставительный компонентный анализ китайских и русских лексем;

3. Найти и проанализировать фразеологические единицы, включающие в себя данные лексемы, в словаре идиом «Синхуа» 在线成语词典;

4. Консультируясь с экспертом-носителем китайского языка, осуществить экспериментальный перевод на русский язык статей, посвященных качествам делового человека, из репрезентативных китайскоязычных баз данных;

5. Для верификации полученных выводов провести мини-опрос, посвященный качествам делового человека, среди носителей китайской и русской лингвокультур.

В ходе исследования использован комплекс сопоставительных **методов** и, в частности, метод сопоставительного компонентного анализа; метод опроса; метод экспериментального перевода (с последующей проверкой экспертом).

Материалом исследования послужил «Список общеупотребительных слов коммерческого китайского языка» (商务汉语常用词表 shāngwù hànyǔ chángyòng cíbiǎo), поскольку именно этот список является официальным и используется при сдаче экзамена по деловому китайскому языку иностранцами. Первая часть списка содержит 1035 единиц общеупотребительной лексики в сфере общественных отношений, вторая часть – 1422 единицы специальной лексики в области купли-продажи товаров и услуг.

Апробация работы. Основные положения исследования представлены в виде опубликованных статей автора:

1. *Шабунина Е. В.* Кросс-культурный анализ России и Китая // Научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования. Электронный сборник статей по материалам LXXXIV Студенческой международной заочной научно-практической конференции. – 2020. – № 1 (84). – С. 52–65.

2. *Шабунина Е. В.* Специфика деловой культуры Китая // Социосфера: Informatization of Society: Socio-Economic, Socio-Cultural and International Aspects: Materials of the X International Scientific Conference on January 15–16. – Prague, 2020. – С. 37–50.

Теоретическая значимость исследования заключается в применении метода компонентного анализа к сопоставлению китайских и русских лексем из «Списка общеупотребительных слов коммерческого китайского языка», что позволяет сопоставить и наглядно проанализировать минимальные семантические составляющие лексических единиц.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных данных в сфере межкультурных коммуникаций, при разработке учебных курсов китайского языка как иностранного для русских студентов, спецкурсов по лингвокультурологии, теории межкультурной коммуникации, сопоставительной лексикологии и стилистике, культуре деловой речи.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы. В главе 1 рассматриваются теоретические и методологические основы сопоставительной лингвокультурологии, выделяются базовые концепты китайской лингвокультуры сопоставительно с русской. Глава 2 посвящена идентификации концепта «деловой человек» в китайской лингвокультуре на лексических, фразеологических и социолингвистических основаниях.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Сопоставительный лингвокультурологический анализ, включающий выборку «ключевых» для двух лингвокультур лексем и их анализ компонентным методом, позволяет приблизиться к представлению о том, как носители двух языков осмысливают окружающую действительность, определить новые или/и дополнить существующие базовые концепты деловой культуры Китая.

2. Концепт «деловой человек» относится к числу базовых в китайской лингвокультуре и структурируется, как и большинство известных науке концептов, в виде поля, включающего зоны ядра, приядерной зоны, ближайшей и дальнейшей периферии.

ГЛАВА 1. КОНЦЕПТ «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» КАК «ЗОНА ОБЩЕГО ИНТЕРЕСА» ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И СТИЛИСТИКИ

1.1. Концепт и другие важнейшие термины лингвокультурологии

В мире проживает около пяти тысяч народов со своей самобытной культурой и национальным языком. Каждая культура в процессе своего развития создает различные системы кодов и знаков. При взаимодействии представителей разных культур важна правильная интерпретация культурного контекста [Hall 1990; Hofstede 2004; Trompenaars 2013]. Это приобретает особое значение в современных условиях развития экономических и культурных отношений между Россией и Китаем.

Изучение языка и культуры требовало новых подходов, которые возникали из синтеза разных научных дисциплин.

Изучением взаимодействия языка и культуры занимается одна из самых молодых и активно развивающихся лингвистических наук – лингвокультурология, которая изучает язык как феномен культуры. Основным итогом развития лингвокультурологии в настоящее время является тот факт, что она переживает период расцвета. Как отмечает В. И. Карасик, это объясняется рядом причин: стремительной ростом мировых проблем, необходимостью учитывать универсальные и специфические особенности поведения и коммуникации различных народов; объективной интегративной тенденцией развития гуманитарных наук, необходимостью освоения лингвистами результатов, полученных представителями смежных отраслей знания и многими другими причинами [Зиновьева 2016: 11]. Как отдельное направление лингвокультурология оформляется в кон. 1990-х – нач. 2000-х гг. и находит свое отражение в трудах Н. И. Толстого [1995], В. М. Шаклеина [1997], В. Н. Телия [1999], В. А. Масловой [2001],

В. В. Красных [2002], В. И. Карасика [2002], С. Г. Воркачева [2002], Ю. С. Степанова [2004], Г. Г. Слышкина [2004], В. В. Воробьева [2006] и др.

Лингвокультурология изучает язык как феномен культуры. Это определенное видение мира сквозь призму национального языка, когда язык выступает как выразитель особой национальной ментальности [Маслова 2001: 28]. В. В. Воробьев [2006: 60] считал лингвокультурологию аспектом языкознания, изучающим проблему отражения национальной культуры в языке. Таким образом, можно сделать вывод, что лингвокультурология – это самостоятельная наука, изучающая отношения между языком и культурными концептами.

При оценке взаимоотношений языка и культуры часто подчеркивается ведущая роль языка при полной, неразрывной связи с культурой. Изучение чужого языка становится для человека своеобразным ключом к пониманию другой культуры. В. Гумбольдт [1984] говорил, что разные языки – это не различные звуковые обозначения одного и того же предмета, а «различные видения его», и считал, что именно язык определяет духовную природу людей, их мировоззрение. Б. Уорф считал, что мышление человека зависит от характера языка, т. е. лингвистическая система определенным образом предопределяет понятийную систему [Данилова, Миронова 2017].

Сознание каждого человека формируется как под воздействием его индивидуального опыта, так и в результате инкультурации, в ходе которой говорящий овладевает опытом предшествующих поколений. Язык является призмой, через которую смотрят на мир и которая в каждой культуре своя. Язык, мышление и культура настолько тесно связаны друг с другом, что практически составляют единое целое и не могут функционировать друг без друга. «Язык – это путеводитель, приобретающий всё большую значимость в качестве руководящего начала в научном изучении культуры» [Сепир 1993: 261]. «Язык не может существовать вне культуры, культура не может существовать без языка» [Маслова 2001: 60].

Существенные особенности языков и культур открываются исследователю при сопоставительном изучении двух и более языков. Сопоставительная лингвокультурология – это самостоятельная, комплексная отрасль науки синтезирующего типа, которая выявляет сходства и различия языковых единиц и их культурное содержание. Ее методической базой является сопоставительный метод, который изучает лингвокультурные проявления разных и невзаимосвязанных этносов [Комарова 2012; Конопелько 2019].

Целью сопоставительной лингвокультурологии является «описание взаимодействия языка и культуры через раскрытие содержания языковых единиц, изучение их ассоциативных и словообразовательных связей, коннотаций, отраженных в сознании носителей языка» [Хайрулина 2015: 43–44].

При сопоставительном изучении национальных языков и культур изучаются отличительные особенности выражения когнитивно-семантической информации в языковой картине мира разных народов, носителей языков [Там же: 9].

Сопоставительная интерпретация заключается, прежде всего, в том, что сопоставляемые факты и явления изучаются с помощью сопоставительного метода. Последний этап сопоставительного метода – типологическая характеристика – направлен на выявление типичных и нетипичных признаков изучаемого явления, установление его места в проводимой классификации [Алимжанова 2010: 24].

Одним из наиболее обсуждаемых в настоящее время является вопрос о соотношении лингвокультурологии и когнитивной лингвистики. Принципы когнитивной лингвистики лежат в основе всех лингвистических дисциплин, связанных с изучением человека, его мышления и познавательной деятельности, поэтому можно говорить, что когнитивная лингвистика является теоретической базой данных дисциплин.

Если дифференцировать объект и предмет сопоставительной лингвокультурологии, то необходимо отметить, что объектом исследования являются языковые единицы, связанные с деловой культурой и отношения между ними, а предметом – лексические единицы, и их специфика, выявляемые на материале двух языков. Культурные различия и сходства проявляются, главным образом, на уровне слова. Следует отметить, что лексические единицы в первую очередь могут отражать стереотипы, концепты, мифологемы, символы, и только потом предложения [Абыякая 2003]. Иным словами, в лингвокультурологии изучаются только те языковые единицы, которые содержат культурную информацию, «представления об окультуренных человеком сферах: пространственной, временной, деятельностной и т. п.» [Красных 2002: 13].

Сопоставительная лингвокультурология в России объединяет четыре лингвокультурологические школы:

1. Школа лингвокультурологии Ю. С. Степанова, ставящая целью описание констант культуры в языке. Анализ их содержания проводится с помощью текстов разных эпох, т. е. как бы с позиции внешнего наблюдателя, а не активного носителя языка;

2. Школа Н. Д. Арутюновой осуществляет логический анализ языка и исследует универсальные термины культуры, извлекаемые из текстов разных времен и народов;

3. Школа В. Н. Телия и Н. Ф. Алефиренко использует лингвокультурные подходы к изучению фразеологии, владение культурной семантикой непосредственно через субъект языка и культуры;

4. Школа лингвокультурологии В. В. Воробьева, В. М. Шаклеина, В. А. Масловой, представители которой являются продолжателями лингвострановедческой теории Е. М. Верещагина и В. Г. Костомарова.

Все эти направления исследований ставят целью оптимизацию межкультурной коммуникации (для чего предлагается особый метаязык,

использующий семантические примитивы, – исследования школы А. Вежбицкой) [Зиновьева 2016: 9].

Культурный компонент значения отсылает нас к системе ценностей исследуемой культуры через культурные модели представлений в том виде, в котором они выражаются и передаются через язык. Два языка могут «кодировать» один и тот же объект, используя разные семантические концепты. Эти семантические различия отражают различия культурные и в то же время обуславливают когнитивную категоризацию мира [Там же: 8].

Лингвокультурологическое поле представляет собой совокупность единиц, отражающих отдельные фрагменты культуры [Алефиренко 2010]. Структура лингвокультурологического поля состоит из ядерной части (ключевая лексема – понятие), центра (классов основных понятий с их парадигматическими отношениями) и периферии (совокупности смежных с ключевой лексемой понятий) [Хайрулина 2015: 10].

Таким образом, культурные коды, запечатленные в языковой форме, к которым, в частности, относятся и концепты, отражают менталитет народа, выраженный в языковой картине мира, которая, в свою очередь, представляет собой совокупность знаний о мире.

В последние двадцать лет лингвокультурология как отдельная наука в Китае развивается крайне быстро. Ее роль и влияние становятся всё более значимы. Основной чертой лингвокультурологии в Китае является ее междисциплинарность [Ян Чжоу 2020: 174].

Следует отметить четыре основных направления китайской лингвокультурологии [Сунь Юйхуа, Лю Хун, Пэн Вэньчжао 2016; Цзюань Лю 2018; Ян Чжоу 2020]:

- 1) междисциплинарные исследования на стыке литературы и лингвокультурологии;
- 2) междисциплинарные исследования на стыке лингвокультурологии и политической лингвистики;

3) междисциплинарные исследования на стыке лингвокультурологии и лингвистики;

4) междисциплинарные исследования на стыке лингвокультурологии и политологии.

Китайский ученый Лю Хун в книге «Русский язык и межкультурная коммуникация» обобщил десять самых важных проблем для исследования в лингвокультурологии. Это лингвострановедение, языковая личность, языковая картина мира, культурный концепт, прецедентный феномен, национальный социокультурный стереотип, логоэпистема, лингвокультурема, теория ассоциаций и языковое сознание. Большинство китайских ученых занимаются исследованиями в границах данных направлений [Ян Чжоу 2020: 174].

Основными понятиями сопоставительной лингвокультурологии являются: национальная языковая картина мира, культурный концепт, лингвокультурема, национальная языковая личность [Хайрулина 2015: 9].

Картина мира относится к числу фундаментальных понятий, выражающих специфику человеческого бытия и возникает у человека в процессе его взаимодействия с внешним миром. Иными словами, картина мира – это целостный образ мира или ментальная репрезентация культуры, которая является результатом всей активности человека [Там же].

Термин «языковая картина мира» был введен в науку немецким языковедом Лео Вайсгербером, он подчеркивал активную роль языка по отношению к мышлению и практической деятельности человека и поддерживал идею В. Гумбольдта о том, что «язык есть не продукт деятельности, а деятельность» [Гумбольдт 1984: 70].

Языковая картина мира задает нормы поведения человека и определяет его отношение к миру.

Национальная языковая картина мира является отображением в языке (на всех уровнях) элементов специфического национального способа мировидения, модели мира, присущей данной культуре [Хайрулина 2015: 9].

Способ осмысления мира, свойственный языку, отчасти универсален, отчасти национально-специфичен. Специфика языка и национального самосознания, определяется конкретным содержанием и способами деятельности, образом жизни, условиями природной и социальной среды, материальной и духовной культурой, что фиксируется на различных уровнях языка [Там же].

Отобразив в процессе деятельности объективный мир, человек фиксирует результаты познания в словах – концептах. Латинское слово *conceptus* в переводе на русский язык означает «мысль», «понятие». Однако эти термины не используются как синонимы. Содержание термина «концепт» в словарях и научных исследованиях может иметь разное наполнение.

В «Полном словаре лингвистических терминов» Т. В. Матвеевой культурный концепт определяется как «ключевое понятие национальной культуры, объективированное в языке данного этноса. Всегда обладает ценностными значениями и входит как элемент в ценностную систему нации. Совокупность культурного концепта, или концептосфера, формирует национальное мировоззрение, позволяет судить о национальном характере» [Матвеева 2010: 170].

Словарь лингвистических терминов Т. В. Жеребило определяет концепт как: 1) «смысловое содержание понятия, объем которого есть предмет (денотат) этого понятия»; 2) «в когнитивной лингвистике: оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга» [Жеребило 2005: 137].

В русской культуре ключевыми являются концепты: душа, судьба, совесть, воля, правда, вера, удаль, надежность, жалость, тоска и др.

[Матвеева 2010: 170]. В китайской культуре, по мнению автора данной диссертации, можно выделить такие базовые концепты, как семья, ритуал, гармония, терпение, отношения, лицо, добродетель, долг.

В научных исследованиях имеются разные определения концепта. З. Д. Попова, И. А. Стернин, Е. С. Кубрякова исследуют концепты в рамках семантико-когнитивного направления, а Ю. С. Степанов – в рамках культурологического направления.

Ю. С. Степанов считает, что термин *концепт* синонимичен термину *смысл*, в то время как термин *значение* синонимичен термину *объем понятия*. Иными словами, значение слова – это тот предмет, к которому данное слово применимо в соответствии с нормами языка, а концепт – это смысл слова: «...понятие мыслится, а концепт переживается» [Степанов 2004: 44]. Определение каждого концепта – процесс, сходный с определением понятия в логике. Но концепт складывается из слоев различного времени происхождения, поэтому естественно представлять его эволюцию в виде некоторой последовательности или ряда [Там же: 60–61]. В. И. Карасик [2002], как представитель лингвокультурологического направления, обращает внимание прежде всего на ценностное содержание концепта, определяя его как структуру национального сознания. Еще один важный момент – не случайность именования концептов в культуре.

Концепт реализуется в коммуникативной деятельности человека. Как ментальная единица концепт может быть раскрыт через анализ средств его языковой объективации. Совокупность языковых средств, объективирующих (вербализирующих, репрезентирующих) концепт в определенный период развития общества, обозначается термином *номинативное поле концепта*.

Ядро концепта – семы, зафиксированные в словарных статьях, периферия – коннотативные и ассоциативные приращения, которые привносятся культурой и реализуются при определенном наборе слов. Это ассоциативное поле слова очень важно, поэтому выявление ассоциативных

комплексов – основная задача описания концепта. Поэтому в результате нашей работы на базе деловой лексики делается попытка сформировать модель концепта «деловой человек» в китайской лингвокультуре.

У отдельных концептов номинативное поле объемное и включает большое количество компонентов.

Если какой-то объект объясняется системой из нескольких понятий, это означает, что он имеет важное значение для людей данной культуры. Чем сложнее и разнообразнее совокупность определений для одного явления, тем более значимым оно является в конкретной культуре. И чем явление менее значимо, тем грубее языковая дифференциация.

Существуют две точки зрения на механизм объективации концепта. Одни ученые считают, что концепт всегда выражается словом (С. Г. Воркачев), другие считают вербализацию концепта необязательной (В. И. Карасик, И. А. Стернин, Е. С. Кубрякова). Слово отражает не сам предмет или явление окружающего мира, а то, как человек видит его, через призму той картины мира, которая существует в его сознании и которая детерминирована его культурой. Согласно определению И. А. Стернина, именно слово является «средством доступа к концептуальному знанию».

Как ментальное образование концепт имеет свою структуру. Большинство ученых выделяют в ней образную, ментальную и понятийную составляющие (Ю. С. Степанов, С. Г. Воркачев, В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин, И. А. Стернин).

Теоретической базой лингвокультурологии, которая описывает концепт как элемент национальной концептосферы, служит когнитивная лингвистика [Зиновьева 2016: 82]. Такое описание «может быть осуществлено в свободной форме, как перечисление концептуальных слоев и признаков с подтверждением этих выводов языковым материалом – разными лексемами, фразеосочетаниями и высказываниями, в которых репрезентируется тот или иной элемент концепта» [Попова, Стернин 2000: 27].

Термин «коннотация» используется при анализе культурного компонента семантики лексических единиц различными направлениями современной лингвистики. Коннотация – «часть лексического значения слова, дополняющая его предметно-понятийную часть компонентами, связанными с отношением субъекта к отражаемому в слове явлению или какой-либо составляющей речевого акта» [Матвеева 2010: 155].

Языковая коннотация свойственна не всем словам. Ею обладает стилистически окрашенная лексика. Терминология не обладает коннотацией, за исключением стилевого компонента. Нейтральные слова развивают коннотацию, если к этому располагают их семантические свойства и культурологические обязательства. В коннотации выделяют несколько типов компонентов, которые могут быть как единственными в конкретном слове, так и сочетаться с другими компонентами. Оценочный компонент отражает мнение говорящего о предмете речи, параметрический компонент указывает на меру какого-либо признака предмета (в соотношении с известными нормативными параметрами). Стилиевой компонент указывает на традицию употребления слова в одной из сфер общения: разговорной, научной др. Культурный компонент соотносится со знанием образа жизни, традиций, обычаев и мировоззрения, и приобретает особую значимость в межкультурных контактах. Образный компонент характерен для слов в переносном значении и является носителем определенного представления. Гонорифический компонент связан с этикой взаимоотношений и указывает на иерархическую позицию говорящего по отношению к адресату речи [Там же].

Лингвокультурема – «комплексная межуровневая единица, представляющая собой диалектическое единство лингвистического (знак, значение) и экстралингвистического (понятие, предмет)» [Азимов, Щукин 2009: 127].

Лингвокультурема содержит в себе как актуальную языковую репрезентацию («форму мысли»), так и тесно связанную с ней экстралингвистическую культурную среду. Она отражает специфику и систематизацию реалий внутри класса предметов, соотнесенных с определенным знаком, и, следовательно, существует как единица смысла. Лингвокультурема может быть выражена словом, словосочетанием, целым текстом, и имеет коннотативный смысл, часто не единственный, который может не всегда понятен в сознании воспринимающих (особенно не носителей языка). Она живет в языке, только пока жив породивший ее идеологический контекст [Там же]. Как полагает В. И. Карасик, возникновение термина обусловлено тем, что лингвисты стремятся уйти от многозначности термина «концепт», одно из значений которого и представляет собой содержательную сторону лингвокультуремы [Зиновьева 2016: 73].

1.2. Деловые отношения как объект лингвостилистических исследований

В системе лингвистических исследований деловой культуры и деловых отношений большое внимание уделяется исследованию коммуникативного, официально-делового функционального стиля, анализу делового дискурса и культуры деловой речи. Поэтому мы рассмотрим эти основные направления исследований в нашей работе.

Особый интерес представляет деловая лексика. Она касается каждого, поскольку каждый человек является участником деловых отношений. Деловой язык – незаменимый инструмент для установления деловых контактов, поэтому официально-деловой стиль любого языка выделяется на фоне остальных функциональных стилей максимальной точностью и логичностью изложения.

Понятие дискурса рассматривается в современной лингвистике с различных позиций. Можно выделить несколько подходов к определению дискурса:

1. Коммуникативный (функциональный) подход: дискурс понимается как вербальное общение (речь, диалог, беседа).
2. Структурно-синтаксический подход: дискурс как фрагмент текста.
3. Структурно-стилистический подход: разговорная речь, характеризующаяся нечетким делением на части, спонтанностью, ситуативностью, высокой контекстностью, стилистической спецификой.
4. Социально-прагматический подход: дискурс как текст, погруженный в ситуацию общения, в жизнь.

Понятие «дискурс» неразрывно связано с понятиями речи и текста. Можно сказать, что это промежуточное звено между речью как вербальным общением, как деятельностью, с одной стороны, и конкретным текстом, зафиксированным в ходе общения, с другой. При разграничении дискурса и текста первый следует понимать как когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, со знанием речевого произведения, а второй – как конечный результат процесса речевой деятельности, выливающийся в определенную законченную форму [Чернышова 2003].

Н. Д. Арутюнова дает следующее определение дискурса: в современном языкознании «под дискурсом (от франц. слова *discours* – речь) понимается связанный текст в событийном аспекте; речь как целенаправленное социальное действие, как компонент взаимодействия людей в механизмах их сознания» [Арутюнова 1990: 136–137].

В. И. Карасик [2002: 193–194] выделяет два типа дискурса: личностно-ориентированный (персональный) и статусно-ориентированный. Статусно-ориентированный дискурс представляет собой общение, которое может носить как институциональный, так и неинституциональный характер в

зависимости от функционирующих социальных институтов в обществе на определенный момент времени [Там же].

Участниками институционального общения являются представители общественных институтов и организаций либо представители определенной социальной группы и взаимодействующие с ними частные лица [Культура русской речи 2007: 216]. Институциональный деловой дискурс как основа делового взаимодействия функционирует в контексте статусно-ролевых отношений в форме переговоров, деловой переписки, деловой документации, обладающих определенной структурой и лингвистическими особенностями [Ширяева 2008].

Исследования В. Гумбольта, Ф. Соссюра, Э. Бенвениста, И. А. Бодуэна де Куртене, А. А. Потребни, Л. В. Щербы, Г. О. Винокура и других приводят к различению в общем термине – понятии «язык» – как минимум двух значений: система общезначимых знаков для обозначения явлений действительности, т. е. 1) статический аспект (строевой) и 2) выражение мысли, мышления в процессе коммуникации – динамический, функциональный аспект [Кожина, Дускаева, Салимовский 2008: 19]. Язык выступает в двух ипостасях: как 1) система (строй), статика и как 2) динамика, т. е. его употребление, функционирование. Первое – это статика единиц, в том числе ресурсов стилистики, второе – язык возник и существует для выражения мыслей (т. е. динамики), это содержательная сущность, которая в полной мере реализуется – хотя и через отдельные единицы – в тексте. Текст является результатом, формируется процессуально в человеческой речевой деятельности и имеет авторство [Там же: 21]. Речь неоднородна и в той или иной степени отражает особенности носителя, отличается особой манерой, определяемой множеством факторов, но прежде всего характером мышления. Это и ряд других внеязыковых факторов, под воздействием которых происходит речевая деятельность, определяет характер речи, т. е. ее стиль. Таким образом, язык и стиль связаны

теснейшим образом; стиль – один из важных и ярких признаков речи, текста, свойство последнего. Наиболее крупные разновидности литературного языка, которые обслуживают определенные сферы коммуникации и характеризуются специфическими принципами отбора и использования языковых средств, называются функциональными стилями [Ланских 2016: 18].

В современной стилистике русского языка выделяют шесть функциональных стилей. Четыре стиля (научный, официально-деловой, публицистический, художественный) сближены между собой на основе книжно-письменной речевой традиции и входят в группу книжных стилей. Два других стиля – религиозный и разговорный, характеризуются ролью говорящего, значимостью диалога, их отличает – неравнозначность творческой составляющей и эстетической функции языка. Разговорный стиль находится в общем пользовании. Художественный стиль находится в индивидуальном производстве и одновременно в массовом потреблении. Книжные стили реализуются в специализированных условиях речевого общения. Публицистический стиль находится в промежуточном положении между книжными и другими стилями [Купина, Матвеева 2013: 134–137].

Официально-деловой стиль имеет преимущественно письменные формы. Это связано с основным назначением стиля – фиксировать информацию, придавая ей правовую значимость. Некоторые официально-деловые жанры существуют и в устной форме, характеризуясь теми же языковыми особенностями.

Специальная лексика делового стиля значительно отличается от лексики, используемой в повседневном общении. В деловой речи, как правило, отсутствует экспрессивная или оценочная лексика. Условия коммуникации, задачи, которые ставят перед собой участники общения, определяют специфику использования языка. Для текстов официально-делового стиля характерна специальная терминология.

Официально-деловая лексика включает слова и фразеологизмы, имеющие соответствующую канцелярскую окраску (*истец, протокол, удостоверение личности* и т. д.), а также межстилевые, безоценочные единицы, многие из которых, являясь нейтральными, часто используются в официально-деловых текстах как штампы (ставить вопрос, выразить несогласие и т. д.). Для деловой речи характерно использование отглагольных существительных, глаголов в форме инфинитива, что подчеркивает беспристрастность, безличность изложения. Для построения предложений применяются сложные союзы, отыменные предлоги. Предложения нередко осложнены обособленными оборотами и рядами однородных членов. Синтаксис документов официально-делового стиля осложнен наличием разного рода оговорок и уточнений [Бортников, Михайлова 2017].

В китайском языке можно выделить два основных стиля – разговорный (口语体 kǒuyǔtǐ) и книжный (书面语 shūmiànyǔ) [Горелов 1979: 122]. Книжный стиль включает в себя публицистический (争论语体 zhēnglùn yǔtǐ), научно-технический (科技语体 kējì yǔtǐ), художественный (文艺语体 wényì yǔtǐ), официально-деловой (два наименования: (事务语体 shìwù yǔtǐ) – в устной речи, (公文文体 gōngwén wéntǐ) – в письменной речи). Выбор стилистических средств китайского языка напрямую зависит от коммуникативной ситуации.

Говоря об официально-деловом стиле китайского языка, необходимо отметить насыщенность текстов двусложными лексемами, которые образованы от односложных слов, характерных для разговорной речи: 能够 pénggòu вместо 能 néng ‘мочь, быть в состоянии’, 具有 jùyǒu вместо 有 yǒu ‘обладать, иметь’, 等待 děngdài вместо 等 děng ‘ждать’, 给予 jǐyǔ вместо 给 gěi ‘предоставлять’ [Ульянова 2019].

В сфере деловой коммуникации, особенно при составлении документов, обычно используют устойчивые языковые клише, что дает гарантию правильного понимания смысла сообщения. Поэтому наряду со специальной лексикой в деловом языке также существуют такие устойчивые словосочетания, как: 经营方案 jīngyíng fāng'àn 'бизнес-план', 协议文字 xiéyì wénzì 'текст соглашения', 合作项目 hézuò xiàngmù 'объект сотрудничества', 销售渠道 xiāoshòu qúdào 'каналы реализации', 外筹资金 wàichóu zījīn 'внешнее финансирование', 以现金出售 yǐ xiànjīn chūshòu 'продавать за наличные', 银行业务 yínháng yèwù 'банковские операции', 法定地址 fǎdìng dìzhǐ 'юридический адрес' [Там же].

В ходе коммуникации ее участники обмениваются репликами, или высказываниями. Эти высказывания являются не просто последовательностью разрозненных фраз, они представляют собой упорядоченную цепочку более или менее согласованных действий, которые подчинены общим правилам коммуникации – принципам кооперации П. Грайса (максимум количества, качества, релевантности и ясности).

При прочих равных условиях подразумевается, что максимумы Грайса должны соблюдаться всеми участниками коммуникации, но следует учитывать, что согласно моделям Э. Холла и Ф. Тромпенаарса деловым культурам присущи разные показатели контекстности и эмоциональности. Например, китайцу как представителю высококонтекстной культуры при общении с русским представителем низкоконтекстной культуры будет казаться, что тот говорит больше, чем требуется, и тем самым нарушает максимум количества. Русский в свою очередь будет недоволен туманностью речей партнера, с его точки зрения нарушающего максимум ясности.

Русский коммуникативный стиль представляет собой относительно устойчивое стабильное коммуникативное поведение личности в различных ситуациях общения, включая проявляющиеся в дискурсе данной языковой личности типовые коммуникативные роли, коммуникативные тактики и

стратегии, выбор регулятивных средств и структур, отношение к коммуникативным нормам, ориентацию на адресата, выбор речевых жанров [Болотнов 2013: 179].

Применительно к китайскому коммуникативному стилю следует отметить, что китайские риторы очень следили за стилистическими правилами, и уже в шестом веке правила были систематически изложены в книге «Резной дракон изящной словесности».

В китайской культуре язык, манеры и другие аспекты поведения должны строго соответствовать социальным отношениям и контексту, в котором происходит общение. Говоря с собеседником, стоящим выше по социальному статусу, китаец использует стиль 上行 (shàngxíng) – обращение нижестоящего к вышестоящему. При обращении к собеседнику китаец всегда называет должность или социальную роль. (например, *начальник отдела, старший менеджер, президент*, и затем добавляет фамилию).

В китайском коммуникативном поведении прежде всего следует отметить вежливость, учтивое, уважительное отношение к старшим, использование этикетных формул приветствия, прощания, благодарности. Китайские коммуниканты стараются не обидеть собеседника, избегают категоричности в речи, пространно объясняют причины своих поступков. Во всем этом видится большая роль культурной составляющей.

Понятие коммуникативного стиля в китайском языке в основном рассматривается в контексте межкультурного общения, менеджмента, а также социологии. Так, например, Ци Мэй говорит, что «коммуникативный стиль личности раскрывается через ее культурный и социальный статус» [姬玫 2011]. Профессор Ху Вэнчжун, помимо культурного и социального статуса, относит к коммуникативному стилю социальные роли коммуникантов, используемую лексику, способы передачи информации, канал, а также коммуникативные стратегии и тактики. Изменение условий функционирования языка, его активное «вторжение» в сферу бизнес-

коммуникации (особенно деловых отношений между Китаем и Россией) не могло не сказаться на особенностях построения вербальной и невербальной коммуникации [胡文仲 2004].

В канонической книге даосизма «Чжоу И» («周易») исторически существовало три основных аспекта коммуникативного поведения, которое было чрезвычайно важно для китайцев:

1) коммуникативное действие должно определять говорящего как человека высших моральных качеств или благородного мужа. При этом речевой акт должен быть наполнен изяществом и смыслом, чего возможно достичь только «бесконечностью» используемых знаков;

2) само содержание высказывания должно находиться в тесной взаимосвязи с социальным положением говорящего;

3) содержание высказывания должно соответствовать реальным фактам действительности.

Для более полного понимания китайского коммуникативных поведения рассмотрим четыре основные максимы устной речи:

1. Максима скудности – говорить мало. Скудность речи в Азии считается признаком интеллекта и несет в себе позитивный образ.

Когда китайцы решают говорить, они, как правило, делают это медленно, осторожно и неохотно. Этот стиль посылает слушателю сигнал, что оратор не готов взять на себя обязательства по совершению ожидаемых действий.

2. Максима неоднозначности – говорить неопределенно. Как отмечает Агнес Хэ, азиатская неоднозначность – это не семантический или логический недостаток, а преимущество. Этот стиль хорошо сочетается с потребностью китайцев поддерживать общественную систему с четко закрепленными ролями и позволяет сохранить пространство для коммуникативной неопределенности.

3. Максима уклончивости – говорить дружелюбно. Эта максима основана на том факте, что в восточноазиатских культурах очень высоко ценится гармония.

4. Максима слушания – сначала выслушать, потом говорить [Цзинь Ли 2015: 397–399]. Исследования показывают, что слушание не пассивно, а активно. При коммуникации китайским слушателям важно выявлять «ясные и скрытые смыслы» слов говорящего, прежде чем они смогут ответить, поэтому слушателю необходимо «прислушиваться к речам и приглядываться к выражению лица» говорящего. Следует отметить, что китайская художественная философия создания произведений искусства соответствует тому же стилю, наводящему на размышления, но не высказывающемуся до конца.

Помимо умения слушать, для китайцев важно уметь высказывать замечания в нужный момент, уметь планировать время для замечаний [Там же]. Данные особенности китайского коммуникативного поведения имеют ключевое значение для нашего исследования.

1.3. Базовые концепты деловой культуры Китая

При изучении деловой культуры Китая и ее базовых концептов мы использовали труды следующих известных ученых-китаеведов: Тан Аошуан [2004], А. А. Маслов [2010, 2014], В. В. Малявин [2007, 2015], И. М. Невелева [2002], О. Р. Очиров [2008], А. И. Лукин [2015], А.А. Сусоколов [2007], М. Л. Титаренко [2007], А. И. Кобзев [2011].

Для культур России и Китая характерны неодинаковые модели эволюции. Культура Китая в пределах азиатского региона в процессе исторического развития превосходила культуры соседних стран и оказывала на них влияние. Русская культура, наоборот, является пограничной культурой, для которой характерно соприкосновение со множеством культур

и их прямое влияние. В течение всего периода своего исторического развития Россия испытывала влияние культур соседних стран, поэтому российская культура представляет собой синтез восточной и западной культур [Шихирев 2000; Льюис 2001, 2013; Мейер 2018].

Деловая культура как феномен современности занимает особое место в культуре Китая, являясь средством духовного, интеллектуального самовыражения и самоидентификации личности китайского предпринимателя. В старом Китае существовало понятие «управление жизнью», а менеджерская и предпринимательская активность воспринимались как условие жизненного счастья. Успеха можно было достичь посредством соблюдения норм и правил, которым учит конфуцианская традиция [Малявин 2007: 4]. Известный ученый О. Р. Очиров указал, что слово *бизнес* в Китае ассоциируется со смыслом жизни, позитивной жизненной энергией, что составляет отдельную «культурную модель» китайского бизнеса в языковом сознании [Очиров 2008]. Если мы посмотрим значение данного слова 生意 *shēngyì* – ‘бизнес, коммерция’ в словарной статье китайского словаря «Синхуа» [新华词典], то действительно обнаружим, что одно из значений данного слова – 生机 – означает ‘жизнеспособность, воля к жизни’. Согласно представлениям китайцев, торговля нужна для жизни. Получается, что заниматься коммерцией по сути означает проживать полную жизнь, обмениваться различными свойствами жизненной силы.

Система ценностей китайской деловой культуры 价值体系 (*jiàzhí tǐxì*) выражается сферой делового взаимодействия, ориентированной на получение прибыли. Являясь «символом ритуализированной этики», стремление к выгоде («利» (*lì*) – «польза», «выгода») считается естественным и наиболее правильным поведением человека [Очиров 2008: 38]. Действительно, многие ученые, а также эксперты в области бизнеса,

работавшие с Китаем, отмечали бережное отношение китайцев к деньгам, граничащее со скупостью.

Отсюда следует, что характеристиками китайской деловой культуры являются прагматизм 实用性 (shiyongxing) и рациональность 合理性 (helixing). Исследователи отмечают, что на их формирование оказал влияние комплекс различных религий и философских учений, но в значительно большей мере повлияло конфуцианство. Высказывание «*将理想放在实用主义之上在任何危机中都必输无疑*» – «поставить идеологию выше прагматизма – путь к провалу в любом кризисе» в полной мере показывает, что любое решение необходимо принимать исходя из практической выгоды. Под рациональностью известный социолог Макс Вебер понимал функциональную эффективность и получение максимальной выгоды от вложенных средств и приложенных усилий [Там же: 39].

Если мы рассмотрим понятие 五福 wǔfú – *полное счастье*, то увидим, что оно включает в себя пять основных компонентов: 寿 shòu – *долголетие*; 喜 xǐ – *радость*, 禄 lù – *карьеру*, а также 财 cái – *богатство*. Последний компонент можно соотнести с понятием *уважение*, поскольку, богатство, наряду с общественным положением, достигалось путем бережного отношения к деньгам, посредством упорного труда и самоограничения. Данные категории способствуют мобилизации рабочего ресурса и влияют на укоренное экономического развития Китая.

Следует отметить, что денежное обращение в Китае ассоциируется с движением жизненной энергии в организме, накопление которой, наряду со здоровьем, богатством и увеличением духовной чувствительности, является высшей ценностью. Таким образом, мы видим, что занятие коммерцией и понятие «жизни» не просто сближены, а полностью эквивалентны друг другу.

Поскольку мы изучаем деловую культуру посредством концептосферы, в целях нашего исследования необходимо раскрыть базовые концепты

китайской деловой культуры. К ним относят основополагающие концепты, без которых культура не может существовать. Поэтому в данном разделе рассмотрены основные категории этического ядра конфуцианцев, а также концепты «семья», «лицо», «отношения» и концепт «иностранец» в качестве иллюстрации противопоставления «свой – чужой».

Охарактеризуем тип логики, которая сформировала мировоззрение и культуру Востока.

Нормы мышления и способы аргументации в Древнем Китае существенно отличались от европейских. В отличие от аристотелевской логики в Китае существовала логика формы. Она не связывала явления причинно-следственной связью, а являлась знаковой. Правильно подобранная форма считалась залогом стабильности и устойчивости процессов. Например, если расставить предметы в определенной последовательности, то можно заключить выгодную сделку. Такой подход называют целостным, холистическим, поскольку он считает все вещи и явления взаимосвязанными.

Китайские иероглифы, живопись, поэзия и проза, передавая тончайшие состояния души, приучали к ассоциативному мышлению, что подтверждают слова известного культуролога Като Сюити: «Очевидной особенностью китайской культуры было чуждение логики, абстракции и систематизации, и предпочтение чувства, конкретики» [Стернин 2002: 11]. Таким образом, события и факты организуются не по степени их значимости, а на основе ассоциаций, которые часто заставляют автора перескакивать с одного предмета на другой.

Основным источником для чтения знаков в древнем Китае являлась «Книга Перемен», которая помогала принимать решения и служила для воспитания управленческого мышления.

Рассмотрим основные различия в мировоззрении России и Китая, которые отметил известный китаевед Алексей Маслов (таблица 1).

**Таблица 1. Сравнение основных различий мировоззренческих установок
России и Китая**

Россия	Китай
1. Концепция единого бога	
Есть высшая сила, которая диктует, что хорошо, а что плохо	На месте единого бога сотни самых разных духов. Поклоняться можно всем одновременно.
2. Концепция нравственного идеала	
У каждого человека есть понимание того, каким должен быть порядочный человек. При этом правда (истина) является абсолютной. Постоянное внутреннее сравнение «я – реальный» и «я – идеальный»; при несовпадении с идеалом наступает внутренний раскол. Чтобы преодолеть внутренний раскол, русский человек старается быть лучше, создает предметы искусства, произведения искусства.	Китайская традиция не предписывает нравственных идеалов, а говорит о необходимости следовать учению предков. Важно соблюдать ритуал и сохранять гармонию. Истина не является абсолютной, а зависит от конкретной ситуации. Основным регулятором поведения человека является общество.
3. Искусство	
В искусстве на смену одного жанра приходит другой (классицизм, модернизм, постмодернизм).	Искусство следует традиции (копирование одних и тех же пейзажей просветленных).
4. Религиозная практика	
Это духовное совершенствование, стремление к высшему идеалу (единому богу). Необходимость следовать заповедям, единому своду нравственных законов, которые являются абсолютными.	Это специальные методики, которые трансформируют сознание и позволяют пережить божественное состояние. Принцип трансформации означает, что ничто никогда не бывает абсолютным.
5. Высшая ценность	
Свобода личности, социально-экономические права, современные «цивилизационные» ценности, стремление к успеху.	Высшая ценность «питание жизни» (ян шэн). Стремление использовать все средства и возможности для улучшения качества жизни, повышения духовной чувствительности, «накопления жизненной энергии».

Полученное сравнение подчеркивает существенные различия между двумя культурами, на которые оказала влияние система ментальных и ценностных установок, основанных на этических и религиозно-философских учениях, сформированных в период становления двух цивилизаций. Данная система обеспечивает и организует единство и устойчивость традиции

двух народов. Для китайской культуры первостепенным является следовать учению предков, соблюдать принятые в обществе нормы, стремиться к самосовершенствованию и использовать все возможности для улучшения качества жизни. Для российской культуры, качество жизни исторически не имело первостепенное значение. В российской картине мира важно оставаться порядочным человеком следуя при этом не законам, установленным государством, а неким внутренним, нравственным законам. Также следует отметить, что если в России религия предшествовала этической науке, то в Китае, наоборот, 2500 лет назад уже имелась развитая этика.

Множество религий и течений оказали влияние на китайский менталитет, поскольку культурной основой служили древние тексты разных философских течений. С одной стороны, у китайцев сформировался эклетический образ мышления, который характеризуется стремлением объединить противоречивые философские представления. С другой стороны, потребность сгладить противоречия и достичь компромисс говорит о диалектическом образе мышления, где в качестве цели выступает гармония. Правда (истина) никогда не являлась абсолютной, поэтому всякий раз ее необходимо было находить заново. Сделать это можно посредством диалогов, рассуждений и обмена мнениями. Таким образом, китайцы воспринимают мир диалектически, считая, что любые аспекты содержат в себе противоречия, которые следует разрешать путем переговоров.

Основными религиями, оказавшими влияние на деловую культуру Китая, являются конфуцианство, даосизм и буддизм. Даосизм указывает путь к успеху, учит искусству управления людьми, а также способам самозащиты. Буддизм требует обращения к интуитивному, а не к логическому мышлению. Что касается конфуцианства, в первую очередь это учение о стратегии поведения делового человека.

Конфуцианское ядро как сущность современного делового человека. Почти во всех исследованиях отмечено, что конфуцианское учение является основой деловой культуры Китая. А. А. Сусоколов подчеркнул, что конфуцианство, как философия воспитания «руководящих кадров», рассчитана не на простого человека, а на «менеджера среднего звена» [2007: 2].

Высказывания Конфуция по поводу природы человека и норм его поведения, способствующих успешному управлению обществом, отражают основной понятийный аппарат традиционных этических категорий. Ядром семантического поля считаются иероглифы, фиксирующие базовые понятия: 仁 (ren) «гуманность», 义 (yi) «справедливость», 忠 (zhong) «верность (лояльность)», 孝悌 (xiàoti) «сыновняя почтительность», 智 (zhi) «мудрость» и 信 (xin) «доверие».

Одним из главных понятий конфуцианства является человеколюбие (仁 (ren) – гуманность, 和气 (he qi) – благожелательность). Если рассмотреть иероглиф 仁 (ren) по ключам, получаем выражение «понимать других сердцем». 仁 (ren) является обобщающей этической категорией, которой китайский мыслитель конфуцианской традиции Мэнцзы дает определение: «се yin zhi xin, ren zhi duan ye» – сопереживание и сочувствие суть начала ren. Таким образом, поступки руководителя, правителя в первую очередь должны быть гуманными.

Верность 忠 (zhōng) означает честность, чистосердечие, преданность своим идеалам и устремлениям (при делении морфемы 忠 (zhōng) по ключам получаются иероглифы «中» середина и «心» сердце, что указывает на значение самого иероглифа 忠 (zhōng) – «в середине сердца»). Иероглиф 义 (yi) – «верность, долг» означает отношение человека к друзьям и родственникам, а также к обществу и окружающей среде. Вместе с

послушанием 順 (shùn) эти понятия составляют основу Конфуцианского учения. Иероглифы 禮 (lǐ) и 信 (xìn) понимаются как этикет и доверие к людям. Данными иероглифами обозначается поведение человека в обществе. Концепт 智 (zhì) – мудрость понимается как поведение человека в той или иной ситуации (как должен поступать человек при определенных обстоятельствах). Корнем добродетели и основой для развития остальных базовых этических составляющих является концепт 孝悌 (xiàoti): иероглиф «孝» (xiào) в своем составе имеет ключ «子», означающий «потомок», а само значение переводится как «сыновняя почтительность», «уважение и почитание старших». Данная категория является руководством для поступков человека внутри социальной группы. Глава семьи транслирует закрепленные в роду нормы ритуала, представляя собой некий духовный центр 中 – «zhōng». Усвоивший основные правила взаимоотношений в семье человек, по мере взросления, переносит их на другие социумы. Согласно конфуцианскому учению, высшим проявлением нравственности являются 仁 ren «гуманность» и 義 yì «справедливость».

Перечисленные выше морфемы образуют семантическое поле традиционных этических категорий и входят в набор «пяти постоянств» – 五倫 wu lún. Это означает, что лексемы, в состав которых входят данные понятия конфуцианского ядра, определяют моральные качества нравственного человека или благородного мужа. Некоторые из них рассмотрим ниже.

Морфема 仁 ren – *гуманность* образует следующие лексемы, определяющие качества человека:

- 仁慈 réncí – милосердный, добросердечный;
- 仁愛 rén'ài – великодушный, человеколюбивый, гуманный;
- 仁義 rényì – гуманный и справедливый.

Следует отметить, что Большой китайский толковый словарь содержит 22 двуслога с иероглифом 仁 rén, и во всех этих сочетаниях он занимает первую позицию. Толкования пятнадцати из этих сочетаний представляют собой четырехслоги, первые два слога которых – это 仁 rén и 爱 ai. Отсюда следует, что 爱 ài «любовь» является ближайшим синонимом 仁 rén. Тогда лексема 仁慈 réncí объясняется через 仁爱 rénài «любовь» и 慈善 císhàn «милосердие и доброту», а сочетание 仁爱 rén ài толкуется как 宽 kuan «великодушие» + 仁慈 réncí «милосердие» + 爱 ai «любовь». В данном случае синонимом 仁 rén будет «великодушие», а синонимом ai – «милосердие».

Морфема 义 (yì) – *долг* образует следующие словосочетания:

- 义勇 yìyǒng – справедливый и мужественный;
- 正义 zhèngyì – справедливый, праведный;
- 招待义务 zhāodài yìwù – долг гостеприимства.

义 (yì) является вторым членом набора базовых понятий конфуцианства, так же, как и 仁 rén, имеет более обобщенные коннотации. Значение 义 (yì) вытекает из понятия 正 zhèng «правильность». Синонимом морфемы 义 (yì) являются лексемы 正义 zhèngyì – истина, справедливость, а также 公道 gōngdào справедливость, честность. 义 (yì) можно понимать как осознание своей правоты и ее отстаивание [Тан Аошун 2004: 104]. Также известной чертой китайского национального характера считается трудолюбие, соответственно любое безответственное отношение к своим обязанностям подвергается критике. В языке эти принципы описываются фразеологизмом: 义者百事之始也 yìzhě bǎishì zhīshǐyě – долг – основа всех действий человека [БКРС].

Морфема 忠 zhōng – *верность* образует следующие словосочетания:

- 忠诚 zhōngchéng – верный, преданный; лояльный; честный; чистосердечный;

– 忠贞 zhōngzhēn – верный и честный, преданный и бескорыстный (принципиальный);

– 中庸之道 zhōngyōng zhī dào – стремление избегать крайностей (риска), твердый курс на «золотую середину».

Синонимом данной морфемы является лексема 廉洁 liánjié – честный, бескорыстный; чистый, незапятнанный (廉洁模范 liánjié mófàn – образец честности и бескорыстности) [Тан Аошуан 2004: 105].

Необходимо отметить, что путь «золотой середины» является важнейшей частью этического учения конфуцианцев. Вместе с 礼 lǐ «ритуалом» он служит механизмом, обеспечивающим устойчивость системы «пяти постоянств» – 五伦 wu lun. Его суть заключается в отсутствии отклонений в любую сторону. Иными словами, совершенный человек постигает путь «золотой середины» и обеспечивает установление всеобщей гармонии в природе и в человеческом обществе. Занимая высокое положение, он им не злоупотребляет; занимая низкое положение, он не претендует на то, что ему не дано судьбой [Там же: 88].

Морфема 孝 xiào – *сыновняя почтительность* образует следующие словосочетания:

– 孝敬 xiàojìng – почтительно преподносить (старшим), чтить (уважать);

– 孝廉 xiàolián – преданный родителям и честный;

– 孝心 xiàoxīn – любовь к родителям, почитание родителей, сыновья любовь.

Понятие 孝 xiào является производным от 仁 rén гуманности, поскольку почтительность к родителям и старшим братьям и есть основа 仁 rén. Синонимом 孝 xiào является лексема 孝顺 xiàoshùn – чтить, уважать, питать любовь и преданность.

Морфема 智 zhì – мудрость образует следующие словосочетания:

- 理智 lǐzhì – здравомыслящий, рациональный;
- 智慧 zhìhuì – мудрость, разум, знания.

智 zhi «мудрость» часто трактуется как «знание», различения истинного и ложного, добра и зла, правды и неправды. Морфема 智 zhi вступает в синонимические отношения с морфемой 仁 rén — ведь это разные точки зрения на одну и ту же вещь: 见仁见智 jian rén jian zhi «можно посмотреть на что-то с нравственной точки зрения, а можно и с рациональной» [Там же: 95].

Все устойчивые компоненты зафиксированы в современных словарях китайского языка, что позволяет получить список словосочетаний этических категорий, 90 % лексических единиц которого используются в современном языке. В результате образуется семантическое поле, в которое входит более сорока иероглифов (рис. 1).

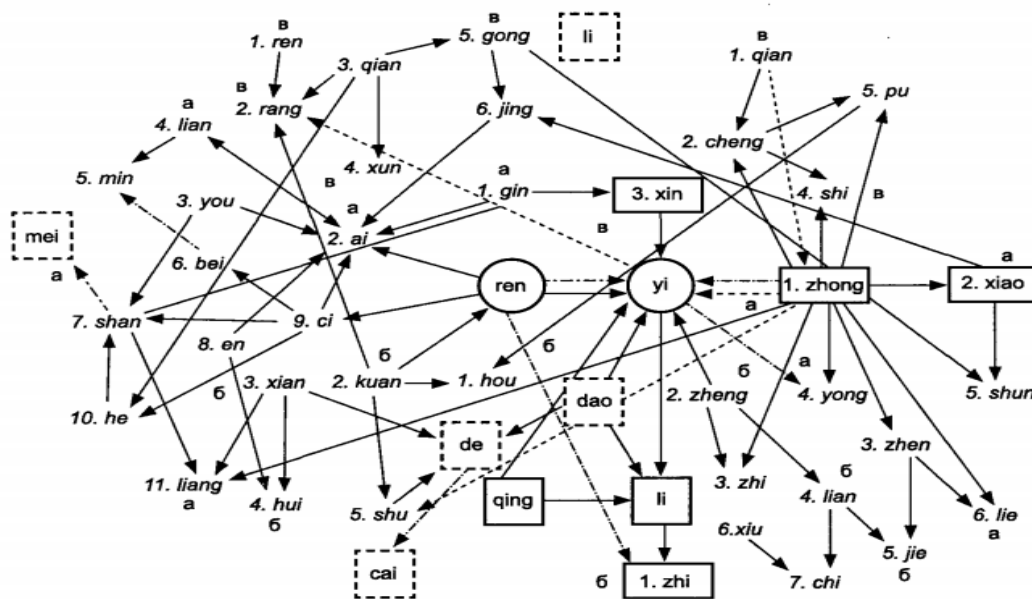


Рис. 1. Модель этического идеала конфуцианцев

На рисунке представлены морфемы, которые связаны с лексическими единицами конфуцианского ядра. Они употребляются в современном

китайском языке и активно воздействуют на этические представления китайцев [Там же: 91].

Как показывают рассмотренные выше примеры, представленные компоненты связаны друг с другом синонимическими отношениями разной степени близости. В первом случае некоторые словосочетания в переводе на русский язык сохраняют различие между собой и переводятся двумя словами. Во втором случае словосочетания переводятся одним словом. Например, *gongjing* – «уважение», *chengshi* – «честность», *xiuchi* – «стыдливость», *lianjie* «порядочность» («с чистыми руками»). В других однородных сочетаниях иероглифы связываются друг с другом отношением порождения, например, 义勇 *yiyong* «справедливость и мужество», толкование которого отражено в выражении *jian yi wei yong* «видя (необходимость поддержать) справедливость, поступает мужественно». Третий тип отношений между этическими компонентами в устойчивых сочетаниях — несинонимические отношения. Эти компоненты оказываются сопоставимыми, когда речь идет об описании этического облика человека в оценке его поступков или обосновании того или иного решения. Например, достоинства человека часто характеризуются сочетанием *de cai jian bei* «он добродетельный и способный» или *cai zhi shuang quan* «он способный и знающий» [Там же: 92].

Человек мог заниматься управлением только если он прошел все стадии становления 君子 *junzi* – благородного мужа. Это умение *ge wu* «размещать вещи по клеточкам» (классификация объектов действительности), *zhi zhi* «стремление к их познанию», *cheng xin* «воспитание искренности сердца», *xiu shen* «самосовершенствование» с целью добиться *qi jia* «единства в семье», *zhi guo* «порядка в стране» и *ping tianxia* «умиротворения Поднебесной» [Там же: 88]. Следовательно, с одной стороны, такое достижение было социально поощряемым, поскольку это делалось не лично для себя, а для прославления фамилии и процветания рода.

С другой стороны, человек должен был оставаться скромным и следовать чувству долга. «Путь благородного мужа вначале как будто бы не виден, но по прошествии времени становится заметным; путь низкого человека обладает лишь внешним блеском и по прошествии времени приходит в упадок. Путь благородного мужа бесстрастен, и поэтому (следовать ему) не надоедает, безыскусен и красочен, обладает мягкостью и рациональностью...» [Ли Цзи 1973: 134].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что понятия делового человека и нравственного человека синонимичны.

Концепт «этикет», «ритуал». Нормы в деловой культуре образуют основу деловой этики. Одним из базовых концептов китайской культуры является «禮» – «lǐ» – этикет, ритуал.

Рассмотрим определение современного делового этикета: *礼仪修养，不仅是现代文明人必备的基本素质，而且是社会交往、商务活动和其他各项事业成功的一个重要条件。一个商务工作者，要在变化莫测的市场里应付自如，在竞争激烈的经济领域取得成功，就必须深入全面地了解、熟悉和正确使用商务礼仪，以更好地树立和巩固个人与组织的良好形象 [百度文库].* Этикет – это не только базовое качество, необходимое для современных цивилизованных людей, но и важное условие успеха социальных взаимодействий, деловой активности и других различных начинаний. Деловой человек, чтобы справиться с непредсказуемым рынком и преуспеть в жестко конкурентной экономической сфере, должен иметь полное и всестороннее понимание, знание и правильное использование делового этикета, чтобы лучше устанавливать и укреплять личные и организационные отношения [Хофстеде 2002].

Исторически этикет составлял основу человеческих взаимоотношений, и понимание того, что без этих правил невозможно существовать.

Современный деловой этикет понимается в Китае следующим образом:

1. Концепция с богатым смыслом, она включает в себя все виды навыков межличностного общения, необходимые на рабочем месте, охватывающие все аспекты коммуникативной деятельности.

2. Неотъемлемая часть корпоративной культуры и корпоративной философии. В любой деятельности пренебрежение мелочью этикета может нанести ущерб своему имиджу и имиджу компании.

3. Это не жесткие догмы и равнодушные правила. Любой компании необходимо эффективные коммуникации, и сотрудники внутри компании также нуждаются в хороших межличностных отношениях. Если возникают проблемы в общении, люди всегда будут жаловаться на компанию, но поскольку каждый является ее членом, сотрудники должны взять на себя ответственность за улучшение ситуации общения. Считается, что если у каждого сотрудника будут хорошие коммуникативные навыки, то эффективное общение внутри компании будет складываться естественным образом.

Отсюда следует, что основной задачей каждого человека является самосовершенствование через освоение правил этикета и постижение искусства человеческих отношений.

Основные аспекты конфуцианского учения выражены в деловой культуре через три основные составляющие:

1. Строгое соблюдение социальной иерархии.

2. Достижение гармонии. Считается, что лучшие компромиссы достигаются посредством торга, который реализуется через повторяющиеся циклические действия: уступки и обратное возвращение к первоначальным вопросам. Это позволяет найти «золотую середину», выгодную обеим сторонам.

3. Сдержанное поведение. Стремление отвлечь внимание от своей личности резко контрастирует с поведенческими привычками западных бизнесменов [Очиров 2008].

Концепт «семья». В китайском представлении к понятию 家 (jiā) относится весь семейный клан, куда входят многочисленные близкие и дальние родственники, отчий дом, родные места, т. е. так называемая малая родина.

Этим словом также называют небольшие фирмы и последователей религиозно-философских школ. Например:

- 商家– shāngjiā – торговый дом;
- 儒家 – rújiā – конфуцианская школа, конфуцианцы.

В синонимический ряд 家(jiā) входят:

- 家庭 – jiātíng – семья, дом;
- □ 家族 – jiāzú – семья, род;
- 人烟 – rényān – жилье;
- 家园 – jiāyuán – домашний очаг;
- 门 – mén – семья, род, родной дом; общественное положение семьи;

последователи школы; наставник.

Также данная морфема присутствует и в словах:

- 国家 guójiā – государство, страна, нация .
- 大家 dàjiā – все, все присутствующие люди (выражение 大家一起 dàjiā yì qǐ – «вместе со всеми» можно дословно перевести как «вместе со всей семьей»).

Исходя из анализа слова, можно сказать, что концепт семьи в китайской культуре играет первостепенную роль, а модель семьи является основой для выстраивания отношений в обществе.

Концепт «отношения» (关系 guānxi). Деловые отношения в Китае в высокой степени персонифицированы и не могут существовать без личного взаимодействия сторон. Китайская пословица «Важнее то, кого ты знаешь, а не то, что ты знаешь» полностью отражает концепцию неформальных отношений 关系 («guānxi»).

Понятие 关系 «guanxi» глубоко укоренилось в китайской традиции на протяжении тысячелетий. Оно известно как концепция, которая заложена в конфуцианской социальной теории и имеет свою собственную логику в формировании социальной структуры китайского общества. Часто это слово переводится как «отношения», но такой перевод не охватывает многие сложные аспекты данного определения. Если перевести два символа по отдельности, то они будут приблизительно соответствовать русскому «объединенная цепь». В российской деловой культуре есть четкие представления о деловых отношениях. Деловые отношения обычно реализуются на работе и необязательно продолжаются за пределами офиса. В Китае эти границы размыты, все круги отношений взаимосвязаны.

Ключевое различие между китайской и российской деловой практикой заключается в исключительной важности личных отношений, а не в обеспечении формально-деловых отношений, таких как, например, исполнений договоров. Таким образом, главное для китайского бизнеса – личное доверие.

Такая переплетенная система личных отношений рассматривается в Китае как способ поддержания социальной сплоченности и контроль общественного поведения. Для этого 关系 «guanxi» опирается на три конфуцианских принципа, наиболее важных для китайской культуры: баланс, гармонию и сохранение лица. Также ранее упоминалось, что согласно конфуцианскому учению, человеческие отношения должны строиться на принципах «пяти постоянств» – 五伦 wu lun: 1) партикуляристских взаимоотношениях; 2) взаимном социальном обмене; 3) внутригрупповых и вне групповых различиях; 4) важности посредничества и формализованности отношений; 5) совпадении или параллелизме личных и общественных отношений.

В словаре современного китайского языка 关系 (guanxi) определяется как: 1) связи определенного характера между двумя сторонами; 2) состояние

взаимных функций и взаимных воздействий между вещами; 3) связи или вовлеченность.

В Китае существуют три основные категории межличностных отношений, которые регулируются различными наборами правил взаимодействия (таблица 2).

Таблица 2. Три основные категории межличностных отношений в Китае

Категория отношений	Тип отношений	Правило взаимодействия
家人 jiaren – члены семьи	Постоянные, стабильные отношения, в которых благополучие других является частью своего долга.	Долг – хорошо заботиться членах семьи не ожидая возврата в будущем.
首任 shouren – родственники за пределами семьи, соседи, друзья, одноклассники, коллеги	Дружеские отношения, которые могут варьироваться от поверхностных до очень близких	Принцип социального обязательства «renqing», ожидание полной взаимности
生人 shengren – знакомые или незнакомые люди за пределами семьи и знакомые, с которым не установлены какие-либо значимые отношения по прошлым взаимодействиям	Поверхностны и временные отношения	Доминирует практический подход, основное внимание уделяется личной выгоде и потере.

В настоящее время у исследователей отношений 关系 (guanxi) нет единого определения данного концепта. Также отсутствует единый междисциплинарный подход, который позволил бы рассмотреть этот наиважнейший концепт китайской деловой культуры с разных сторон.

При рассмотрении 关系 (guanxi) следует обратить внимание на важнейшее понятие «关系本位» (guānxi běnwèi) – «основы взаимоотношений по конфуцианским и даосским традициям» (где 关系 guanxi и есть «связь, отношения между людьми в обществе», 本位 běnwèi подразумевает личность, которая живет в отношениях). Это термин из китайской культурологии, рассматривающий сеть отношений и связей, в центре которой стоит человек

[现代汉语词典]. С точки зрения современных китайских культурологов, данный концепт понимается не только как связь личности и общества, но и как процесс самопознания, через который индивид находит собственные ценности и смысл в отношениях с другими людьми. По мнению известного культуролога Фан Чжаохуэя, этот концепт ложится в основу формирования видения коллективизма и является одним из самых фундаментальных концептов китайской культуры [胡文仲 2004].

В современной литературе концепция 关系 *guanxi* рассматривается в терминах трех тесно связанных элементов: 感情 *ganqing*, 人情 *renqing* и 信任 *xinren* (рис. 2). Эти три элемента в совокупности считаются отражающими качество 关系 *guanxi*, поэтому мы рассматриваем их как отдельные измерения 关系 *guanxi*.

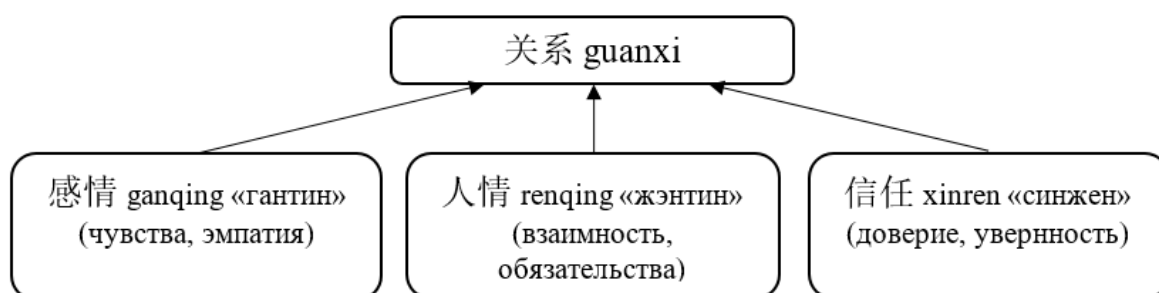


Рис. 2. Измерения отношений 关系 *guanxi*

Первый элемент 关系 *guanxi* – 感情 *ganqing* «гантин».

Ganqing можно перевести на русский как «чувства», и это подразумевает привязанность, чувства и эмоции. «*Ganqing*» отражает уровень социальных отношений между двумя людьми или двумя организациями, а также эмоциональную привязанность, существующую между участниками сети [Chan 1963: 81–86]. Исследователи объясняют: «*ganqing*» относится к степени эмоционального понимания, связей и обмена чувствами счастья и страхами [Chen & Chen 2004: 305–324]. Кроме того, сказанное относится к чувству лояльности и солидарности, готовности

заботиться друг о друге при любых обстоятельствах». Данный концепт имеет тенденцию выстраиваться после социальных взаимодействий, и, скорее всего, это происходит, когда люди работают вместе, сотрудничают и симпатичны друг другу [Jacobs 1979].

В китайском языке «ganqing» – слово, которое используется для описания качества отношений между двумя сторонами. «Ganqing hao» означает «хороший гантин» и предполагает наличие хороших и позитивных чувств между сторонами обмена. «Ganqing shen» переводится как «глубокие чувства», когда существует значительная эмоциональная привязанность и обычно используется для описания определенных социальных отношений, которые установились в течение длительного периода времени [Chen & Chen 2004]. Кроме того, «ganqing» часто используется для описания чувств между различными типами guanxi [Kipnis 1997]. Например, когда оно используется в семейном контексте, «хороший ganqing» означает «хорошие семейные узы». Когда данная номинация используется среди друзей и людей с равным статусом, «хороший ganqing» означает хорошую дружбу. Аналогичным образом, когда два коллеги говорят о «хорошем ganqing», это означает, что у этих двух людей сложилось хорошее взаимопонимание на работе. Более того, когда между парами используется фраза «глубокий ganqing», это означает, что их любовь друг к другу сильна.

Как и в guanxi, самый простой способ улучшить «ganqing» – это социальные взаимодействия, т. е. совместная еда и ужин, посещение и участие в каких-либо мероприятиях [Seligman 1999; Lee, Xu 2001]. Совместная социальная деятельность дает возможность укреплять ganqing и guanxi. Это объясняет связь между ними. Чем лучше ganqing, тем ближе guanxi – и наоборот. Сказанное объясняет, почему ganqing часто используют как индикатор того, насколько развиты guanxi между двумя сторонами [Kipnis 1997]. Однако, несмотря на такую взаимозависимость и взаимность, ganqing не может восприниматься как единственный элемент guanxi,

поскольку последнее намного шире, чем эмоциональные связи, оно также включает и другие важные атрибуты, такие как материальные обязательства и обмен услугами [Jacobs 1979].

Рассмотрим второй элемент 关系 *guanxi* – 人情 *renqing* «жэнтин».

Он может быть переведен как «взаимость», чтобы укрепить связи между сторонами» [Wong, Leung 2001]. На практике *renqing* часто включает в себя обязательства, такие как подарок или услуга [Kipnis 1997]. *Renqing* отражает взаимность, что подчеркивается в конфуцианской философии [Fang 1999; Chen & Chen 2004]. *Renqing* и *ganqing* сами по себе не связаны с материальной стороной.

Дарить и получать *renqing* – сложное искусство. Оно должно следовать правилу взаимности, как сказано в древней китайской пословице: «Если кто-то получает каплю благодати от других людей, он должен вернуть им источник благодати» [Hwang 1987: 944–974]. Люди, которые разделяют *guanxi* в бизнесе, особенно связаны этим социальным обязательством взаимности. Например, если сторона получает услугу, то ее нужно вернуть в будущем, как только позволят обстоятельства. Чтобы обеспечить здоровое *guanxi*, китайцы высоко ценят обязательство взаимности [Wang 2007]. Однако практика *renqing* не требует немедленного возвращения [Hwang 1987]. *Renqing* принимают, чтобы вернуть в подходящий момент, когда это будет необходимо другой стороне. Это отражено в китайской пословице: «Лучше угощать бедного человека в снежный день, чем дарить цветы богатым». Отсюда можно сделать вывод, что необходимый подарок ценнее обычного. Кроме того, следует учитывать, что возвращаемая благодарность должна быть, по крайней мере, равной, если не больше, стоимости первоначальной услуги [Kipnis 1997]. Невозврат считается аморальным [Luo 2000]. Такой отказ может навредить отношениям, а также заставить человека потерять «лицо» (уважение, моральную репутацию, которая является формой самооценки с точки зрения социального статуса). В частности, считается, что

guanxi будет поддерживаться, если человек испытывает эмпатию к чувствам других и готов помочь тем, кто в этом нуждается. Поэтому если отчаянный запрос вашего благодетеля отклоняется – это самая непростительная ошибка, наносящая отношениям наибольший ущерб.

Таким образом, renqing состоит из двух частей: взаимности и эмпатии – и достигается посредством обмена услугами. Чем больше обмен услугами, тем ближе две стороны связаны друг с другом. Это объясняет, почему renqing следует строгому правилу взаимности на долгосрочной основе. Ведь без указанной нормы взаимности невозможно будет сохранить отношения (guanxi).

Перейдем к третьему элементу 关系 guanxi – xinren – 信任 «синжен».

Это слово, относящееся к доверию [Chen & Chen 2004]. В основном используется как глагол и переводится как «верить», «доверять», «полагаться», «оценивать», «зависеть от» и «отдать должное» [Dr. Eye]. Иногда лексема также используется как существительное. Если говорят, что в этом guanxi есть xinren, это означает, что в этих отношениях существуют доверие, уверенность и зависимость. Тем не менее, как и в случае с guanxi, xinren требуется время для создания. В сети предприятий, связанных деловыми отношениями, xinren постепенно развивается посредством повторяющихся действий по обмену услугами [Wong, Chan 1999]. Кроме того, xinren часто ассоциируется с другим словом xinyong, которое подразумевает надежность и искренность человека [Chen & Chen 2004]. Китайцы обычно определяют надежность человека, оценивая степень выполнения обещаний в контексте прошлой истории и репутации [Wong 1998]. Китайские бизнесмены считают, что доверие должно быть главным механизмом сложных деловых отношений. Оно рассматривается как основополагающее качество на начальном этапе любых отношений.

В настоящее время в России нет специального термина, определяющего суть отношений, подобных «guanxi». Ранее использовался

термин «блат»¹, который вошел в обиход в 1940-е гг. В период острой нехватки продуктов в 1990-х гг. люди были вынуждены удовлетворять свои потребности посредством неформальных обменов. Поскольку ранее дефицитные товары теперь доступны, нет необходимости использовать социальные связи. На сегодняшний день подобные обращения можно заменить термином «связи», «знакомства». Ниже сравниваются китайские отношения *guanxi* с русским эквивалентом «знакомства» (таблица 3).

Таблица 3. Сравнительный анализ китайских отношений «*guanxi*» с русским эквивалентом «знакомства»

Россия	Китай
<i>1). Участники</i>	
Семья, друзья, знакомые	Семья, друзья, знакомые
<i>2). Использование</i>	
Редкое использование связей	Все дела решаются через <i>guanxi</i>
<i>3). Характер отношений</i>	
Краткосрочный или долгосрочный. Возможно разовое обращение	Долгосрочный характер отношений
<i>4). Взаимность</i>	
Не обязательна	Обязательна
<i>5). Характер возникновения</i>	
Ответ на конкретные социально-политические условия	<i>Guanxi</i> – культурный феномен социальных отношений. Это центральное понятие китайского общества, которое имеет глубокие культурные корни в структурах и традициях родства

В российской деловой культуре отношения «по знакомству» не имеют повсеместного распространения и обращения по любому социальному вопросу и не сопровождаются ответной благодарностью в форме социальных мероприятий, такими, как совместные ужины (*ganqin*), а также не несут в себе чувства социального единения в границах отношений братства, семьи и дружбы (*renqing*). При этом доверие (*xingren*) сохраняется.

¹ Блат – нужные связи, благодаря которым можно получить какие-либо блага в обход общепринятых правил или законов. Причиной появления «блата» явился продовольственный кризис нач. 40-х гг.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Guanxi – это часть делового мира, одна из главных движущих сил китайского общества. Он является ключевым фактором деятельности в деловой среде.

2. Guanxi является как социальным, так и культурным явлением; без него невозможно любое социальное взаимодействие. Эти отношения всегда основаны на доверии, совместном опыте и взаимных обстоятельствах: сюда входит доброжелательное отношение к партнеру, уважение, иногда почтение.

3. Отношения guanxi несут на себе культурно-историческую специфику. Во-первых, это заложенные в конфуцианстве принципы уважения к знанию и должности, уважения старших, устройства государства как семьи, где высшая власть принадлежит отцу, которому остальные беспрекословно подчиняются и оказывают уважение. Во-вторых, сильные коллективистские обычаи, берущие начало в общинном устройстве, семейной и территориальной клановости традиционного китайского общества. Род – это прежде всего взаимопомощь и корпоративизм, на которые опирается guanxi. Сила рода – это и его историческая репутация. Отсюда возникает идея «потери лица» как «красной черты», за которой происходит потеря статуса в иерархии guanxi.

4. Guanxi долгосрочны, их никогда не культивируют для получения одноразового результата.

5. Построение guanxi полностью зависит от коммуникативных навыков, знания этикета и деловой китайской культуры [Yadong Luo 2000].

Подробное рассмотрение категории guanxi позволило определить ее сущность, условия возникновения и категорию лиц – участников отношений (семья, друзья, знакомые).

Мы считаем, что для выявления культурных стереотипов в рамках данной работы необходимо рассмотреть концепт «иностранец», поскольку данная категория является важной для понимания китайской национальной

картины мира и позволяет осмыслить особенности деловых отношений при межкультурной коммуникации [Язовских, Нань 2020].

Концепт 外国人 wàiguórén – «иностранец». Дословно лексему 外国人 wàiguórén можно перевести как «чужой страны человек». Основная смысловая нагрузка падает на морфему 外. (wài), которая имеет несколько значений в словаре «Синхуа» [新华词典]: 1) относится к внешнему («снаружи» противоположное «внутри»); 2) относится к зарубежным странам; 3) относится к иностранному (например, иностранные гости, иностранные бизнесмены); 4) относится к родственникам по материнской линии; 5) также относится к сыну, рожденному вне брака; 6) относится ко всему отчужденному, постороннему; 7) имеет отношение ко всему неформальному (неофициальному, нестандартному): прозвище, кличка, ник, неофициальная история (частные исторические записи в отличие от официальных, правительственных), исторические романы (истории с повествовательными персонажами за пределами официальной истории); 8) традиционное название роли в драме.

Следовательно, морфема 外. (wài) означает *чужой, посторонний*, а саму лексему 外国人 wàiguórén (外人 wàirén) также можно перевести как *чужеземец, инородец*. Рассматривая концепт guanxi, мы пришли к выводу, что истинные отношения проявляются только между близкими знакомыми. Рассмотрение синонимического ряда лексемы 外国人 wàiguórén подтверждает наш вывод о недоверчивом отношении к иностранцам, поскольку при переводе получается следующая интерпретация: *иноземец, чужестранец, иноплеменник; выходец, переселенец, пришелец, пришлец, приезжий, иммигрант, колонист, эмигрант, чужак*. Благодаря влиянию конфуцианства, отношение родства глубоко укоренены в китайской культуре. Чувство долга перед родителями является приоритетным, и находит свое отражение в языке. Отношение к чужаку (врагу) также можно обнаружить в

языке в виде устойчивых выражений. Например, фразеологизм *出洋相* (chu yang xiang) – букв. «показать заморский облик», т. е. попасть в смешное положение, сесть в калошу, формирует негативный образ и имеет отрицательную коннотацию [Кожевников 2005: 62]. Недоверчивое отношение к иностранцам сформировалось в результате длительной истории с множеством войн, а также потому, что традиционный Китай исторически контактировал с этническими группами, значительно уступавшими ему в культурном развитии. Китайскому мировоззрению присущ этноцентризм, а самыми надежными людьми в национальной картине мира считаются члены семьи либо члены одного клана.

Для портретирования делового человека необходимо раскрыть особенность деловой коммуникации китайского делового человека при взаимодействии с чужаком (врагом). Также в рамках нашего исследования важно понимание, какой образ китайского предпринимателя сложился у наших соотечественников, имеющих опыт делового взаимодействия.

В российской периодической литературе довольно часто встречается информация о неэффективном либо сложном деловом взаимодействии российских и китайских бизнесменов. Зачастую, потерпев неудачу в бизнесе с Китаем, русские предприниматели обвиняют китайскую сторону в нечестности или невыполнении обещаний [Буров 2000; Бирюлин 2017]. Эксперты связывают такое поведение со стратеминым мышлением и соответствующим ему набором поведенческих установок при взаимодействии с чужаком (врагом). Известный китаевед А. А. Кобзев подчеркнул, что китайская культура построена на приоритете знаний, а слово *конфуцианец* можно перевести как «ученый» [Кобзев 2011: 11]. Это означает, что китайский деловой человек руководствуется заранее освоенными приемами и установками. Их описание содержится в древнем трактате «Тридцать шесть стратегем» [Зенгер 2018].

К числу важных стратегических правил предпринимательской деятельности в Китае относится готовность применить как открытые, так и скрытые средства воздействия, которые представляют собой ограниченный перечень алгоритмов поведения и меняются в зависимости от ситуации. Они используются в переговорах и в том числе имеют широкое применение в повседневной жизни.

Считается, что лучшая победа – та, которую одерживают благодаря заранее продуманным расчетам, поэтому разработка стратегии начинается с получения информации о противнике: его желаниях и целях, информации о конкурентах, финансовых и временных ограничениях. По мнению Н.А. Спешнева, китайские переговорщики очень быстро докапываются до сути, также их характеризует умение быстро приспосабливаться к обстоятельствам [Спешнев 2011: 106].

Однако знание обстоятельств, каким бы полным оно ни было, само по себе не принесет победы. Верхом стратегического искусства является способность воспользоваться случаем, или предвидеть, предвосхитить события. Решающее значение здесь имеет способность вырабатывать всеобъемлющее видение, или, как сказано в «Книге Перемен», «великое видение» 大関 (dà guān), которое в онлайн словаре «Синхуа» трактуется как «метафорические стандарты, которые нелегко удовлетворить или превзойти» [Малявин 2015: 4]. Достижение этого идеала предполагает умение сводить воедино различные виды информации, сопоставлять отдельные факты и выводить из этого общее и притом уникальные качества ситуации. При рассмотрении вещей под разными углами зрения и критической оценке собственных взглядов план становится той самой «разумностью», которую китайская стратегическая мысль ценит превыше всего.

По мнению исследователя Н. М. Невелевой, особенностью деловой культуры Востока выступает ее ориентация не на «успех», а на избегание «неудач», поэтому часто используется тактика терпения и выжидания. Успех

становится не результатом запланированного применения адекватных средств, а неизбежным следствием развития ситуации, использования ее стратегического потенциала [Невелева 2002: 15, 45]. Следует подчеркнуть, что такое поведение не является отсутствием совести, а является хорошей предпринимательской смекалкой.

Примером наступательной стратагеми может служить стратагема № 15 «Сманить тигра с вершины на равнину» (идея – выманить противника с выигрышной позиции, чтобы занять ее самому). По мнению китайцев, «вести переговоры» означает играть в игру, которая нацелена на взаимную выгоду на основе сотрудничества и достижения компромисса.

С точки зрения лингвистики стратагеми представляют собой уникальный пример безэквивалентной лексики.

Выводы по главе 1

В теоретической части мы рассмотрели основные понятия сопоставительной лингвокультурологии, деловые отношения в системе лингвистических исследований, базовые концепты китайской культуры.

Рассмотрение базовых концептов позволяет сделать вывод о том, что язык и культура отражают основные мировоззренческие установки, а также хранят некоторые стереотипы поведения (например, отношение к чужаку, иностранцу).

Основой базовых концептов деловой культуры служит конфуцианское ядро этического идеала. Полученные из конфуцианского ядра лексемы хорошо вписываются в ценностную систему современных носителей языка, и формируют представление об окружающей действительности. Выстраиваясь в синонимические ряды, они образуют производные лексемы, что со всей полнотой позволяет раскрыть основные качества нравственного человека или благородного мужа. Поскольку лексема *бизнес* 生意 означает

«жизнеспособность», «жизненную силу», концепт «деловой человек» несет в себе большую культурную составляющую.

Исторически деловой человек мог заниматься управлением, только если он прошел все стадии становления благородного мужа (君子 junzi) и сдал государственный экзамен, а его личные качества соответствуют конфуцианскому этическому идеалу. Как и всякий деловой человек, китайский деловой человек стремится к получению прибыли, которая входит в китайскую систему ценностей 价值体系 (jiazhi tixi), а менеджерская и предпринимательская активность воспринимаются им как условие жизненного счастья, которое достигается посредством соблюдения этико-ритуальной традиции. Иными словами, деловой человек – это человек, почитающий предков, соблюдающий установленные конфуцианской традицией нормы и правила, следующий «серединному пути», проявляющий мудрость и терпение, владеющий искусством выстраивания деловых отношений и обладающий стратегическим мышлением, т. е. умеющий прогнозировать, прочитывать ходы и предвидеть их последствия. Таким образом, можно заключить, что в китайской исторической картине мира понятия делового человека и нравственного человека синонимичны.

Совокупность базовых концептов является сущностью деловой культуры Китая и берет свое начало в философской традиции конфуцианства, даосизма и буддизма. Культурно-специфичными следует признать строго формализованные правила и отношения, основывающиеся на сбалансированном поведении и отвергающие любые крайности. Базовые концепты позволяют раскрыть сущность делового человека и понять специфику его поведения, проявляющуюся через нормы делового этикета и особенности деловой коммуникации.

ГЛАВА 2. КОНЦЕПТ «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» В КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ: ОПЫТ ПРАКТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ

Идентификация концепта, представляющего собой объект анализа в данной магистерской диссертации, осуществляется в несколько этапов. Соответственно им и структурируется глава 2. На первом этапе (раздел 2.1) из «Списка общеупотребительных слов коммерческого китайского языка» (商务汉语常用词表 *shāngwù hànyǔ chángyòng cíbiǎo*) выделяются 67 лексем, отражающих базовые концепты деловой культуры Китая. С помощью переводных словарей в русском языке выделяются наиболее близкие этим лексемам соответствия (эквиваленты). Далее в парах китайско-русских соответствий проводится сопоставительный компонентный анализ на основании словарных толкований (соответствующие словари см. в Списке использованной литературы).

Компонентный анализ как один из методов исследования смысловой структуры слова широко и успешно применяется в лингвистике. Он направлен на исследование смысловой структуры семемы как одного из компонентов лексического значения и успешно применяется при исследовании различных лексических объединений, возникающих на морфологических основаниях: глаголов, прилагательных, абстрактных и конкретных существительных.

Наиболее продуктивным является компонентный анализ лексико-семантических парадигм (семантических полей, лексико-семантических и тематических групп, синонимических рядов и т. п.).

Смысловые элементы, выделяемые при компонентном анализе, не однородны, а разделяются на смысловые признаки и компоненты, или семы.

В настоящее время нет универсального способа выделения смысловых элементов, и выбор того или иного приема зависит от характера исследуемой

группы слов. Самым распространенным способом является сопоставление словарных дефиниций, поскольку этот прием может использоваться при анализе любой лексики.

Одним из наиболее эффективных направлений компонентного анализа является метод ступенчатой идентификации. В составе лексического значения слова принято выделять сигнификат, денотат и коннотат. Это связано с типами информации, которую несет слово: общую о картине мира, обобщенную о группах предметов с общим признаком и частную информацию об индивидуальном отношении к предмету.

Как следствие, в любом значении слова через толкование выделяются следующие группы сем:

1. Категориально-лексическая сема (КЛС) – самый общий компонент значения слова. По своему содержанию данная сема связана с достаточно общими признаками, характерными для многих предметов, их действий и свойств. Сема родового характера (например, для слова *лошадь* категориально-лексической семой будет ‘одушевленное существо’).

2. Дифференциальная сема (ДС). Дифференциальный признак должен быть выражен в признаках, которые отличают обозначаемый предмет от других предметов того же класса.

3. Коннотативная сема (КС). Сема, выражающая дополнительные содержательные и стилистические значения: эмоциональные, экспрессивные, оценочные

Компоненты могут быть выражены как отдельным словом, так и словосочетанием, при этом чем специфичнее, индивидуальнее компонент, тем сложнее форма его выражения.

Исследуя метод компонентного анализа, лингвисты говорят о том, что его применение дает возможность «четко и полно представить весь объем значений и смысловую структуру языковых единиц, проследить, как происходит изменение данной единицы, и установить смысловые связи

между разными значениями одной единицы, а также между разными единицами» [Гулыга, Шендельс 1969: 12]. Но несмотря на все плюсы данного метода, А. Н. Шрамм считает, что в теории и практике компонентного анализа существует еще множество неясных и дискуссионных вопросов. «Это проблема природы семантического компонента, его содержания и объема, проблема объема лексического значения, вхождения – невхождения в него тех или иных компонентов, проблема выделимости всех семантических компонентов, входящих в структуру семемы, проблема грамматико-семантических парадигм, в пределах которых проводится компонентный анализ, и т. д.» [Цветков 1984].

Тем не менее, хочется отметить продуктивность и востребованность данного метода в современной лингвистике. Например, результат компонентного анализа китайской лексемы «индивидуальность» 个性 (gèxìng) и ее синонимического ряда показывает, что в китайском языке данное слово используется преимущественно для описания произведений искусства, каллиграфии и авторского стиля и относится к творческой сфере жизни человека. Человек использует эту лексическую единицу, когда что-то делает сам и говорит при этом о себе, т. е. когда хочет выразить свои личные переживания, эмоции, чтобы создать что-то новое, выйти за некоторые социальные рамки. Таким образом, мы видим, что представление об индивидуальности в китайской культуре значительно уже, чем в западноевропейской. Другая лексема – 个人 (gèrén) «личность», наоборот, используется в более широком контексте, поскольку описывает как морально-нравственные чувства, так и материальные стороны жизни.

Основное место в нашем исследовании занимает сопоставительный компонентный анализ лексем. Установление основания сопоставления заключается в выборе семантического признака языкового явления, которые позволяют показать эту связь. С помощью компонентного анализа можно исследовать лексические репрезентации культурных концептов. Данный

метод способствует увеличению материала в различных словарях, помогает выявить различия в объеме значения слов с одинаковым семантическим ядром, использующихся в разных языках мира. Сопоставление семантических пространств разных языков дает возможность выделить общечеловеческие универсалии в отражении окружающего мира, а также позволяет увидеть специфическое и национальное в сопоставляемых предметах лингвокультурного исследования.

Первый этап также предполагает сопутствующую идентификацию фразеологических единиц (идиом), в состав которых входят сопоставляемые лексемы.

На втором этапе (раздел 2.2) осуществляется идентификация синонимических рядов для уточнения лексем.

Наконец, в ходе третьего этапа (раздел 2.3) данные, полученные на первых двух этапах уточняются и верифицируются при помощи опроса, проведенного среди представителей китайской лингвокультуры.

На основании собранных данных выстраивается полевая модель анализируемого концепта, включающая ядро, приядерную зону, ближайшую и дальнейшую периферию.

2.1. Сопоставительный компонентный анализ деловой лексики в китайском и русском языках

Основной целью данного этапа исследования является выявление сходств и отличий в семантике китайской и русской деловой лексики. В ходе разбора сопоставлялись семы, выделенные в словарных дефинициях на китайском и русском языках.

Вначале сопоставляются анализируемые единицы в словаре китайского языка «Синхуа» 在线新华字典 [新华词典] и «Толковом словаре русского языка с включением сведений о происхождении слов» под ред.

Н. Ю. Шведовой» [ТСРЯ] (или – при отсутствии толкования – в другом толковом словаре, см. сноску в Приложении), затем выделяются семантические составляющие – определяли категориально-лексическую сему (КЛС), затем выделяются дифференциальные семы (ДС) и там, где это возможно, коннотативные семы (КС).

Далее с помощью словаря идиом «Синхуа» [在线成语词典] выделяются фразеологизмы, в состав которых входят уже рассмотренные нами китайские лексемы. Чтобы раскрыть смысл данных лексем наиболее полно, мы обратились к сопоставительному анализу китайских и русских фразеологизмов, с учетом особенностей двух языков. В китайском языке фразеологизмы (*чэньюу*) имеют огромное значение. Большинство *чэньюу* составляют выражения из классических китайских произведений на *вэньяне* – письменном классическом китайском языке. *Чэньюу* близки русским фразеологизмам, которые принято называть «крылатыми словами». Для понимания *чэньюу* необходим перевод на русский язык их толкования.

На третьем этапе мы рассматривали примеры использования рассматриваемых лексем в деловой сфере.

1. Рассмотрим лексическую пару *商务往来* (*shāngwù wǎnglái*) – *деловые отношения (связи, контакты)* (Приложение 1, таблицы А1-А4).

1.1. Рассмотрим лексическую пару *商务* (*shāngwù*) – *деловые* (Приложение 1, таблицы А1-А2).

В китайском языке слог *商* *shāng* связан с коммерцией (бизнесом).

Семы «знающий дело», «толковый», «дельный» у лексем *商* *shāng* отсутствуют. Поскольку основной акцент падает на слово *务* *wù* «занятие», «стремление», «желание», то данная лексема соответствует русскому «занятый бизнесом», «посвятивший себя бизнесу», «прилагающий усилия в бизнесе». Русское прилагательное *деловой* определяется шире: «занятый делом», «связанный с делом». Таким образом, в китайском языке данная

лексема относится именно к бизнесу, коммерции, а в русском языке слово *деловой* соответствует более широкому понятию и относится не только к коммерческой, но и к любой деятельности.

1.2. Рассмотрим лексическую пару 往来 (*wǎnglái*) – *связи* (Приложение 1, таблицы А3-А4).

В китайском языке слово *связь* означает:

1) кратковременные контакты во время случайных встреч; 2) встречи, связанные с уходом и возвращением; 3) непрерывное взаимодействие (движение в непрерывном цикле). Можно сделать вывод, что это непрерывное, часто повторяющееся действие. В русском языке *связь* указывает не на характер взаимодействия (частоту, непрерывность), но на объект (предмет) связи и на обстоятельство (условие) ее возникновения («возникающая при общении, контактах»). Категориально-лексические семы совпадают. Однако существуют определенные различия в дифференциальных семах.

Лексему 往来 *wǎnglái* часто переводят как глагол – *встречаться, общаться, проводить время*:

你多跟他往来, 才能关系好 (*Nǐ duō gēn tā wǎnglái, cáinéng guānxì hǎo*) – тебе надо почаще с ним общаться, тогда будут хорошие отношения.

Рассмотрим несколько фразеологизмов с лексемой 往来 (*wǎnglái*) из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]. Переведем данные идиомы с помощью «Большого китайско-русского словаря» [БКРС]:

1) 老死不相往来 (*lǎo sǐ bù xiāng wǎng lái*) – до самой смерти не ходить друг к другу (дословно: «старый и не имеет контактов»). Значение фразеологической единицы также можно перевести как «старый и мертвый».

Рассмотрим интерпретацию идиомы: 释义: 指彼此不联系, 不交流情况

Толкование: указывает на отсутствие двухсторонних связей (отсутствие взаимодействия) или отказ от контактов (общения) друг с другом. Данная

идиома имеет отрицательную коннотацию.

2) 鸡犬之声相闻，老死不相往来 (Jī quǎn zhī shēng xiāng wén, lǎosǐ bù xiāng wǎng lái) – (обр.) жить по соседству, но друг к другу ни ногой (дословный перевод: слышать пение петухов и лай собак, но до самой смерти не ходить друг к другу в гости).

Рассмотрим интерпретацию идиомы 释义: 现在形容彼此不了解, 不互通音讯 (xiànzài xíngróng bǐcǐ bù liǎojiě, bù hùtōng yīnxùn)

Толкование: указывает на отсутствие двусторонних связей (отсутствие взаимодействия) или отказ от контактов (общения) друг с другом. Выражение означает, что обе стороны не в состоянии узнать друг друга и указывает на отсутствие общения друг с другом. Данная идиома имеет отрицательную коннотацию.

3) 礼尚往来 (lǐ shàng wǎng lái) – вежливость требует взаимности (дословный перевод: этикет высоко взаимен).

Словарь предлагает сразу несколько вариантов перевода (в этикете ценится взаимность; вежливость требует взаимности; долг платежом красен; отвечать добром на добро; услуга за услугу, на добрый привет добрый и ответ; каков привет, таков и ответ; платить той же монетой; подарок на подарок; не остаться в долгу у кого-то). По мнению автора словаря, наиболее близкое значение у перевода «вежливость требует взаимности».

Рассмотрим интерпретацию идиомы:

释义: 指礼节上应该有来有往。现也指以同样的态度或做法回答对方。

Фраза также относится к тому, чтобы ответить другой стороне таким же отношением или методом. Данная идиома имеет положительную коннотацию, указывающую на правила поведения в обществе.

В соответствии с толкованием можно утверждать, что в русском языке данной идиоме наиболее соответствует выражение «Относись к окружающим так, как хочешь, чтобы относились к тебе».

Таким образом, названные фразеологизмы позволяют сделать вывод, что общественно поощряемыми паттернами поведения является создание контактов, отношений, которые требуют взаимной вежливости.

Примеры использования лексемы 商务往来 (shāngwù wǎnglái) – деловые отношения в основном в сфере бизнеса:

1) 目前有投资项目或有商务往来的外资 (mùqián yǒu tóuzī xiàngmù huò yǒu shāngwù wǎnglái de wàizī) – Иностранные инвесторы, у которых в настоящее время есть инвестиционные проекты или деловые контакты

2) 税仓储及商务往来提供配套服务 (shuì cāngchú jí shāngwù wǎnglái tígōng pèitào fúwù) – Предоставляем комплексную услугу по сопровождению хранения и налогообложения.

3) 广阔的合作开拓前景房地产开 商务往来 (guǎngkuò de hézuò kāità qiánjǐng fángdìchǎn kāi shāngwù wǎnglái) – Широкое сотрудничество, открывающее перспективы для бизнеса в сфере недвижимости.

Таким образом, в китайском языке словосочетание «деловые отношения» также можно перевести как «сотрудничество» или «услуги».

2. Рассмотрим следующую лексическую пару: 商业 shāngyè – торговля, бизнес, коммерция (Приложение 1, таблица А5 – китайская лексема, таблицы А6-А8 – русские эквиваленты).

В «Финансовом словаре русского языка» дается два определения слова *торговля* – в узком и широком смысле [ФСРЯ]. В словарной статье китайского языка дано определение только в широком смысле [新华词典].

В китайском языке слово 商业 (торговля, бизнес, коммерция) имеет три значения, в то время как в русском языке это три отдельных слова. При этом слова *бизнес*, *коммерция* включают в себя понятие *торговля* и имеют более широкое значение.

В лексеме *торговля* КЛС совпадают и обе обозначают «отрасль экономики» (经济部门). Однако существуют определенные различия в

описании дифференциальных сем. Так, в китайском определении указана специализация, уточнено, что она в себя включает, а также назван способ ведения торговли. Дается пояснение: «это экономический мост и связующее звено между производителями и потребителями, промышленностью и сельским хозяйством, городами и селами, областями и регионами». В русском толковании описание специализации отсутствует, однако указан объект – поле деятельности, что по сути одно то же; кроме того, отмечен способ. Поэтому можно сказать, что дифференциальные семы совпадают частично.

3. Рассмотрим следующую лексическую пару: *生意 shēngyì* – *бизнес, коммерция* (Приложение 1, таблицы А9-А10).

Категориально-лексические семы совладают. Дифференциальные семы отсутствуют. Важно отметить, что в китайском языке лексема имеет десять значений в то время как в русском языке одно значение. В главе 1 мы отметили, что лексема *生意 shēngyì* бизнес, коммерция несет в себе важную культурную составляющую, поскольку ассоциируется с жизненной энергией [Очиров 2008].

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой *生意 shēngyì*:

1) *无本生意 (wúběn shēngyì)* – обр. каковы труды, таковы и плоды; без труда не выловишь и рыбку из пруда; как потопаешь, так и полопаешь (no pain, no gain);

2) *生意盎然 (shēngyì àngrán)* – полный жизни (full of energy), буйный, горячий. Данный фразеологизм также можно перевести как *бойкая торговля*.

Поскольку морфема *商 (shāng)* (бизнес, коммерция) имеет для нашего исследования ключевое значение и несет большую смысловую нагрузку, необходимо проанализировать ее отдельно.

4. Рассмотрим морфему *商 (shāng)* – *бизнес, коммерция* в словаре китайского языка «Синхуа» [新华词典].

В таблице 4 мы выделили примеры слов в соответствии с их словарными статьями в три основные группы: 1) связана с деловым взаимодействием (вести переговоры, совместно обсуждать, советоваться, консультироваться, договариваться); 2) торговля, торговое дело, бизнес (торговый мир, коммерческие круги); 3) относится к торговле, бизнесу (купец, магазин, торговый дом, бренд, этикетка).

Таблица 4. Значение морфемы 商(shāng) – бизнес, коммерция





Морфема	商(shāng) – бизнес, коммерция
Примеры	
Первая группа «связана с деловым взаимодействием»	
Словарная статья	两个以上的人在一起计划、讨论 два человек вместе обсуждают, планируют
Примеры из словаря «Синхуа»	商量(shāngliang) консультироваться, совещаться; советоваться, обсуждать; договариваться 商讨 shāngtǎo обсуждать; совещаться, консультироваться 商议 shāngyì обсуждать; совещаться, советоваться 商定 Shāngdìng договориться, условиться; обоюдно назначить (напр. дату); согласовать, прийти к соглашению 商榷 shāngquē обсуждать, дискутировать, спорить о...; выяснять 商酌 shāngzhuó обсуждать, согласовывать, совещаться (с кем-л.) 相商 xiāngshāng советоваться, совместно обсуждать, совещаться; провести переговоры, переговорить 磋商 cuōshāng консультация, совещание; согласовывать (вопрос); консультироваться, совещаться, договариваться 洽商 qiàshāng договариваться, согласовывать; торговые переговоры, вести торговые переговоры; договариваться 协商 xiéshāng совещаться, консультироваться; вести переговоры; согласовывать, договариваться; дружеское соглашение (между группой стран) консультация; консультативный
Вторую группу слов можно перевести как «торговля, торговое дело, бизнес» (сущ.):	
Словарная статья	买卖 mǎimài торговля, купля-продажа, торговое дело 生意 shēngyì бизнес
Примеры из словаря «Синхуа»	商业 shāngyè торговля, бизнес, коммерция 商界 shāngjiè коммерческие круги, торговый мир, купечество, бизнес-сообщество
Третью группу можно объединить как «относящийся к торговле, бизнесу»:	
Словарная статья	古指行商（坐商为“贾”，后泛指做买卖的人，亦用以指从事私营工商业的人）：В древние времена 商 Shāng указывала на принадлежность к купцам (оседлым торговцам), позже относится

	к людям, которые занимаются бизнесом, также относится к занятым в частном производстве и торговле.
Примеры из словаря «Синхуа»	商人 купец 商旅-деловая поездка 商店 Shāngdiàn лавка, магазин; торговый дом, торговое заведение 商品 Shāngpǐn товар, продукт; товарный 商标 Shāngbiāo товарный знак, торговая марка, бренд, этикетка, логотип

Отсюда следует, что иероглиф 商 (shāng) входит во все лексемы, принадлежащие к категории деловой деятельности.

5. Рассмотрим словарную статью о происхождении морфемы 商(shāng) в словаре мастера академической науки древнего Китая² 国学大师 (guóxué dàshī) [国学大师]. Ниже приведем наш перевод:

Таблица 5. Происхождение морфемы 商(shāng) – бизнес, коммерция

Перевод статьи:
<p>“商”(shāng) в торговле означает оценивать или предугадывать. В переносном значении «бизнесмен» или «обсудить». Поэтому в историческом словаре «Шовэнь цзецзы»³ «说文» (пишут: “商” shāng) означает «снаружи узнать, что внутри». Хотя символы надписей на костях оракула немного отличаются, все они используют «» (синь, острый нож), чтобы проникнуть в структуру «» (внутри). В древности к четвертому знаку добавили знак “日”(rì) – «солнце» и он стал обозначать один из 28 знаков зодиака созвездие «Синь» («сердце» БКРС), так пишется 1-2  и 3-4 . Так же, как и стиль писем цзягувэнь⁴ (甲骨文 jiǎgǔwén), обозначает торговлю и еще имеет значение «знак зодиака». Используемые стили писем шовень (说文 shuōwén) и гу-вэнь⁵ (古文 gǔwén); не так сильно отличаются от цзягувэнь (甲骨文 jiǎgǔwén) и цзиньвэнь⁶ (金文 jīnwén). В стиль написания цзиньвэнь 金文 добавили значок «ракушка» (贝), что</p>

² Словарь мастера академической науки древнего Китая 国学大师 (guóxué dàshī, guoxuedashi.com)

³ «Шовэнь цзецзы» – «Происхождение китайских иероглифов», «Объяснение простых и толкование сложных знаков» (первый словарь иероглифов, составленный и упорядоченный по принципу иероглифического «ключа»)

⁴ Цзягувэнь-гадательные надписи на костях и черепаших панцирях (XIV – XI вв. до н. э.)

⁵ Гу-вэнь- древние (чжоуские) письмена (которыми написан один из вариантов канонов)

⁶ Цзиньвэнь – надпись на бронзе (обычно на ритуальных сосудах), один из стилей древнего письма

Из таблицы 5 мы видим, что в древности символ 商 (shāng) означал:

1) оценивать, предугадывать; 2) проникнуть в суть («снаружи узнать, что внутри»); 3) валюта (значок 贝 – «ракушка»); 4) знак зодиака.

В другом словаре древней письменности (Словарь пиктографии 象形字典) описывается история о мудром человеке, чьи потомки основали династию «Шан» и развили торговлю. В этом же словаре дается более подробная информация о причинах изменений в написании иероглифа 商 (shāng) в древности [象形字典].

Таким образом, значение иероглифа 商 (shāng) имеет глубокие культурные корни и связан со способностью проникать в суть вещей, предугадывать. В переносном смысле иероглиф имеет значение «обсуждать». Кроме того, 商 (shāng) означает материальную ценность (贝 – «валюта», «ракушка»). Также мы можем предположить, что иероглиф несет в себе сакральный смысл жизни («日»(rì) – «солнце»), поскольку данный символ входит в знак зодиака «Синь» – «сердце».

Ниже приведен фразеологизм с морфемой 商 (shāng) – бизнес:

兄弟参商 (xiōng dì shēn shāng) – Братья Шэнь и Шан [在线成语词典].

Шэнь и Шан – две звезды, находящиеся на противоположных сторонах неба, сыновья мифического императора Гаосина, враждовавшие между собой; император поселил их в разных созвездиях, чтобы они не могли встретиться; *образно* враждовать, быть не в ладах, особенно о братьях.

Рассмотрим интерпретацию идиомы:

释义: 参商: 参星与商星, 两星不同时在天空出现。比喻兄弟之间有隔阂、不和睦 (shēn shāng: cān xīng yǔ shāng xīng, liǎng xīng bù tóngshí zài tiānkōng chūxiàn. Bǐyù xiōngdì zhī jiān yǒu géhé, bù hé mù).

Толкование: Участие в бизнесе: две звезды не появляются на небе одновременно Метафора отчуждения и дисгармонии между братьями.

Мы видим, что некоторые фразеологизмы в китайском сохранили имена мифических персонажей, героев литературных произведений, известных исторических личностей. Помимо фразеологизмов мифические персонажи также встречаются в примерах словарных статей, что говорит о строго фиксированных правилах и нормах поведения и указывает на склонность к конкретному мышлению.

6. Рассмотрим следующую лексическую пару: 合作 *hézuò* – *сотрудничать, работать вместе* (Приложение 1, таблицы A11-A12).

Лексема 合作 *hézuò* «сотрудничать» состоит в китайском языке из двух слогов.

Первый слог 合 *hé* означает «вместе», второй слог 作 *zuò* означает «делать».

В китайском и русском языке КЛС совпадают («сотрудничать друг с другом» – китайский вариант, «быть сотрудником» – русский вариант). Но при этом в русском языке категориально-лексическая сема включает в себя более широкое понятие действия, деятельности: *работать, действовать, принимать участие, заниматься какой-либо деятельностью* (см. также: [Язовских, Чжэн 2020]).

ДС также совпадают («чтобы сделать что-то или выполнить задачу вместе», «вместе», «совместно с кем-либо»). При этом мы рассмотрели словарную статью в двух разных словарях русского языка (см. таблицу A12), и обратили внимание, что в обоих рассматриваемых нами словарях указывается место сотрудничества (быть сотрудником «какого-либо учреждения или печатного органа», «в газете»).

7. Рассмотрим следующую лексическую пару: 伙伴 (*huǒbàn*) – *партнер* (Приложение 1, таблицы A13-A14).

В китайском варианте «партнер» имеет значение «приятель», «душевный друг», в то время как в русском варианте такого значения нет; в русском варианте *партнер* – это человек, с которым связывают общие дела либо общие интересы. Категориально-лексические и дифференциальные семы не совпадают.

Примеры со словом «партнер» из лингвистического корпуса китайского языка Пекинского университета:

1) 人类天生带有许多先天固有的特性, 其中有一种就是要寻求 伙伴, 与他人结合在一起的倾向。即人生而具有与他人亲和的本能。上下文. Люди рождаются со многими врожденными характеристиками, одна из которых – это склонность искать партнеров и объединяться с другими. Иным словами, человек рождается с инстинктом дружбы.

2) 在日常生活中, 我们只将此阶段的人际关系称为“人际关系”。只有在此水平上, 交际双方才存在一定程度的真正的个人涉入和亲密性。此时, 我们会把自己的交际伙伴看作一个独特的个体, 我们理解并欣赏她(他)内心对世界的主观看法, 彼此在感情、认识和行为上存在一种亲密关系和互动。(букв.: в повседневной жизни мы называем отношения между людьми на этом этапе только «межличностными». Только на этом уровне между двумя сторонами может быть определенная степень реального личного участия и близости. При этом условии мы будем рассматривать нашего партнера по общению как уникальную личность. Мы понимаем и ценим ее (его) внутренний субъективный взгляд на мир, это и есть близкие отношения и взаимодействие друг с другом в чувствах, познании и поведении.)

8. Рассмотрим следующую лексическую пару: *业务关系 yèwù guānxì* – *деловые отношения* (Приложение 1, таблица A15-A19).

8.1. Рассмотрим лексическую пару *业务 yèwù* и *事务 shìwù* – *деловые* (Приложение 1, таблица A15-A17).

В указанных таблицах рассматриваются две китайские лексемы в значении *деловой* (*业务 yèwù*, *事务 shìwù*). Основная нагрузка падает на морфему *务 wù* – дело, заниматься, отдавать силы, стремиться. Словарная статья лексемы *事务 shìwù* относит ее как к простой, так и к сложной работе, к повседневным, к мировым делам. Можно сделать вывод, что она используется в более широком понятии, чем *业务 (yèwù)*, соответственно, ДС у лексемы *事务 (shìwù)* больше, чем у *业务 (yèwù)*. Обе китайские лексемы *业务 yèwù* – *деловые* и *事务 shìwù* – *деловой, дело, занятие* по сравнению с лексемой *商务 (shāngwù)* – *бизнес* имеют более широкое определение и относятся как, и русский эквивалент «деловой», не только к коммерческой, но и к любой деятельности.

8.2. Рассмотрим лексическую пару *关系 guānxì* *отношения* (Приложение 1, таблица A18-A19).

В китайском и русском языке понимание отношений и подходы к их установлению существенно отличаются. В китайской статье из словаря «Синхуа» на передний план выходит иероглиф *人和 (rénhé)*, который можно перевести как «гармония в человеческом обществе», «единство людей» (*人 rén* – человек, *和 hé* – гармония). Данный иероглиф трактуется как *人事和协*; *民心 и 乐人*: *民心 и 乐 (mínxīn héle)* – взаимоотношения между людьми в согласии и сотрудничестве (дружных общих усилиях). И дается пояснение *民心 и 乐 (mínxīn héle)* – народные сердца в радости и гармонии

Пример:

人与人之间团结, 感情融洽 – единство и гармония между людьми

[БКРС].

Таким образом, «кончать дело миром», т. е. договариваться, в Китае считается врожденным свойством человеческой природы. В русском языке отношения – это «связь между кем-нибудь, возникающая при общении,

контактах», при этом характер связи не уточняется. Можно сделать вывод, что в китайском языке понятие «отношений», «связей» имеет ключевое значение во всех социально-экономических взаимодействиях.

Поскольку нам интересна сфера деловых отношений, рассмотрим примеры с словосочетанием *业务关系* – деловые отношения:

1) *考虑到我们的长期业务关系，我们不反对再次与贵方洽谈。*

Принимая во внимание наши долгосрочные деловые отношения, мы не возражаем против новых переговоров.

2) *鉴于你我双方长期的业务关系，我们可以考虑减价。* Учитывая наши давние деловые отношения, мы можем рассмотреть возможность снижения цен.

3) *鉴于我们之间长期的业务关系，我们可以考虑接受你方还盘。*

Учитывая наши долгосрочные деловые отношения, мы можем рассмотреть возможность принятия вашего встречного предложения.

В древнем словаре китайского языка иероглиф 关(guan) – «гуан» означает «дверь», «проход». Смысл метафоры: проход человека в данную дверь и попадание внутрь обеспечивает возможность стать одним из членов группы.

В современной литературе концепция отношения *关系 guānxi* обсуждается в терминах трех тесно связанных элементов: *感情(ganqing)*, *人情(renqing)* и *信任(xinren)*, рассмотренных нами в главе 1. Эти три элемента в совокупности считаются отражающими качество отношений, поэтому, мы рассматриваем данные лексемы как отдельные составляющие (измерения отношений).

Попытаемся определить значения этих слов из словарных статей толкового словаря «Синхуа» и подобрать эквивалент в русском языке.

9. Рассмотрим следующую лексическую пару: *感情 gǎnqíng* – *чувство* (Приложение 1, таблица A20-A21).

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой 感情 (*gǎnqíng*) – чувства (отношения) из словаря идиом «Синхуа» [在线成语词典]. Переведем данную идиому с помощью «Большого китайско-русского словаря» [БКРС]:

感情用事 (*gǎn qíng yòng shì*) – действовать по наитию, поступать по велению чувств.

Рассмотрим интерпретацию данного фразеологизма:

释义:凭个人的爱憎或一时的感情冲动处理事情。

Толкование: Полагаться на личные чувства (отношение, благорасположение) либо временные чувства при улаживании дел.

В русском варианте эквивалентом данного фразеологизма будет «всей душой», «всем сердцем», что означает действовать «безраздельно, всем своим существом».

Рассмотрим словосочетания со словом 感情 (*gǎnqíng*) из статей лингвистического корпуса Пекинского государственного университета [CCL]:

1) 我们过去和现在都对**中国**怀有最真挚的友好的感情,把我们同你们连接在一起的不仅是共同的国界,而且是对中国人民为争取自由、平等并从帝国主义压迫下解放出来而斗争的深厚感情。(букв. У нас были и есть самые искренние дружеские *отношения* с Китаем. То, что связывает нас с вами, – это не только общие границы, но и глубокая *привязанность* к борьбе китайского народа за свободу, равенство и освобождение от империалистического гнета.)

2) 在“差点儿没”出现之前,宋元文献中所见为“几乎不、险不、险些不、争些儿不”清代则以“险些儿不曾”多见。这些否定式的基本语义都跟其相应的肯定式相同,只是增添了一些感情。(букв. До появления словосочетания «почти никогда» в литературе династий Сун и Юань его считали «почти не опасным, почти не вызывающим возражений», а в династии Цин «почти никогда» не было более распространенным выражением. Базовая семантика этих отрицательных выражений такая же,

как и соответствующие им положительные выражения, но с добавлением некоторых эмоций.)

3) *感情应当发自肺腑, 而他只 A 华丽的词藻铺叙场景或事件* (букв. Чувства должны исходить от сердца, и он (поэт) просто использует великолепные слова для описания сцен или событий). Данная лексема имеет положительную коннотацию.

Рассмотрим примеры из словаря китайского языка:

感情好 – хорошие личные отношения;

伤感情 – портить взаимоотношения.

Таким образом, помимо «чувства», «эмоции», лексему *感情* можно перевести как «отношения», «взаимоотношения», «привязанность».

Отсюда явно следует, что деловые отношения, коммуникации в китайском и русском языках существенно отличаются. Иными словами, для того чтобы построить деловые отношения в Китае важен личный контакт, эмпатия. Можно сказать, что *ganqing* отражает уровень социальных отношений между сторонами и относится к степени эмоционального понимания. Данные отношения выстраиваются после определенных социальных взаимодействий, когда, например, люди работают вместе либо давно знают друг друга.

10. Рассмотрим следующую лексическую пару: *人情* – *renqing* *обязательство* (Приложение 1, таблица A22-A23).

Категориально-лексические семы и дифференциальные семы не совпадают.

Следует отметить, что слово *人情* (*renqing*) имеет 19 вариантов перевода в словаре БКРС плюс 2 дополнительных варианта в «Китайско-русском словаре онлайн». Смысл данной лексемы можно раскрыть, если рассмотреть примеры:

– *做个人情* – делать кому-либо нечто приятное;

- 做人情; 予以帮助 – делать одолжение;
- 做个人情 – в знак дружбы;
- 不懂人情的人; 办事缺少灵活性的人 – бестактный человек.

Словарная статья словаря «Синхуа» содержит четыре различных толкования лексемы 人情 (*renqing*). Первое значение, (обычные чувства свойственные человеку), могут быть как в положительной, так и отрицательной коннотации. Для выявления культурной составляющей важно выяснить, в каком случае эксплицируется положительная или отрицательная коннотация.

Лексема 人情(*renqing*) как составная часть отношений 关系 *guānxi* относится к деловому этикету, когда правилами четко задано отвечать взаимностью на услугу. Это является неотъемлемой частью деловых отношений и моральным обязательством по отношению ко второй стороне, нарушить которые означает потерять лицо.

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой 人情 (*renqing*) из «словаря идиом Синхуа».

Переведем идиомы с помощью «Большого китайско-русского словаря» [БКРС]:

1) 风俗人情 (*fēng sú rénqíng*) – обычаи и человеческие чувства;

释义: 指一地相沿而成的风尚、礼节、习惯等

Толкование: относится к моде, этикету, привычкам и т. д., сформированным в одном месте.

2) 不近人情 (*bù jìn rén qíng*) – не достойно человека;

释义: 不合乎人的常情。也指性情或言行怪僻。

Толкование: Не соответствует нормальным чувствам человека. Это также относится к эксцентричному темпераменту или поведению.

Данная идиома отражает отрицательную коннотацию

3) 风土人情 (*fēng tú rén qíng*) местные обычаи;

释义: 一个地方特有的自然环境和风俗、礼节、习惯的总称。

Толкование: общий термин для обозначения уникальной природной среды и обычаев, этикета и привычек места.

4) 人情世故 (rén qíng shì gù) – житейская мудрость, отношения между людьми;

释义: 为人处世的道理。

Толкование: принцип существования в мире (traditional code of conduct; the ways of people; the ways of the world; worldly wisdom) традиционный кодекс поведения; обычаи людей; обычаи мира; мирская мудрость;

5) 人情冷暖 (rén qíng lěng nuǎn) – тепло и холод человеческих отношений, изменение отношений (напр. из-за изменений социального положения).

释义: 指社会上的人情世故; 冷: 冷淡; 暖: 亲热。泛指人情的变化。指在别人得势时就奉承巴结, 失势时就不理不睬。

Толкование: относится к мирским человеческим чувствам в обществе; безразличный и теплый: ласковый. Указывает на изменения. Относится к лести, когда другие получают власть, и игнорировать их, когда они теряют власть.

Три из пяти представленных фразеологизмов относятся к этикету, обычаям и кодексу поведения людей. Одна идиома относится к эксцентричному поведению и имеет отрицательную коннотацию (不近人情 bù jìn rén qíng не достойно человека). И последняя, пятая идиома относится к изменениям в социальных отношениях (дает оценку отношениям, когда кто-то получает власть или теряет ее).

Рассмотрим словосочетания со словом 人情 (renqing) из статей лингвистического корпуса Пекинского государственного университета [CCL]:

1) 这就是说, 一个人如果不懂得管理他人情绪的艺术, 不懂得为他人着想, 不懂得去关心和爱护他人, 并以自己的实际行动去为之做贡献, 那么, 他的

道德境界的提高将永远是一句空话。

Другими словами, если человек в самом деле не понимает искусства управления *человеческими отношениями*, не знает, как заботиться о других, не знает, как заботиться и любить других и использовать свои собственные практические действия, чтобы способствовать им, тогда то, что его добродетель улучшится, пустые слова (образование в области межличностных отношений).

2) 在亲密的血缘社会中商业是不能存在的。这并不是说这种社会不发生交易，而是说他们的交易是以人情来维持的，是相互馈赠的方式。Торговля не может существовать в обществе близкого родства. Это не означает, что в таком обществе нет сделок, но что их сделки поддерживаются *обязательствами*, которые являются взаимными подарками.

Таким образом, при переводе данной лексемы ее относят:

- к человеческим чувствам (симпатия, приязнь; участие; душевная теплота);
- к внешнему проявлению чувств (дарить подарки, отвечать взаимностью, заботится);
- к правилам (нормам) поведения, этикету, обычаям и кодексу поведения (нести обязательство, брать ответственность).

По мнению автора, с точки зрения изучения деловой лексики в русском языке для перевода данного значения больше подходит перевод «обязательство», «нести обязательство» или «правило ответить взаимностью». Также следует отметить, что *人情* (*rénqíng*) состоит из двух частей – взаимности и эмпатии (заботы друг о друге), что поддерживается через обмен услугами. Как сказано в словарной статье, *人情* (*rénqíng*) относится к этикетным нормам правил общественного поведения. Тогда в русском языке наиболее близким эквивалентом данных фразеологических единиц будет «долг платежом красен».

Таким образом, можно предположить, что без указанной нормы взаимности в китайском обществе сложно сохранить отношения.

11. Рассмотрим следующую лексическую пару: *信任 (xinren)* – *доверие* (Приложение 1, таблица A24-A25).

Категориально-лексические семы в китайском и русском языке совпадают, но в словарной статье русского языка дано больше примеров со словом *доверие*, чем в словарной статье китайского языка. При этом девятый пункт китайской словарной статьи ссылается на конфуцианский принцип пяти постоянств или пяти добродетелей, который несет в себе важнейшую культурную составляющую. Иероглиф *信 (xin)* можно перевести как «искренность», «доброе намерение», «непринужденность», «добросовестность». Это понятие является одним из пяти постоянств праведного человека, которые неотделимы друг от друга. Нравственные обязанности каждого человека становятся делом воспитания, образования и культуры. Названные понятия в конфуцианстве являются единым целым и входят в содержание категории *文(wen)*, которую можно истолковать как «культурный смысл человеческого бытия», «воспитанность». Искренность *信 (xin)* уравнивает *礼 (li)* ритуал (в котором материализуются нравственные обязанности), предупреждая лицемерие. Отсюда можно сделать вывод, что доверять в Китае можно человеку, который соблюдает принципы пяти постоянств, чтит правила (ритуал) и искренен в своих действиях.

12. Рассмотрим следующую лексическую пару: *战略管理 zhànlüè guǎnlǐ* – *стратегическое управление* (Приложение 1, таблица A26-A29).

12.1. Рассмотрим лексическую пару *战略 zhànlüè* – *стратегия* (Приложение 1, таблица A26-A27).

Как показывает таблица 31, словарная статья китайского словаря «Синхуа» содержит два толкования лексемы *战略 (zhànlüè)* *стратегия*.

Первое значение относится к ведению войны, второе – к планам страны и политических партий, которые реализуются стратегическими средствами.

Категориально-лексические семы в китайском и русском языке совпадают, но в словарной статье русского языка даны три значения лексемы. Значение «наука о ведении войны, искусство ведения войны» в китайском языке отсутствует, хотя перевод первого значения – «общее положение ведения военных расчетов и планов» – указывает на широкий характер применения данной лексемы прежде всего в военной сфере, что подтверждают дифференциальные семы. При этом примеры в русском языке связаны не только с военной, но и с мирной тематикой: «стратегия научного поиска», стратегический план», «стратегические резервы». Это не означает, что лексема «стратегия» в китайском языке относится только к военным действиям. Как мы знаем из книг «Искусство войны» и «Стратагемы», она также широко используется в сфере бизнеса и управления, поскольку они построены на принципах военных действий.

Примеры использования 战略 (zhànlüè) в китайском языке из лингвистического корпуса Пекинского государственного университета [CCL]:

1) *这种重视战略管理的途径通过将结果与资源分配尤其是与项目预算的结合，促进了资源的更好利用。* Такой подход к стратегическому управлению способствует лучшему использованию ресурсов за счет объединения результатов с распределением ресурсов, особенно бюджетов проектов.

2) *新公共管理》运动中所采用的项目预算、业绩评估、战略管理、顾客至上、结果控制、合同雇佣制、绩效工资制、人力资源开发和组织发展等原则或措施均主要来自于私人部门的管理实践。* Принципы или меры, принятые в движении «Новое государственное управление», такие как составление бюджета проекта, оценка эффективности, стратегическое управление, клиент ориентированность, контроль результатов, система найма

по контракту, система оплаты труда, развитие человеческих ресурсов и организационное развитие, в основном, из частного сектора.

В обоих примерах используется словосочетание *战略管理* (Zhànlüè guǎnlǐ) – стратегическое управление (или стратегический менеджмент).

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой *战略* (zhànlüè) из «Словаря идиом Синхуа».

Всего в словаре чэньюи представлено 20 фразеологизмов, рассмотрим некоторые из них. Переведем их с помощью «Большого китайско-русского словаря» [БКРС]:

各自为战 (gè zì wéi zhàn) – сражаться друг с другом.

释义: 指各自独立行战

Толкование: относится к самостоятельной борьбе.

Все идиомы связаны с войной и военными действиями.

12.2. Рассмотрим лексическую пару *管理* *guǎnlǐ* – *управление* (Приложение 1, таблица A28-A29).

Категориально-лексические и дифференциальные семы не совпадают.

Примеры использования лексемы *管理* *guǎnlǐ*:

- 1) *管理效益* *guǎnlǐ xiàoyì* – эффективность управления;
- 2) *管理者* *guǎnlǐzhě* – менеджер, управляющий.

Так же, как и в глаголе, здесь следует обратить внимание на морфему *理*(lǐ), которая очень важна в китайском языке и содержит основной смысл слова. Как глагол морфеме *理* (lǐ) можно перевести *управлять, приводить в порядок, ведать (делами)*. Как существительное – *справедливость, разумность, правда, истина, причина, основание, естество, сущность, природа (вещей), закон, принцип, естественная наука*.

В словарной статье морфема *理* (lǐ) толкуется как *фактура и порядок самого материального мира (объективной реальности), порядок сам по себе*:

склад ума, текстура. порядок (система, стройность). логика вещей (суть дела).

Примеры использования морфемы *理 lǐ*:

1) 处理事情 (chǔlǐ shìqíng) – уладить дела; решать вопросы;

2) 为人处世的道理 (wéirén chǔshì de dàolǐ) – принцип существования в мире;

3) 人之通常的心情事理 (rén zhī tōngcháng de xīnqíng shìlǐ) – правила общения, условности человеческих отношений;

4) 关系管理的艺术 (guānxì guǎnlǐ de yìshù) – искусство управления человеческими отношениями;

5) 办理 (bànlǐ) – вести дела, сопровождать сделку;

6) 心理 (xīnlǐ) – психика; умонастроение; склад ума; менталитет; душевная (нервная) деятельность;

7) 不理不睬 (bùlǐbùcǎi) – проявлять полнейшее равнодушие, совершенно не принимать во внимание.

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой *管理 guǎnlǐ* из словаря идиом «Синхуа» [在线成语词典]. Переведем данную идиому с помощью «Большого китайско-русского словаря» [БКРС]:

1) 不怕官，只怕管 (bù pà guān, zhǐ pà guǎn) – не боятся чиновников, боятся только своего непосредственного руководства;

释义:指直接管的人要比官更有权威。也指在人管辖之下，一切只能听命于他。

Толкование: Указывает на прямое подчинение человеку, сравнивая его с высокопоставленным чиновником.

2) 吃粮不管事 (chī liáng bù guǎn shì) – забирает деньги, но не делает работу (безответственный);

释义:只拿钱不做事。比喻工作不负责。

Толкование: Просто получал деньги и не работал. Образно говоря – не оправдал ожиданий на работе.

3) 不管不顾 (bùguǎn bùgù) – ни капельки внимания (не обращает внимание, не заботиться);

释义:指对人不照料, 也指举动莽撞, 不顾别人。

Толкование: Указывает на человека, который не ведает делами и также указывает на грубое поведение, когда человек не обращает внимание на других.

Данные идиомы содержат отрицательную коннотацию.

13. Рассмотрим следующую лексическую пару: 处理 *chǔlǐ* – упорядочить, управлять, вести дела (Приложение 1, таблица А30-А31).

В китайско-русском словаре дано несколько вариантов перевода данного слова. Если в китайском языке это один глагол, то в русском языке это отдельные глаголы с различными смысловыми оттенками: *заведовать, вести, ведать, распоряжаться; управлять, решать, разрешать (напр. вопросы, проблемы); разбирать (напр. конфликт); приводить в порядок, налаживать, устраивать, улаживать, действовать (по данному делу), принимать меры; исполнять, распродавать (по сниженным ценам), обрабатывать, манипулирование, вести переговоры (о заключении договора).*

Рассмотрим несколько примеров из китайско-русского словаря:

1) в значении технического термина *обрабатывать*:

- 机器出错处理程序 – программа обработки машинных ошибок;
- 表面处理过程 – процесс обработки поверхности;

2) в значении *очистка (очистка)*:

污水处理 – очистка сточных вод;

3) в значении *перерабатывать (переработка)*:

综合处理 – комплексная переработка;

4) в значении *утилизировать (утилизация)*:

垃圾综合处理 – комплексная утилизация мусора;

5) в значении *разрешить* (конфликт):

正确处理人民内部矛盾 – правильно разрешить противоречия внутри народа;

6) в значении *регулировать* (регулирование):

中华人民共和国企业劳动争议处理条例 – положения КНР о регулировании трудовых споров на предприятиях;

7) в значении *разбираться*:

需要严肃处理 – требовать строгого разбирательства;

8) в значении *решать* (решение):

中美两国应该从战略的高度和长远的角度审视和处理中美关系, 牢牢把握两国关系的大局, 不断增进相互的了解和 – Китай и США должны подходить к решению вопроса о своих двусторонних отношениях с точки зрения долгосрочных отношений;

9) в значении *управлять*:

处理硬件事件 – управление процессами в оборудовании.

Следует отметить, что, если лексема обозначается системой из нескольких понятий, это говорит о ее важности в китайской культуре. Несмотря на многообразие значений лексемы, их можно объединить с помощью глагола *упорядочить*. Тогда частично совпадут категориально-лексические семы. Глагол *упорядочить* выбран еще потому, что традиционный китайский менталитет сосредоточен на упорядоченности, а в нашем случае это имеет отражение в языке, поскольку основной смысловой акцент падает на морфему *理* lǐ – *логика вещей (суть дела), порядок сам по себе*.

14. Рассмотрим следующую лексическую пару: *垂询* *chuíxún* – *спросить* (Приложение 1, таблица А32-А35).

В соответствии с особенностью китайской деловой коммуникации глагол 垂询 *chuíxún* относится к жанру китайского делового дискурса обращения вышестоящего к нижестоящему 下行 *xiàxíng*⁷ (приложение 1, таблица 72). Следует обратить внимание, что в Китайско-русском словаре данная лексема переводится как «соблаговолить спросить»; «удостоить вопросом»; «проявлять интерес к младшему» [КРС]. Поэтому для сопоставления данного глагола в русском языке были взяты глаголы *соблаговолить*, *удостоить*, а также добавлен глагол *снизойти (до расспросов)*.

Анализ словарных статей русского языка показал, что глагол «удостоить» (устар. и ирон.) в основном употребляется с лексемами *вниманием*, *взглядом*, и *не удостоил ответом* в отрицании. Глагол *соблаговолить* (устар.) употребляется с глаголами действия *повиноваться*, *встать*, *поужинать* и *не соблаговолил ответить* в отрицании. При этом глагол *соблаговолить* с глаголом *спросить* не употребляется. Таким образом, глаголы *соблаговолить* и *удостоить* употребляются с определенными глаголами действия, но сочетание с глаголом *спросить* (*соблаговолить спросить*, *удостоить вопросом*) обычно не используются. Что касается глагола *снизойти (до расспросов)*, КЛС частично совпадают (*благосклонно*, *но свысока удостоить своим вниманием* – китайский вариант; *соблаговолить спросить* – русский вариант). ДС не совпадают, так как в китайском языке уточняется, что задает вопрос именно старший коммуникант (по возрасту или положению), а в русском языке такого значения нет.

В современной китайской деловой коммуникации клиент ставится на место старшего по положению, поэтому используется глагол 垂询 (*chuíxún*) (спрашивать старшему по положению). Когда сотрудники компании звонят

⁷ Два других жанра- это 上行(*shàngxíng*) -обращение нижестоящего к вышестоящему и 平行(*pingxíng*), когда статусы коммуникантов равны.

клиентам, используется фраза 欢迎客户来电垂询 – букв. *приветствуем клиентов задавать вопросы*.

Можно сделать вывод, что для лексемы 垂询 (*chuíxún*) наиболее близким по значению в русском языке является глагол *спросить* (до *расспросов*) (приложение 1, таблица 73).

15. Рассмотрим следующую лексическую пару: 次品 *cìpǐn* – *второсортный товар*. (Приложение 1, таблица А36-А37).

В русском языке аффиксоид *второ-* означает ‘относящийся к чему-нибудь второму по счету, не самый лучший’. В китайском языке определение обозначено более четко: «некачественная вещь либо продукция низкого качества, не отвечающая установленным критериям (нормам, стандартам)».

Пример:

处理品 *chǔlǐpǐn* – *уцененные товары; залежавшиеся товары, требующие реализации; товарные остатки*.

16. Рассмотрим следующую лексическую пару: 出席 *chūxí* – *присутствовать (на собрании)* (Приложение 1, таблица А38-А39).

В русском языке лексема имеет тот же корень, что и в слове *сущий*, в китайском языке основной смысл падает на морфему 出 (*chū*) – *появляться, оказываться налицо, встречаться*. Категориально-лексические семы совпадают. Дифференциальная сема ДС1 в русском языке указана в более широком смысле (*где-нибудь*), а в китайском связана с конкретным местом: *обычно относится к занятию места при посещении собрания* (морфема 席 *xí* – место). Дифференциальная сема ДС2 в русском языке указывает на время в общем (*в какое-нибудь время*), в китайском языке указание времени отсутствует (см. также: [Гасымзаде, Бортников 2015]).

17. Рассмотрим следующую лексическую пару: 创办 – *chuàngbàn* – *учредить* (Приложение 1, таблица А40-А41).

Категориально-лексические семы частично совпадают (смысловое совпадение): в русском языке *основать, создать*, в китайском языке – *положить начало, начинать организовывать, начинать устраивать*.

18. Рассмотрим следующую лексическую пару: *负担 fūdān* – *накладные расходы* (Приложение 1, таблица А42-А43).

В деловой лексике данная лексема переводится как «накладные расходы». Категориально-лексические семы совпадают, но следует отметить, что в китайском языке существует еще несколько категориально-лексических сем, поскольку у данной лексемы имеются и другие варианты перевода. В качестве существительного лексема переводится как *ответственность, обязанность, ноша, бремя, тяготы (налоговые)*. В качестве глагола лексема переводится как *нести на спине; нести на плечах; обременять*.

В русском варианте наибольшее значение для точности определения «накладные расходы» имеет первая ДС. Она подчеркивает, что это *дополнительные к основным затратам расходы*. Вторая и третья ДС также уточняют сущность данного определения.

19. Рассмотрим следующую лексическую пару: *改革 gǎigé* – *реформировать* (Приложение 1, таблица А44-А45).

Категориально-лексические семы совпадают (*преобразовать*). Дифференциальные семы не совпадают, хотя и в китайском, и в русском языке первая ДС указывает на объект, а вторая – на условие. В китайском варианте в качестве объекта выступают *старые и нерациональные части вещей*. В русском варианте это область *государственной, экономической и политической жизни* либо *переустройство чего-нибудь* во втором, более широком значении. Вторая дифференциальная сема в китайском языке указывает на условие адаптации: *которые могут адаптироваться к объективным условиям*. Вторая дифференциальная сема в русском языке уточняет ширину преобразований: *не касающееся основ существующего социального строя*.

20. Рассмотрим следующую лексическую пару: 改进 gǎijìn – *улучшать* (Приложение 1, таблица А406-А47).

Категориально-лексические семы не совпадают. В китайском варианте это *изменить старую ситуацию и добиться некоторого прогресса*, т. е. 进步 (jìnbù) *прогресс* или *движение вперед* достигается путем *изменения старой ситуации*. У русской лексемы КЛС – *сделать хорошим* (или в форме сравнительной степени: *сделать лучше*). Также данную лексему можно перевести как *совершенствовать* или *усовершенствовать*.

Пример: 改进书法 – *улучшить каллиграфию*.

21. Рассмотрим следующую лексическую пару: 工厂 gōngchǎng – *фабрика, завод* (Приложение 1, таблица А48-А50).

Категориально-лексические семы частично совпадают: *организация, непосредственно занимающаяся промышленным производством*, у китайской лексемы и *промышленное предприятие* у русской. Дифференциальные семы также частично совпадают: *обычно включает разные мастерские* у китайского слова, и *с механизированными процессами производства* у русского соответствия.

22. Рассмотрим следующую лексическую пару: 旺市 wàng shì – *оживленный рынок* (Приложение 1, таблица А51-А53).

В русском языке нет лексемы, отражающей китайское понятие «оживленный рынок». Английское значение *оживленный рынок* (*buoyant*) не подходит по смыслу, так как означает *рынок, на котором цены имеют сильную тенденцию к росту*, но об этом не говорится в китайском варианте толкования лексемы. Наиболее близкое по значению – слово *ярмарка*, которая также является *сезонной распродажей*. Хотя в китайской словарной статье *сезонность* не упоминается, можно судить об этом по ДС, уточняющей время проведения – *праздник Весенний фестиваль*. Также одно из значений морфемы 旺 (wàng) – 旺季 (wàng jì) переводится как *пик сезона*.

23. Рассмотрим следующую лексическую пару: 保税区 *bǎoshuìqū* – зона свободной торговли (Приложение 1, таблица А54-А55).

Лексема 保税区 *bǎoshuìqū* относится к специальным терминам. Хотя по своему характеру зона экспортной обработки в Китае аналогична той, что существует в других странах, словарные статьи несколько отличаются. Категориально-лексическая сема совпадает, дифференциальные семы не совпадают.

24. Рассмотрим следующую лексическую пару: 消耗 *xiāohào* – тратить (Приложение 1, таблица А56-А57).

Как и в русском языке, в китайском лексема 消耗 *xiāohào* *тратить* чаще всего употребляется в экономической сфере, когда речь идет о затратах, связанных с себестоимостью продукции (на материалы, оплату труда, услуги, амортизационные отчисления):

– 材料消耗定额的控制以达到控制产品成本的目的 – контроль норм расхода материалов с целью контроля себестоимости продукции;

– 高水平的管理，可以用较少的投入和消耗，获得更多的产出，以满足人们日益增长的物质和文化生活的需要 – высшее руководство может использовать меньше ресурсов и *потребления*, чтобы получить больше продукции для удовлетворения растущих материальных и культурных потребностей людей.

Лексема также используется, когда речь идет либо о потреблении ресурсов энергии, либо об их потере или полном истощении (например, в случае бедствий):

– 无法避免的资源消耗和资源枯竭，都迫使我们重新审视我们的工业化和近代科学遗产。 неизбежное *потребление* ресурсов и их истощение заставили нас пересмотреть нашу индустриализацию и современное научное наследие.

– 能量消耗 – *потребление* энергии;

– 时间的消耗 – потеря времени;
– 消耗功 – затраченная работа, потерянная работа;
– 在参加世界大战这一时间段内, 更何况是革命运动不断地消耗着国家的力量 – в период участия в мировой войне, не говоря уже о революционном движении, постоянно *истощалась* мощь страны.

В китайском языке лексема используется, когда предметы, ресурсы или физическая сила изнашиваются или уменьшаются либо из-за частого использования, либо под воздействием внешних факторов. На русский язык данное слово можно перевести глаголом (*тратить*) либо существительными *затраты, расходы, потребление, потеря, истощение*.

Категориально-лексическая сема совпадает, дифференциальные семы не совпадают.

25. Рассмотрим следующую лексическую пару: 花费 (*huāfèi*) – *тратить* (Приложение 1, таблица А58-А60).

Данная лексема используется как в русском, так и в китайском языке с такими словосочетаниями, как:

- 花费很大 – *тратить* много денег;
- 消耗时间 – 花费时间 *тратить* время;
- 花费很多力量 – *тратить* массу сил [КРС].

В качестве существительного переводится на русский язык лексемой *стоимость*:

估计这项工程花费了 57 万元。 По оценкам, стоимость этого проекта составила 570 000 юаней.

Лексемы 消耗 *xiāohào* и 花费 *huāfèi* синонимичны друг другу. Первая лексема используется, когда говорят об издержках производства и отнесении их на себестоимость. Вторая – когда речь идет о деньгах: 他花费了将近一百卢布 – он истратил почти сто рублей.

Необходимо отметить, что самоограничение и избегание бессмысленных трат остаются основными культурными ценностями и приоритетами деловой культуры.

Для сопоставления китайской лексемы 花费 *huāfèi* в русском языке были рассмотрены два глагола: *тратить* и *расходовать*. Категориально-лексические семы рассмотренных лексем совпадают. Дифференциальные семы не совпадают. В китайском варианте ДС – *деньги*, в русском варианте ДС глагола *тратить* уточняет способ: *употребляя на что-нибудь, производя затраты*. Глагол *расходовать* также уточняет способ – *употребляя на что-нибудь*, и цель – *для своей работы, для движения*.

26. Рассмотрим следующую лексическую пару: 民间资本 (*mínjiān zīběn*) – частный капитал (Приложение 1, таблица А61-А64).

26.1. Рассмотрим лексическую пару 民 *mín* – частный (Приложение 1, таблица А61-А62).

В китайском варианте морфема 民 (*mín*) (дословный перевод *народный*), в данном словосочетании означает *частный*, то. е. капитал, принадлежащий физическим лицам, народу, а значит, *негосударственный (неправительственный)* капитал. А в русском языке *народный* означает *государственный*, т. е. *всеобщий, общественный*.

Таким образом, в китайском языке лексема *народный* синонимична лексеме *частный*, поэтому категориально-лексические семы совпадают, дифференциальные семы в китайском варианте отсутствуют.

26.2. Рассмотрим лексическую пару 资本 *zīběn* – капитал (Приложение 1, таблица А63-А64).

Категориально-лексическая сема совпадает, дифференциальная сема (ДС1) также совпадает, поскольку речь идет о получении прибавочной стоимости.

При этом дифференциальная сема (ДС2) в китайском языке дает пояснение *условия превращения денег в капитал*, которое отсутствует в русском языке.

В результате частичное совпадение дифференциальных сем происходит на уровне ДС2 в русском языке и ДС3 в китайском языке.

Примечательно, что в пояснении дифференциальной семы ДС2 китайского языка говорится о том, что *«деньги или средства производства не являются капиталом сами по себе»*, а в «Толковом словаре русского языка под ред. Н. Ю. Шведовой лексема *капитал* трактуется во втором значении как *деньги, большая сумма денег* (мн.) с примером: *купил бы, да капиталов не хватает* (разг.) [ТСРЯ 2011: 322]. Таким образом, в русском языке лексема *капитал* может иметь разные значения в зависимости от области применения (экономика, бытовая сфера) и стиля речи (разговорный, официально деловой стиль).

27. Рассмотрим следующую лексическую пару: *价格(jiàgé)* – *цена* (Приложение 1, таблица А65-А66).

Категориально-лексические семы совпадают, ДС не совпадают.

В русском языке лексема *цена* используется в переносном значении *набить себе цену* (разг. неодобр.) *возвысить себя во мнении других*. В китайском языке также есть подобное выражение, только вместо лексемы *цена* используется другая лексема – *цена человека 身价(shēnjià)*, которую можно также перевести как *социальный статус*:

抬高自己的身价(tái gāo zìjǐ de shēnjià) – *набить себе цену*.

В русском языке есть выражение *знать себе цену*, которое в китайском языке будет звучать как *高抬自己(gāo tái zìjǐ)* – *высоко ценить (ставить) самого себя, 自贵(zì guì)* *высоко ценить самого себя, держаться горделиво*.

В данных выражениях лексема *价格jiàgé* – *цена* не используется.

Приведенные выражения имеют отрицательную коннотацию.

Русскому выражению «цены нет» в значении «очень ценен», «очень хорош» по отношению к человеку будет соответствовать выражение 亲爱的 (qīn'ài de) дорогой (любимый) или 珍贵的 (zhēnguì de) – дорогой (драгоценный).

Выражению *ценой больших усилий* в китайском языке соответствует выражение 经过痛苦得到 (jīngguò tòngkǔ dédào) – букв. *добиться ценой страдания*.

Также в китайском языке есть выражение, которое в русском языке отсутствует:

苟偷(gǒutōu) – любой ценой добиваться спокойствия на ближайший час, жить беспечно (легкомысленно).

Данное выражение имеет отрицательную коннотацию.

28. Рассмотрим следующую лексическую пару: 盈利 (yínglì) – *выгода* (Приложение 1, таблица А67-А68).

Морфема 利 lì – польза, выгода имеет важное культурное значение как одна из основных ценностей китайской деловой культуры (价值体系 jiàzhí tǐxì), поскольку ориентироваться на получение прибыли является правильным поведением делового человека. В словаре «Синхуа» [新华词典] морфема толкуется как 从事生产、交易、货款、储蓄所得超过本钱的收获: 利息。利率, что можно перевести как *результат, полученный от производства, торговли, оплаты товаров и сбережений, превышающих капитал: проценты, процентная ставка*.

Категориально-лексические семы совпадают, а дифференциальные нет, поскольку в китайском варианте дано уточнение, а в русском – примеры.

Примеры использования данной лексемы:

- 有盈利的生产 – прибыльное производство;
- 追求盈利目的 – преследовать цель извлечения прибыли.

Мы считаем, что данная лексема имеет положительную коннотацию, так как стремление к прибыли является нормой, общественно поощряемым паттерном поведения.

29. Рассмотрим следующую лексическую пару: 利润 (*lìrùn*) – *прибыль* (Приложение 1, таблица А69-А70).

Категориально-лексическая сема совпадает, дифференциальная сема, хотя в обоих случаях уточняет КЛС, не совпадает. В китайском языке лексема трактуется как *деньги, полученные от хозяйственной деятельности* (经营工商业等赚的钱). В русском языке дается более четкое определение, отражающее физический смысл возникновения прибыли: «сумма, на которую доход, выручка превышает затраты на экономическую деятельность, на производство товара», или «прибавление, увеличение, приращение чего-нибудь». Следует отметить, что более точное и полное определение лексемы *прибыль* в китайском языке заключено в морфеме 利 *lì* – *польза, выгода*. Именно оно соответствует определению слова в русском языке.

30. Рассмотрим следующую лексическую пару: 红利 (*hónglì*) – дивиденды (Приложение 1, таблица А71-А72).

Категориально-лексические семы и первая дифференциальная сема совпадают, а вторая дифференциальная сема не совпадает. Следует отметить, что морфема 红 *hóng* – красный играет особую роль, поскольку этот цвет являлся символом императорской власти (значение морфемы 红 *hóng* переведено в приложении 1 таблице А71). Например, Цзяоэр (популярный среди зрителей актер) обозначен как 红人 *hóngren* – красный, т. е. *популярный человек*, вызывающий у людей доверие. Лексема 分红 *fēn hóng* означает *распределять красное*, т. е. *дивиденды*.

31. Рассмотрим следующую лексическую пару: 签字 (*qiānzì*) – *расписаться (в документе), подписать* (Приложение 1, таблица А73-А74).

Категориально-лексические семы у китайского и русского слов совпадают, дифференциальные семы также совпадают, поскольку речь идет о действии.

32. Рассмотрим следующую лексическую пару: 清查 *qīngchá* – (тщательная) проверка, (детальная) ревизия (Приложение 1, таблица А75-А76).

Категориально-лексическая сема совпадает, так как глаголы *проверить* и *обследовать* являются синонимами, при этом дифференциальные семы не совпадают. Дифференциальная сема в китайском языке указывает на качество проверки: *всесторонне*. В русском языке дифференциальная схема указывает на цель: *для установления правильности и законности действия*.

33. Рассмотрим следующую лексическую пару: 清理 *qīnglǐ* – *наводит порядок, упорядочивать* (Приложение 1, таблица А77-А78).

Категориально-лексические семы совпадают, первая дифференциальная сема у русского и китайского слов не совпадает. В китайском языке дифференциальная схема указывает на качество проверки: *тщательно*. Согласно словарной статье помимо *наводит порядок, упорядочивать* лексема 清理 *qīnglǐ* переводится как *узнать логику вещей, понять суть дела*.

34. Рассмотрим следующую лексическую пару: 清单 *qīngdān* – *перечень, ведомость* (Приложение 1, таблица А79-А80).

Категориально-лексические семы совпадают (*список*). Дифференциальные семы также имеют смысловое совпадение: *где подробно зарегистрирована связанная информация в китайском языке и учитываемых предметов* в русском языке.

35. Рассмотрим следующую лексическую пару: 请客 *qǐngkè* – *пригласить гостей, устроить прием, угостить, развлечь* (Приложение 1, таблица А81-А85).

В китайском языке глаголы *пригласить гостей, устроить прием, угощать, развлекать* обозначается одним словом, это значит, что прием гостей неразрывно связан с угощением, развлечением. В русском языке это отдельные глаголы, при этом больше всего по смыслу подходит глагол *угостить*, у которого в русском языке есть также переносное значение. В русском языке глагол *пригласить* может быть также использован в значении «попросить выполнить какую-нибудь работу», «пригласить на работу». Категориально-лексические и первые дифференциальные семы частично совпадают.

36. Рассмотрим следующую лексическую пару: 庆祝 qìngzhù – *праздновать, справлять праздник* (Приложение 1, таблица А86-А87).

В китайском языке у данной лексемы есть синонимы, позволяющие в полной мере раскрыть смысл слова:

- 庆贺 (qìnghè) – праздновать, радоваться, ликовать, поздравлять;
- 庆祝 (qìngzhù) – праздновать, отмечать;
- 祝贺 (zhùhè) – поздравлять, приветствовать, приносить поздравление;
- 为了对...表示尊敬 (或祝贺, 庆贺, 纪念...) wèile duì...biǎoshì zūnjìng (huò zhùhè, qìnghè, jìniàn...) – в честь кого-чего.

Категориально-лексические семы китайского слова и русского аналога частично совпадают, дифференциальные семы в китайском варианте отсутствуют.

37. Рассмотрим следующую лексическую пару: 趋势 qūshì – *тенденция, тренд; стремление* (Приложение 1, таблица А88-А89).

В китайском языке лексема 趋势 qūshì имеет два значения: *тенденция* и *заискивать перед сильным мира сего*. В русской словарной статье дается три значения, из которых с китайским вариантом совпадает только одно значение *направление развития, склонность, стремление*. Его-то мы и сопоставим с

китайским вариантом. Категориально-лексические семы совпадают, дифференциальные семы не совпадают.

Пример: 趋奉权势 (qūfèng quánshì) – льнуть к сильным мира сего.

Следует обратить внимание, что значение «тенденция к власти (льнуть к сильным мира сего)» у данной лексемы есть только в китайском варианте.

38. Рассмотрим следующую лексическую пару: 取款 qǔkuǎn – *забирать деньги из банка, снимать деньги со счета* (Приложение 1, таблица А90-А91).

Категориально-лексические семы совпадают, дифференциальные семы также совпадают, поскольку: *наличные* и *сумма на кредите* являются синонимами.

39. Рассмотрим следующую лексическую пару: 全球化 *quánqíúhuà* – глобализация (Приложение 1, таблица А92-А93).

Следует обратить внимание на суффикс 化 (huà) в китайском языке 使成为, 使变成 (является аналогом -ize; -ify английского языка) – *用在名词或形容词后面, 以构成动词。如: 绿化; 电气化; 现代化*. Используется после существительного или прилагательного для образования глагола *стать глобальным*.

Поскольку примеры в китайской словарной статье отсутствуют, рассмотрим примеры из «Большого китайско-русского словаря», приведенные ниже [БКРС]:

- *中国经济全球化进程* – глобализация экономики Китая;
- *全球运输和贸易便利化伙伴关系* – глобальное партнерство за содействие развитию транспорта и торговли.

Конфуцианские мысли легли в основу стратегии Поднебесной о глобальном управлении и международных отношениях. «Сообщество единой судьбы человечества» тесно связано с такими конфуцианскими концепциями, как «гармония – наивысшая ценность» (和为贵), «великое единение» (世

界大同) и «гармония между небом и человеком» (天人合一) . Конфуций понимает мир как единую большую семью. Истоки концепции лежат в древних идеях Поднебесной о ее гармоничных отношениях с другими странами, взаимовыгодном сотрудничестве, обеспечении мира, развития, безопасности и стабильности государств, регионов и в мире в целом [Бояркина, Печерица 2019: 69].

Категориально-лексические семы двух эквивалентов частично совпадают. На наш взгляд, в китайском языке лексема используется в более широком значении, поскольку, в соответствии с древними идеями Поднебесной о ее гармоничных отношениях с другими странами данная концепция стремится к объединению всего мира под одной крышей.

40. Рассмотрим следующую лексическую пару: 权力 *quánlì* – *власть* (Приложение 1, таблица А94-А95).

В соответствии со значением морфемам в китайском языке данную лексему можно перевести как «власть и могущество», «власть и сила». В китайской словарной статье *власть* – это «отношение к лидерству и доминированию в сфере ответственности», а в русском варианте к власти относят «государственное управление, его организацию и его политическое господство» либо «лиц, облеченных правительственными, административными полномочиями». Категориально-лексическая сема не совпадает. Дифференциальные семы (примеры) в китайском варианте отсутствуют.

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой 权力 (*quánlì*) из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]. Переведем данные идиомы с помощью «Большого китайско-русского словаря» [БКРС]:

1) 滥用职权 (*làn yòng zhí quán*) – Злоупотребление служебным положением и властью.

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 指过分地或非法地行使自己掌握的权力。

Толкование: указывает на чрезмерное, а также незаконное использование своей власти.

2) 人微权轻 (*rén wēi quán qīng*) – Человек слаб, права (слова) его ничтожны (обр. в знач.: маленький человек, незначительная фигура).

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 微: 低下。指人的资历浅, 威望低, 权力不能使大家信服。

Толкование: слабый (незначительный). Показывает, что людям с низким служебным положением, невысоким авторитетом и властью не получится всех убедить (заставить поверить, уважать).

Рассмотрим словосочетания со словом 权力 *quánlì* из статей лингвистического корпуса Пекинского государственного университета [CCL]:

1) 权力和权利不可混淆 (*quánlì hé quánlì bùkě hùnxiáo*) – Власть и права нельзя путать.

2) 您是否有发现属于自己职责范围之内的工作, 自己没有权力负责? (*Nín shìfǒu yǒu fāxiàn shǔyú zìjǐ zhízé fànwéi zhī nèi de gōngzuò, zìjǐ méiyǒu quánlì fùzé?*) – Вы нашли работу, которая входит в сферу ваших обязанностей, и у вас нет полномочий, чтобы взять на себя ответственность?

41. Рассмотрим следующую лексическую пару: 转卖 *zhuǎnmài* – *перепродавать, перепродажа* (Приложение 1, таблица A96-A97).

Категориально-лексические и дифференциальные семы семы совпадают.

Рассмотрим примеры из Китайско-русского словаря:

1) 向第三国转卖货物 – перепродавать товар в третью страну;

2) 转让发明; 转卖发明 – переуступить изобретение.

42. Рассмотрим следующую лексическую пару: 日用品 *rìyòngpǐn* – *товары повседневного спроса* (приложение 1, Приложение 1, таблица A98-A99).

Категориально-лексическая сема совпадает, первая дифференциальная сема также совпадает, поскольку уточняет различие данной категории товаров от других категорий: повседневное использование (потребление).

При этом, вторая дифференциальная сема в китайском языке приводит пример товаров. В русском языке по сравнению с китайским больше дифференциальных сем: уточняется категория покупателей, стоимость товаров, скорость продажи, категория товаров.

Рассмотрим примеры из Китайско-русского словаря:

1) 供给大量的日用品 – обеспечить достаток предметов широкого потребления;

2) 降低日用品价格 – удешевить товары широкого потребления [КРС].

43. Рассмотрим следующую лексическую пару: 荣幸 *róngxìng* – *честь, почет* (Приложение 1, таблица А100-А101).

Китайская энциклопедия Baidu раскрывает смысл данной лексемы [百度文库]: 指荣耀而幸运。一般是表现自己谦虚的意思 – Относится к славе и удаче. Обычно это означает проявление собственной скромности.

Рассмотрим примеры использования лексемы из «Большого китайско-русского словаря» [БКРС]:

1) 特别荣幸 – особая честь;

2) 认为很荣幸 – считать за честь;

3) 您的光临是我们的荣幸 – вы оказали нам честь своим посещением;

4) 您的评语使他感到非常荣幸 – он весьма польщен вашим отзывом (дословно: Ваша оценка заставила его почувствовать особую честь).

Вежливой формой будет перевод: *мне оказана честь; за честь почитаю; мне посчастливилось.*

Несмотря на несовпадение категориально-лексической и дифференциальных сем, данная лексема в китайском и русском языках относится к моральным качествам человека. В русском языке на первое

место выходит пословица «Береги честь смолоду». Пословица о том, что каждый получает, что он заслуживает: «Каков есть, такова и честь». Другая пословица – «Есть, да не про вашу честь» означает – есть, но не для вас. «Была бы честь предложена» (разг.) – говорится в ответ на отказ. «В чести кто» (разг.) – пользуется почетом. «В честь кого-чего» – специально ради кого-нибудь в знак уважения к кому-чему-нибудь.

Следует обратить внимание, что в китайском языке данную лексему можно перевести как «счастье», «счастливый» или «почет», «почетный».

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой 荣幸 (*róngxìng*) из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]. Переведем данные идиомы с помощью «Большого китайско-русского словаря» [БКРС]:

1) 安富尊荣 (*ān fù zūn róng*) – спокойствие и богатство, почет и слава;

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 安: 安逸; 富: 富有; 尊: 尊贵; 荣: 荣耀。安定富足, 尊贵荣华。也指安于富裕安乐的生活。

Толкование: мир, безопасность; благоденствие: богатство; уважение: честь; почет: слава. Стабильность и богатство, честь и слава. Также относится к жизни, полной процветания и счастья.

2) 恩荣并济 (*ēn róng bìng jì*) – и благодать, и слава воплощаются вместе.

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 恩荣: 恩惠荣宠。恩惠与荣耀两种手段一起施行。

Толкование: благоденствие, полученное от милостей правителя; процветание и слава, достигнутые благодаря высочайшим милостям: Милость и благосклонность. И благодать, и слава воплощаются вместе.

Отсюда можно сделать вывод, что в китайском языке честь (почет) связано также с достатком и высоким положением. И то и другое посылается человеку за заслуги.

44. Рассмотрим следующую лексическую пару: 入口 *rùkǒu* – ввозить,

импортировать (Приложение 1, таблица A102-A103).

Категориально-лексические и дифференциальные семы совпадают.

45. Рассмотрим следующую лексическую пару: 入不敷出 *rù bù fū chū* – *доходы не покрывают расходов* (Приложение 1, таблица A104-A105).

Мы считаем, что эквивалентом лексемы 入不敷出 *rù bù fū chū* не сводить концы с концами ближе всего русский эквивалент *жить в убыток*. Также в русском варианте есть фразеологизм *кое-как сводить концы с концами*, *едва сводить концы с концами*. В отличие от китайского варианта *не сводить концы с концами* (когда доходы не покрывают расходы), он имеет несколько иной оттенок: *едва, с трудом справляться с нуждами, едва укладываться в сумму заработка, живя в бедности, едва обходиться скудными средствами*. Категориально-лексические семы совпадают, поскольку они синонимичны. Дифференциальные семы в русском варианте уточняют КЛС, в китайском варианте отсутствуют.

46. Рассмотрим следующую лексическую пару: 杀价 *shājià* – *занижать цены, сбивать цену; торговаться* (Приложение 1, таблица A106-A107).

Категориально-лексические семы совпадают, дифференциальные семы отсутствуют.

47. Рассмотрим следующую лексическую пару: 成本 – *chéngběn* *себестоимость* (Приложение 1, таблица A108-A109).

Категориально-лексические семы совпадают, поскольку синонимичны, дифференциальные семы различаются.

48. Рассмотрим следующую лексическую пару: 成交 – *chéngjiāo* *совершить торговую сделку; произвести обмен (куплю-продажу)* (Приложение 1, таблица A110-A111).

Категориально-лексические семы совпадают, поскольку они синонимичны, дифференциальные семы не совпадают. Толковый словарь русского языка дает также второе значение данной лексемы *тайное*

соглашение, сговор. Еще одно значение в русском варианте – это *сделка со совестью*.

49. Рассмотрим следующую лексическую пару: 善于 – *shànyú* *быть искусным, преуспевать* (Приложение 1, таблица A112-A113).

В словарной статье китайского языка идет отсылка к историческому деятелю Шань Юй (глава государства у Сюнну). Категориально-лексические семы в китайском и русском варианте частично совпадают (*делать добро, быть искусным мастером* в китайском варианте и *умелый, хорошо знающий свое дело* в русском варианте). Дифференциальные семы в китайском варианте отсутствуют.

50. Рассмотрим следующую лексическую пару: 争论 *zhēnglùn* – *спорить, полемизировать, дискутировать; спор, полемика, дискурс* (Приложение 1, таблица A114-A115).

Категориально-лексические семы совпадают. (*争辩讨论* – *спор и обсуждение* в китайском языке и *вести спор* в русском языке). Дифференциальная сема есть только в русском языке: *возражать, доказывая что-нибудь*.

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой 争论 *zhēnglùn* из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]. Переведем данные идиому с помощью Большого китайско-русского словаря [БКРС]:

1) 据理力争 (*jù lǐ lì zhēng*) – твердо стоять на своем, приводя доводы и доказательства;

释义: 依据道理, 竭力维护自己方面的权益、观点等。

Толкование: основываясь на здравом смысле, всеми силами защищать свои законные права и интересы.

2) 百家争鸣 (*bǎi jiā zhēng míng*) – сотня школ мысли (*ист.* свободное соперничество ученых, свободные дискуссии).

释义: 指各种学术流派的自由争论互相批评。也指不同意见的争论。百

家，这种观点的人或各种学术派别。鸣，发表见解。

Толкование: Относится к свободным обсуждениям и взаимной критике различных академических школ. Также относится к высказываниям различных мнений. Мыслители разных школ с подобной точкой зрения либо различные академические направления. Высказывать точку зрения.

51. Рассмотрим следующую лексическую пару: 上任 *shàngrèn* – отправляться к месту назначения; принимать дела, вступать в должность (Приложение 1, таблица A116-A117).

Категориально-лексические семы частично совпадают. Дифференциальные семы отсутствуют.

Пример:

新上任 (*xīn shàngrèn*) – новое назначение

Рассмотрим фразеологизма с лексемой 上任 (*shàngrèn*) из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]. Переведем данные идиому с помощью Большого китайско-русского словаря [БКРС]:

1) 走马上任 (*zǒu mǎ shàng rèn*) – занять пост, вступить в должность;

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 官员到职上任。指开始担任某项职务。

Толкование: Должностные лица придут на свои должности. Означает начало работы на должности.

2) 新官上任三把火 (*xīn guān shàng rèn sān bǎ huǒ*) – новый руководитель, чтобы заслужить доверие подчиненных, прибегает к новым методам (букв. новый чиновник зажигает три огня, прежде чем приступить к исполнению своих обязанностей).

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 指官员上任之初采取新的措施或政策。

Толкование: Относится к принятию новых мер или политики должностным лицом в начале его вступления в должность.

Русский эквивалент: новая метла чисто метет.

52. Рассмотрим следующую лексическую пару: 奢侈 *shēchǐ* – роскошество, расточительство, мотать, проматывать (Приложение 1, таблица A118-A120).

В русском языке китайской лексеме 奢侈(*shēchǐ*) соответствуют две лексемы: *роскошество* и *расточительство*. Несмотря на то что их категориально-лексические семы не совпадают, дифференциальные семы в китайском языке указывают на совпадение значений (ср. ‘предметы роскоши, роскошная жизнь’ в китайском варианте и ‘пристрастие к роскоши’ в русском варианте)

Рассмотрим фразеологизм 奢侈 (*shēchǐ*) – *роскошество, расточительство* из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]. Переведем данные идиомы с помощью «Большого китайско-русского словаря» [БКРС]:

1) 骄奢淫逸 (*jiāo shē yín yì*) – надменность и роскошь, распутство и праздность;

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 原指骄横、奢侈、荒淫、放荡四种恶习。后形容生活放纵奢侈, 荒淫无度。

Толкование: первоначально относится к четырем порокам высокомерия, роскоши, распущенности и распутства. Позже стало выражать безмерно распутную жизнь, попустительство и мотовство.

Идиома имеет отрицательную коннотацию.

Следующие три идиомы синонимичны, поскольку в их толковании содержится отсылка к анализируемой идиоме:

– 骄奢放逸 – спесь и расточительство, распущенность (буд. не соблюдение уставов);

– 骄奢淫佚 – спесь и расточительство, распутство и праздность;

– 骄佚奢淫 – жить в свое удовольствие, роскошь и разврат.

2) 豪奢放逸 (*háo shē fàng yì*) – расточительство и распущенность;

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 奢: 过分, 过多; 逸: 安闲。气魄特别豪放, 不受任何拘束。

Толкование: излишний, чересчур, чрезмерно; праздность; беспечность. Особенно свободный дух, не принимает никаких обязательств, каких-либо ограничений.

3) 俭存奢失 (*jiǎn cún shē shī*) – бережливый накапливает, расточительный теряет;

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 俭: 节俭。存: 留存。奢: 奢侈。节俭的人就是能留存下来, 奢侈的人必然败亡。

Толкование: Экономный, бережливый. Накапливать: сохранять. Бережливый человек и есть способный сохранить для будущего, живущий в роскоши непременно потерпит поражение.

Данная идиома имеет положительную коннотацию.

4) 礼奢宁俭 (*lǐ shē níng jiǎn*) – в ритуале лучше быть скромным, чем расточительным.

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 礼义过多而烦杂, 不如俭约些。

Толкование: Чрезмерные и запутанные церемонии уступают скромности

53. Рассмотрим следующую лексическую пару: 设法 *shèfǎ* – *принять меры; изыскать способ* (Приложение 1, таблица A121-A122).

В китайской словарной статье дано четыре варианта значения лексемы *изыскать способ* (*устанавливать законы, осуществить заговор, обдумывать способы, возможность*). При этом значения *устанавливать законы* и *осуществить заговор* имеют противоположное значение и коннотацию.

В результате сопоставления мы видим, что категориально-лексическая сема третьего значения лексемы 设法 (*shèfǎ*) частично совпадает с русским вариантом. Дифференциальные семы отсутствуют.

Рассмотрим примеры:

– 设法帮助 (*shèfǎ bāngzhù*) найти способ помочь;

– 他们正在多方设法筹集资金 (*tāmen zhèngzài duōfāng shèfǎ chóují zījīn*)

они используют всевозможные способы для привлечения финансовых средств;

– 设法搜捕罪犯 (*shèfǎ sōubǔ zuìfàn*) принять меры к розысканию преступника.

Рассмотрим фразеологизм с лексемой 设法 (*shèfǎ*) – принять меры; изыскать способ из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]:

想方设法 (*xiǎng fāng shè fǎ*) – придумать всевозможные способы

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 想种种办法。

Толкование: подумайте о разных способах.

Данная лексема имеет более широкое значение в китайском языке по сравнению с русским.

54. Рассмотрим следующую лексическую пару: 生活水平 *shēnghuó shuǐpíng* – жизненный уровень (Приложение 1, таблица A123-A124).

Категориально-лексические семы частично совпадают (смысловое совпадение). Дифференциальные семы не совпадают. Данное выражение также можно перевести как «стандарт жизни».

Примеры:

– 不断提高人民的生活水平 – непрерывно повышать жизненный уровень людей;

– 物质文化生活水平; 物质生活和文化生活水平 – уровень материального и культурного благосостояния.

55. Рассмотрим следующую лексическую пару: 盛产 shèngchǎn – изобильный, богатый (Приложение 1, таблица A125-A126).

Категориально-лексические семы частично совпадают (смысловое совпадение). Дифференциальные семы не совпадают.

Данное выражение также можно перевести как «богатый»:

- 盛产石油 – богатый нефтью;
- 盛产鱼蟹 – богатый рыбой и крабами.

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой 盛 (shèng) *обильный, роскошный, процветающий* из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]:

春秋鼎盛 (chūn qiū dǐng shèng) – *обр. в знач.: годы расцвета, юность*

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 春秋: 指年龄。指年富力强, 精力充沛。

Толкование: Весна и осень: относится к возрасту. Относится к молодым и сильным, энергичным (полным жизни и энергии, в расцвете сил)

В русском языке данной идиоме можно сопоставить выражение «Весна и расцвет жизни».

56. Рассмотрим следующую лексическую пару: 实惠 shíhuì реальная польза (Приложение 1, таблица A127-A128).

В китайском языке лексема 实惠 shíhuì (где 惠 huì доброта; милость; благосклонность) *реальная польза* – это одно слово, а в русском языке – это два отдельных слова. Можно сказать, что категориально-лексические семы синонимичны.

Рассмотрим примеры:

- 又便宜又好 – дешево и сердито;
- 物美价廉 – хорошее качество и выгодная цена;
- 经济实惠 – экономично и практично.

Рассмотрим фразеологизмы с лексемой 惠 (huì) доброта; милость; благосклонность из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]:

1) 惠然肯来 (huì rán kěn lái) – будьте так любезны прийти;

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 惠: 赐, 敬辞。用作欢迎客人来临的客气话。

Толкование: Оказывать любезность. Формула вежливости применяется в качестве приветствия гостей, т. е. как учтивая реплика.

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

2) 不费之惠 (bù fèi zhī huì) – бескорыстная милость, бескорыстное благодеяние;

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 指白白得到的好处。

Толкование: Имеется ввиду безвозмездно получить в качестве выгоды

3) 通商惠工 (tōng shāng huì gōng) – открытая торговля, работа, приносящая благодеяние.

Рассмотрим интерпретацию фразеологизма:

释义: 通商: 便利各地货物交流; 惠: 给人以好处。使贸易畅通, 给工商业者带来好处。

Толкование: Открытая торговля: содействие обмену товарами в различных местах; выгода: предоставление людям благ. Сделать торговлю беспрепятственной, дать промышленникам и предпринимателям приносить пользу.

57. Рассмотрим следующую лексическую пару: 时机 shíjī – удобный момент, подходящий случай (Приложение 1, таблица A129-A130).

Категориально-лексические семы частично совпадают, так как они синонимичны.

Рассмотрим фразеологизм с лексемой 时机 shíjī ‘подходящий случай, удобный момент’ из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]:

1) 不失时机 (*bù shī shí jī*) – не упустить подходящий момент;

释义: 失: 耽误, 错过。时机: 具有时间性的机会。不错过当前的机会。
指办事要抓住适宜的时间和有利的机会。

Толкование: упускать: опаздывать, совершать ошибку (промах).
Подходящая возможность: возможность, основанная на времени. Не упускайте актуальные возможности. Взяться за дело, чтобы воспользоваться подходящим временем и благоприятными возможностями.

2) 错过时机 (*cuò guò shí jī*) – прозевать случай.

58. Рассмотрим следующую лексическую пару: 盛情 *shèngqíng* лучшее чувство; хорошее отношение, доброта; любезность; радушие, внимание случай (Приложение 1, таблица A131-A132).

Рассмотрим фразеологизм с лексемой 盛情 *shèngqíng* – лучшее чувство, хорошее отношение, доброта, подходящий случай, удобный момент из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]. Переведем данную идиому с помощью Большого китайско-русского словаря [БКРС]:

1) 盛情接待 (*shèng qíng jiēdài*) – радушный, теплый прием;

释义: 那人十分好客, 无论是他的朋友还是同事, 他都盛情接待

Толкование: этот человек очень гостеприимен, и друзей, и сослуживцев встречает очень радушно.

2) 盛情难却 (*shèng qíng nán què*) – невозможно устоять перед таким радушием, неудобно отказаться.

释义: 浓厚的情意难以推辞

Толкование: от сильной привязанности трудно отказаться.

59. Рассмотрим следующую лексическую пару: 失误 *shīwù* – упущение, промах, случай, просчет, оплошность (Приложение 1, таблица A133-A135).

Категориально-лексические семы совпадают.

Рассмотрим фразеологизм с лексемой 失误 *shīwù* *упущение, промах* из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]. Переведем идиому с помощью Большого китайско-русского словаря [БКРС]:

百无一失 (*bǎi wú yī shī*) – из ста раз ниодного промаха (*обр.в знач. удачливый, безошибочный*);

释义: 形容有充分把握, 绝对不会出差错。

Толкование: полная уверенность в том, что не должно быть ошибки.

60. Рассмотрим следующую лексическую пару: 失效 *shīxiào* – *неэффективный; утратить силу (эффективность)* (Приложение 1, таблица A136-A137).

Категориально-лексические семы совпадают (глаголы *терять эффективность* в китайском варианте и *лишенный эффективности* в русском варианте синонимичны), дифференциальные семы в китайском варианте отсутствуют.

Рассмотрим фразеологизм с лексемой 失效 *shīxiào* *неэффективный; утратить силу (эффективность)* из «Словаря идиом Синхуа» [在线成语词典]:

无施不效 (*wú shī bù xiào*) – каждая отдельная стратегия дает эффект.

释义: 谓施行的每项策略都收效。

Толкование: каждая политика, которая применяется, работает. В данном примере перед словом неэффективный 失效 *shīxiào* применяется отрицательная частица 不 *bù*, таким образом, полученное значение можно перевести как *давать эффект, эффективный*.

61. Рассмотрим следующую лексическую пару: 收费 *shōufèi* – *получение денег, брать (взимать) плату* (Приложение 1, таблица A138-A139).

Категориально-лексические семы совпадают (*взимать плату, взыскивать плату*). Дифференциальные семы отсутствуют.

Примеры:

- 收费信息 – платная информация;
- 收费图书馆 – платная библиотека.

62. Рассмотрим следующую лексическую пару: 收入 *shōurù* – поступления (Приложение 1, таблицы A140-A141).

В китайской словарной указно пять значений лексемы: *деньги, имущество, сбор урожая, сборы и поступления, зачисления*. В русской словарной статье это *то, что поступило куда-нибудь, поступившая сумма, материалы*. Категориально-лексическая сема частично совпадает, дифференциальные семы не совпадают.

Пример: 收银台 *shōuyíntái* – касса (*напр., в магазине*)

63. Рассмотрим следующую лексическую пару: 收据 *shōujù* – расписка (Приложение 1, таблицы A142-A143).

Категориально-лексические семы совпадают (*документ с подписью*), дифференциальные семы не совпадают (*объект в русском варианте и условие в китайском варианте*).

64. Рассмотрим следующую лексическую пару: 手续费 *shǒuxùfèi* – комиссионный сбор, гонорар за услуги (Приложение 1, таблицы A144-A145).

Данный термин относится к специализированной лексике. Это комплекс посреднических услуг, например, плата за оформление груза, оформление документов и т.д.

Категориально-лексические семы совпадают (*компенция за услуги*), дифференциальные семы не совпадают (*взимаемая за обработку в китайском варианте и определяемая расчетным путем в русском варианте*).

65. Рассмотрим следующую лексическую пару: 售后服务 *shòuhòu fúwù* – послепродажное обслуживание (Приложение 1, таблицы A146-A147).

Категориально-лексические семы совпадают (*различные виды деятельности по обслуживанию, предоставляемые после продажи товаров*

в китайском варианте и *комплекс услуг, который оказывается покупателям после приобретения товара* в русском варианте), дифференциальные семы не совпадают, поскольку в русском варианте даны примеры (*гарантийный ремонт, установка, сборка изделий*), а в китайском варианте описан процесс (*продавцы должны принять различные формы координации для повышения доверия к предприятию*).

66. Рассмотрим следующую лексическую пару: 輸出 *shūchū* – экспорт (Приложение 1, таблицы A148-A149).

Категориально-лексические семы совпадают (*товары или капитал продаются, или инвестируются за границу* в китайском варианте и *вывоз за границу* в русском варианте), дифференциальные семы отсутствуют.

67. Рассмотрим следующую лексическую пару: 輸入 *shūrù* – импорт, ввоз; *импортировать, ввозить; импортный, привозной* (Приложение 1, таблицы A150-A151).

Категориально-лексические семы совпадают (*товары или капитал ввозятся в страну из-за границы* в китайском варианте и *ввоз товаров, капиталов, технологии из-за границы* в русском варианте), дифференциальные семы отсутствуют.

В качестве предварительного вывода скажем, что проведенный анализ позволяет предложить следующую гипотетическую классификацию проанализированных лексических пар:

1. Лексемы, имеющие национально-культурные черты.

1.1. Лексемы, для которых благодаря их специфике в первую очередь необходимо подобрать правильный перевод на русский язык (например, лексема 垂询 (*chuíxún*) – спросить, которая относится к жанру китайского делового дискурса обращения вышестоящего к нижестоящему 下行 (*xiàxíng*)).

1.2. Лексемы, перевод на русский язык которых соответствует китайскому языку, но КЛС в русском и китайском языках не совпадают. Это

говорит о существенных культурных различиях и не одинаковом видении данных концептов, (например, это лексема 关系 *guānxi* – толкование которой в китайском и русском варианте существенно отличаются).

1.3. Лексемы, у которых перевод и КЛС в русском и китайском языках совпадают, но при более детальном изучении морфем можно сделать вывод, что речь идет о разных концептах (管理 *guǎnlǐ* – управление, управлять, большую смысловую нагрузку несет морфема 理 (*lǐ*) и толкуется как фактура и порядок самого материального мира, миропорядок сам по себе: склад ума, система, стройность, логика вещей, суть дела).

2. Лексемы, которые имеют как *универсальные*, так и *национально-культурные черты* (например, *партнер*). В китайском варианте лексема имеет значение «*приятель*», «*душевный друг*», в то время как в русском варианте это человек, с которым связывают общие дела либо общие интересы (например, участник спортивной игры, партнер по танцам, участник какой-либо совместной деятельности).

3. Универсальные лексемы, у которых КЛС могут совпадать ли не совпадать, но в рамках специфики деловой лексики перевод значения лексем в русском и китайском языках совпадают (*учредить, реформировать, накладные расходы, глобализация, зона свободной торговли, завод, рынок*).

2.2. Сопоставительный компонентный анализ синонимического ряда.

Опыт полевого моделирования концепта «деловой человек» в китайской лингвокультуре

2.2.1. «Деловой человек» в зеркале синонимов. Проанализируем значения синонимов лексемы 谈判 (*tánpàn*) – вести переговоры полученных с помощью словаря синонимов китайского языка [近义词大全]. На первом этапе выпишем словарные статьи глагола 谈判 (*tánpàn*) для их последующего

анализа (Приложение 1, таблица Б1). На втором этапе определим синонимы глагола 谈判 (tánpàn) и также из китайского словаря «Синхуа» выпишем словарную статью для каждого синонима глагольного ряда (Приложение 1, таблица Б2).

Анализ приведенной словарной дефиниции глагола 谈判 (tánpàn) позволяет выделить следующие семантические признаки: субъект – «заинтересованные стороны» [漢典字典搜索] либо «две стороны или несколько сторон» [新华词典], действие (сказуемое) – обмениваются информацией или совещаются друг с другом [漢典字典搜索] либо «проводят переговоры» [新华词典], дополнение – «по основным вопросам» [新华词典], определение – которые необходимо решить для защиты своих интересов, обстоятельство – чтобы подыскать способ урегулирования по важному вопросу или путем обсуждения акта или процесса, достижения определенного уровня согласия или компромисса по чему-либо посредством обсуждения [新华词典] (Приложение 1, таблица Б1).

Для уточнения определения «вести переговоры» рассмотрим словарные статьи синонимического ряда (Приложение 1, таблица Б2).

Мы видим, что значение «взаимные обсуждения» есть у каждого синонима этого ряда, и каждый синоним имеет и дополнительный смысловой оттенок: уточняет субъект переговоров («между двумя и более сторонами»), уточняет объект переговоров («направили специальных посланников»), цель переговоров («для того, чтобы найти решение»), уточняем предмет («о цене»), уточняет действие («заключили мирный договор и положили конец состоянию войны», «вложили меч в ножны», «разрешили спор»), уточняет способ действия («путем мирных переговоров», путем обсуждения, а также «обсуждать и решать», «прикидывать и выносить соответствующее решение», «совещаться», «обсуждать», «договариваться», «дискутировать», «рассчитывать», «оценивать»), уточняет характер действия («мирно»).

Некоторые глаголы, входящие в исследуемый синонимический ряд, имеют специализированное значение и относятся к сфере спорта. Например, 会商 (huìshāng) – «провести заседания; совещание, вести переговоры» относится к консультациям, проводимым судейской бригадой по вопросам оценки во время соревнований по гимнастике. Таким образом, анализируемые синонимы отличаются друг от друга смысловыми оттенками.

Из рассматриваемых 19 слов со значением «переговоры» 4 относятся к мирным переговорам. Глагол 谈判 *tánpàn* – *вести переговоры* в китайском языке имеет значение *обсуждать, договариваться, обговаривать, совещаться, сговориться, столкнуться, консультироваться, советоваться*. Для китайского языка эти слова синонимичны и имеют одинаковое значение с разными смысловыми оттенками. Иными словами, когда китаец говорит «*давайте проведем переговоры*», имеется в виду «*давайте поговорим*», «*давайте потолкуем*», «*давайте обсудим*». Что же касается русского языка, глагол *проводить переговоры*, а также глаголы *обсуждать, договариваться, совещаться, консультироваться*, в отличие от китайского языка, имеют разные смысловые значения. Следует также отметить, что в китайском языке способ действия (способ проведения переговоров) отражается через наречия «*вместе*», «*совместно*», «*взаимно*», «*лицом к лицу*».

Культурной особенностью переговоров является то, что в России переговоры чаще всего имеют кратковременный характер, а значит, заканчиваются после совершения сделки, в то время как «ведение переговоров» или «обсуждение» в Китае – это своего рода ритуал, т. е. непрерывный способ коммуникации, взаимодействие и выстраивания деловых отношений с учетом строго заданных норм поведения. Этот процесс чаще всего имеет долговременный характер.

Итак, сопоставительный компонентный анализ глагольного ряда позволяет раскрыть содержание глагола «*проводить переговоры*», уточнить его культурную специфику и отражение в языке. Полученные результаты

свидетельствуют об эффективности компонентного анализа при изучении синонимов в компаративно-лингвокультурологическом разрезе.

2.2.2. Понятийная составляющая концепта «деловой человек».

Ю. Д. Апресян говорит о том, что «для многих языковых значений представление о человеке выступает в качестве естественной точки отсчета» [1995, т. II: 648]. В китайской деловой культуре отражаются устойчивые формы делового сознания, влияющие на характер и направленность деловых процессов. Динамика современной китайской деловой системы выявляет важную функцию бизнесменов на различных этапах ее становления.

На первом этапе с помощью компонентного анализа, проведенного в разделе 2.1, необходимо уточнить понятийную составляющую концепта «деловой».

К лексеме *деловой* в значении «связанный с работой» в китайском языке можно отнести две лексемы: *业务* yèwù и *事务* shìwù, – рассмотренные в ходе первого этапа исследования.

Лексему *业务* yèwù *деловые, дело* относят к текущим занятиям или профессиональной работе (КЛС «дело, занятие», ДС «текущее занятие, основная работа, профессиональная работа»). Лексема используется в таких словосочетаниях, как *业务上的联系* деловые связи.

Лексема *事务* shìwù переводится как дело, административные дела, канцелярская работа, рутина (КЛС «дело, занятие», ДС «распоряжаться делами», «простая и сложная конкретная работа», «тонуть во множестве дел», весь день на пролет без возможности выбраться»). Лексема используется в таких словосочетаниях *事务上的谈话* деловой разговор

Понятие «деловой человек» *认真作事的人* дает следующий пословный перевод: «человек, серьезно занимающийся каким-либо делом».

Лексема *生意人* – бизнесмен (коммерсант) в словаре «Синхуа» толкуется как *商人, 做买卖的* – бизнесмен, человек, который занимается куплей-продажей.

Проведенное исследование показывает, что предпринимателей можно условно разделить на две категории: одна – это собственник предприятия *企业主* (qǐyèzhǔ), который занимается управлением, а другая – профессиональный предприниматель, нанятый владельцем. В большинстве случаев предприниматели относятся к первому типу, а второй тип называется профессиональными менеджерами.

Другая классификация позволяет раскрыть понятие «деловой человек» в зависимости от уровня предпринимателя и его роли в социуме:

1) *第一层次: 小老板* – *满足自己物质欲望需求的人* – первый уровень – маленький руководитель – человек, отвечающий своим материальным желаниям;

2) *第二层次: 大老板* – *敢于给员工分钱的人* – второй уровень – большие руководители, люди, которые осмеливаются делить деньги между сотрудниками;

3) *第三层次: 企业家* – *满足客户需求与成就客户价值的人* – третий уровень – большие руководители, люди, которые удовлетворяют потребности клиентов и достигают ценности для клиентов;

4) *第四层次: 顶级企业家* – *能够满足客户、员工、股东、供应商价值需求, 并且实现一个行业价值增长, 造福人类社会的人* – четвертый уровень: ведущие предприниматели – люди, которые могут удовлетворить потребности клиентов, сотрудников, акционеров и поставщиков в ценности и добиться увеличения ценности отрасли, принося пользу человеческому обществу.

Все контексты употреблений лексемы «деловой человек» в значении 企 业 主 (qǐyèzhǔ) «владелец», «собственник» в корпусе китайского языка представляется возможным объединить в несколько групп:

1) Когда речь идет про управление предприятием. Чаще всего собственникам предлагается децентрализация управления, т. е. передача данную функцию профессиональным менеджерам.

2) Когда речь идет о роли владельца бизнеса в улучшении условий труда сотрудников.

3) Когда речь идет о влиянии бизнес среды на общество в целом.

2.2.3. Образная составляющая концепта «деловой человек».

Анализируя статьи о китайских предпринимателях можно сделать общий вывод об имидже предпринимателя. Считается, что выдающийся китайский предприниматель – это человек, который признан общественностью, обладает талантом, нравственностью и личным обаянием. Особо внимание обращается на такие черты, как 谦虚 (qiānxūde) «скромность» и 行为高洁 (xíngwéigāojié), что означает «поведение возвышенное и чистое». Также следует обратить внимание на такое качество, как 感恩图报 (gǎn'ēn túbào) – быть тронутым благодеяниями и стремиться отблагодарить за них (воздать должное за сделанное добро, возблагодарить за благодеяние).

Кроме того, в статьях отмечены такие качества, как:

- 真诚 – честный, искренний;
- 有道德 – нравственный, с высокими моральными качествами;
- 永远勤奋 – прилежный, берется за что-то с энтузиазмом;
- 勤奋乐观 – старается быть оптимистом;
- 强大的意志力 – обладает большой силой воли;
- 不推卸责任 – не уклоняйтесь от ответственности;
- 不给自己的失败找借口 – не оправдывай свои неудачи;

– *明白成功是不能一蹴而就的* – понимает, что успеха нельзя добиться за один раз;

– *勇于直面种种问题和挑战* – имеет смелость противостоять различным проблемам;

– *不能孤军奋战* – не сражается в одиночку;

– *有冒险精神* – обладает рискованным духом;

– *有着异常的好奇心* – обладает любопытством;

– *不轻易放弃* – не сдаётся легко;

– *推动技术创新* – продвигает технологические инновации (инноватор).

2.2.4. Данные опроса китайских и русских респондентов. С целью подтверждения полученных выводов мы повели небольшой опрос, состоявший из двух частей.

Первая часть опроса «Концепт делового человека» состоит из 5 вопросов:

1) Предприниматель, деловой человек – какой это человек?

2) Какими качествами должен обладать идеальный бизнесмен?

3) Какой бизнесмен считается ненадежным?

4) Как сохранить преимущество при переговорах с иностранными бизнесменами?

5) Чем отличаются китайские предприниматели от русских?

Полученные данные представлены в Приложении 1, таблица В1 – В2.

Опрос показал, что «деловой человек» в китайской картине мира воспринимается как человек трудолюбивый, умный и ответственный (по 13 %). Главные качества идеального бизнесмена – *ум* и *честность* (по 10 %). В представлении китайских респондентов деловой человек должен уметь «создавать широкую сеть нетворкинга», быть «высококочувствительным», «с аналитическими способностями», «уметь пользоваться шансом», иметь

«хорошую деловую репутацию», «быть осторожным и ответственным». В отличие от китайских респондентов, русские респонденты выделили качества *стрессоустойчивость* (11 %) и *целеустремленность* (9 %), а также *креативность*, *организованность* и *находчивость* (по 7 %). Также деловой человек должен быть *амбициозным*, *ответственным* и при этом *не бояться риска*.

Ненадежным бизнесменом в Китае считается нечестный (20 %), не умеющий держать слово человек (20 %), а также человек, «не умеющий планировать будущее, не имеющий стратегии» (13 %), «игнорирующий социальную мораль» (7 %), «нестабильный» и не умеющий вести бизнес (по 7 %). В русской картине мира ненадежный бизнесмен – это в первую очередь «безответственный» (22 %), «не умеющий держать слово человек» (13 %), который «не выполняет обязательства» (13 %). Для сохранения преимущества в переговорах китайские респонденты назвали необходимость уважать этикет и обычаи другой страны (20 %) и «поддерживать хорошее общение» (20 %), а русские респонденты назвали «знание языка» (30 %), «знание культурных особенностей и делового этикета» (20 %), а также умение аргументировать (20 %).

Данные статей и опроса позволило выявить, что важнейшими характеристиками концепта «деловой человек» в китайской культуре являются *честность*, *терпение*, *ум*, *ответственность*. Китайские респонденты выделили важность уважения этикета и обычаев другой страны, умение слушать, поддерживать хорошие отношения, быть искренним и достигать компромисс. Подтверждена культурная особенность придерживаться в поведении «золотой середины» (*нельзя быть гордым, также нельзя быть чрезмерно скромным*). Также отмечено, что китайские бизнесмены особое внимание уделяют вежливости и потребностям партнера, в то время как российские предприниматели больше внимания уделяют личным интересам. В ходе опроса также выяснилось, что идиома *生意盎然*

воспринимается большинством респондентов как «жизненная сила», «жизнеспособность», «стойкость», «энергия», «бодрость», что несет в себе «образ высокой жизнеспособности» (82 %). Остальные 18 % респондентов ответили, что значение данной идиомы в переводе на русский язык «оживленная торговля» (Приложение 1, таблица В1).

Вторая часть опроса предполагает оценку качеств предпринимателя по следующим критериям: скромность, вежливость, трудолюбие, прагматизм, готовность к риску, терпение, порядочность, профессионализм, честность, эмоциональность. В ней приняли участие 12 русских респондентов и 11 китайских респондентов, в том числе из числа предпринимателей. Расчет проводился по средневзвешенному баллу. Результаты представлены на рис. 3–4:



Рис. 3. Оценка качеств предпринимателя (китайские респонденты)

Следует отметить, что в целом баллы, проставленные китайскими респондентами, выше баллов русских респондентов, что также подчеркивает

особенности их национально-культурного менталитета, которые проявляются в деликатности, заботе о лице другого человека, невозможности дать негативную характеристику. Проведенный опрос позволил выявить такие черты китайского делового человека, как умение проявлять деловую активность, трудолюбие, скромность, терпение, порядочность, прагматизм, открытость новым идеям, оптимизм.

Наиболее высокую оценку получили такие качества китайского делового человека, как трудолюбие, вежливость, скромность, профессионализм и прагматизм (рис. 3).

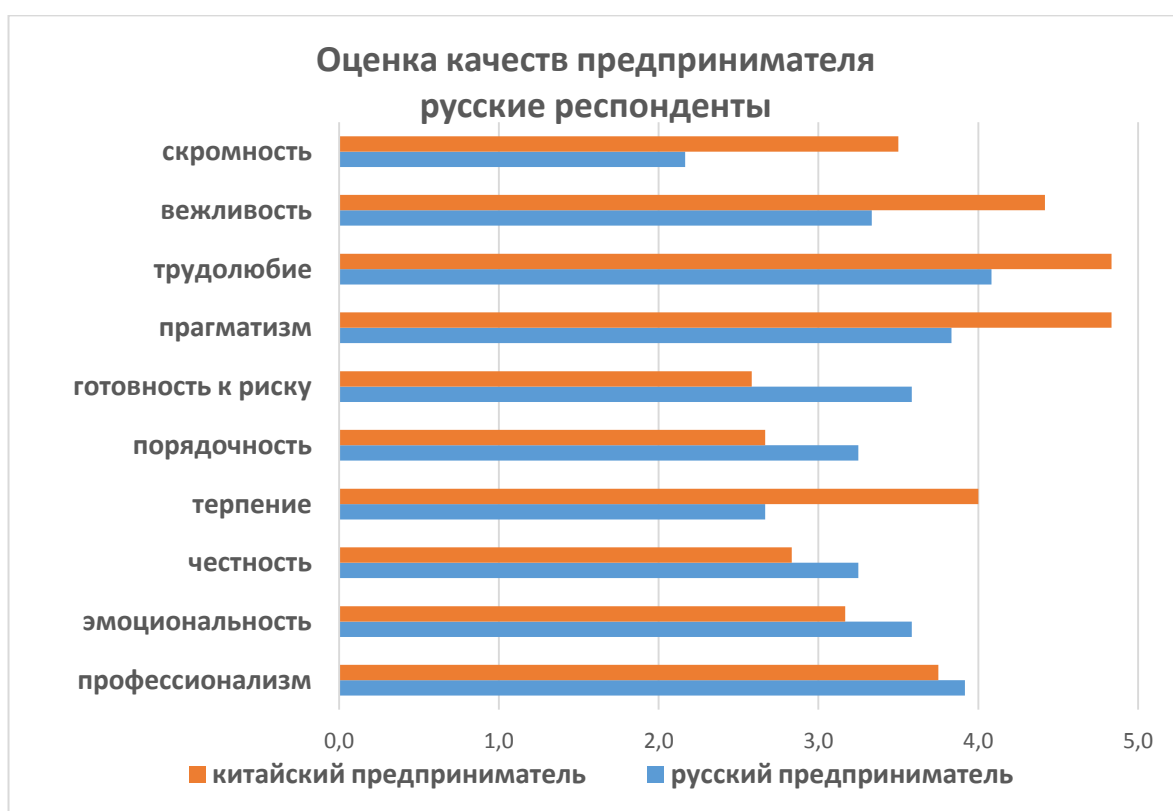


Рис. 4. Оценка качеств предпринимателя (русские респонденты)

В русской деловой картине мира также были оценены трудолюбие, прагматизм, вежливость и профессионализм (рис. 4).

Опрос наглядно продемонстрировал социально поощряемые паттерны делового поведения, однако в рамках языковой картины мира концепт

«деловой человек» понимается в пределах соответствующей лингвокультуры и имеет ее характерные черты.

2.2.5. Модель концепта «деловой человек» в китайской лингвокультуре. На основании собранных данных: сопоставительного компонентного анализа, а также полученных из статей и данных опроса определений качеств делового человека – была выстроена концентрическая модель (рис. 5).



Рис. 5. Модель концепта «деловой человек»


В границах полученной модели все проанализированные нами единицы деловой лексики распределились между разными участками поля: ядром, приядерной зоной, ближайшей и дальнейшей периферией.

Ядро показано красным цветом – в лексемах этой зоны понятие «деловой человек» воплощается с наибольшей полнотой. В приядерную зону попали лексемы из «Списка общеупотребительных слов коммерческого китайского языка», которые, в отличие от лексем периферийных, соотносимы с базовыми КЛС и денотатами.

Полученная модель позволяет сделать вывод, что, несмотря на открытость новым идеям, «деловой человек» в китайской лингвокультуре понимается как человек, живущий в соответствии с традиционными этическими категориями, обладающий добродетелями этического ядра конфуцианцев и стремящийся к совершенству, поскольку в китайском обществе считается, что успеха добивается достойнейший, т. е. духовно наиболее чувствительный и нравственно развитый человек. Вместе с тем, аналогично русской лингвокультуре, «деловой человек» в Китае понимается как человек, обладающий деловыми качествами и умеющий проявлять деловую активность.

Выстроенная модель служит наглядным отражением концепта «деловой человек» в китайской лингвокультуре.

Выводы по главе 2

Комплексное моделирование концепта «деловой человек» должно включать несколько этапов: компонентный семантический анализ лексем-репрезентантов, привлечение микро- и макроконтэкстов (фразеологизмы, синонимические ряды, корпусные данные, мнения респондентов). Проведенное исследование показывает, что предпринимателей можно условно разделить на две категории: одна – это собственник предприятия 

业 主 (qǐyèzhǔ), который занимается управлением, а другая – профессиональный предприниматель, нанятый владельцем (профессиональный менеджер). В большинстве случаев китайские предприниматели относятся к первому типу. Другая классификация позволяет раскрыть понятие «деловой человек» в зависимости от уровня предпринимателя и его роли в социуме.

Выстроенная полевая модель концепта «деловой человек» позволила подтвердить ряд предварительных выводов о значимости концепта «деловой человек» в китайской лингвокультуре. Считается, что выдающийся китайский предприниматель – это человек, который признан общественностью, обладает талантом, нравственностью и личным обаянием.

В традиционной коллективистской культуре, где основным коррелятором и модулятором поведения человека является общество, имидж делового человека играет огромную роль. Это явно прослеживается в переведенных нами с китайского языка на русский статьях, посвященных предпринимателям. Личностные качества делового человека в Китае имеют глубокие этнокультурные корни и напрямую связаны с конфуцианским этическим идеалом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Каждая культура представляет собой систему кодов, которая распространяет свое действие на повседневные отношения, социальные и культурные нормы [Ang, van Dyne, Rockstuhl 2014]. Успех коммуникации достигается лишь в том случае, если участники обладают общей возможностью интерпретации используемых знаков. Особое значение такая возможность приобретает при деловом взаимодействии носителей неродственных языков – например, русского и китайского. Этому взаимодействию посвящено данное исследование.

В теоретической части рассмотрены основные понятия сопоставительной культурологии, а также деловые отношения в системе лингвистических исследований. Для понимания ключевых культурных сходств и отличий китайской и русской лингвокультуры выполнено сравнение основных мировоззренческих установок Китая и России и рассмотрен сформировавший их тип логики. В опоре на существующие исследования по вопросу описаны базовые концепты китайской культуры, а также соответствующие национальные ментальные и ценностные установки.

Основой базовых концептов деловой культуры служит конфуцианское ядро этического идеала. Полученные из конфуцианского ядра лексемы хорошо вписываются в ценностную систему современных носителей языка, и формируют представление об окружающей действительности. Поскольку лексема *бизнес* 生意 ассоциируется со смыслом жизни, то концепт «деловой человек» несет в себе большую культурную составляющую.

Китайский деловой человек стремится к получению прибыли, которая входит в китайскую систему ценностей 价值体系 (*jiazhi tixi*) и при этом обладает добродетелями, соответствующими конфуцианскому этическому идеалу. Предпринимательская активность воспринимается деловым человеком как условие для достижения жизненного счастья, которое

достигается посредством этико-ритуальной традиции. Исторически деловой человек мог заниматься управлением, только если он прошел все стадии становления благородного мужа (君子 *junzi*) и сдал государственный экзамен. Таким образом, в китайской исторической картине мира понятия делового человека и нравственного человека синонимичны.

Портретирование концепта «деловой человек» в практической части работы осуществлялось в несколько этапов.

Компонентным методом были проанализированы 67 наиболее частотных лексем из «Списка общеупотребительных слов коммерческого китайского языка». Посвященная каждой лексеме статья словаря «Синхуа» переведена на русский язык и сопоставлена с соответствующей (посвященной лексеме-эквиваленту) статьей из «Толкового словаря русского языка с включением сведений о происхождении слов» под ред. Н. Ю. Шведовой (либо – в случае отсутствия нужной словарной статьи – из других толковых словарей). В результате сопоставительного анализа китайских и русским лексем получена классификация, отражающая как универсальные, так и национально-культурные черты концепта «деловой человек». Исследование показало, что сопоставительный компонентный анализ является продуктивным методом, позволяющим выявить культурную специфику концепта посредством анализа языковых единиц.

Также в данной работе сделана попытка проиллюстрировать примеры использования лексем с помощью фразеологизмов. Всего было рассмотрено 42 фразеологические единицы. Проведенный анализ фразеологизмов позволил получить более полное представление о роли лексем в китайской языковой картине мира.

Дополнительно проведен сопоставительный компонентный анализ синонимического ряда. Всего было рассмотрено 19 синонимов. Об эффективности компонентного анализа при их исследовании свидетельствуют полученные результаты. Объединяясь в один ряд на

основании сходства, синонимы, тем не менее, имеют различные оттенки значения, позволяющие им в каждом конкретном случае более точно описывать процесс и акцентировать отдельные его характеристики.

Для портретирования «делового человека» в китайском языке осуществлен экспериментальный перевод 15 китайских статей на тему качеств делового человека из репрезентативных китайскоязычных баз данных. С целью верификации полученных выводов проведен мини-опрос из двух частей, посвященный качествам делового человека.

Проведенное исследование показывает, что предпринимателей можно условно разделить на две категории: одна – это собственник предприятия 企主 (qǐyèzhǔ), который занимается управлением, а другая – нанятый владельцем профессиональный менеджер. В большинстве случаев предприниматели относятся к первому типу.

Данные статей и опроса подтвердили ранее сделанные выводы о значимости концепта «деловой человек» в китайской лингвокультуре. В традиционной коллективистской культуре, где основным коррелятором и модулятором поведения человека является общество, имидж делового человека играет огромную роль, что явно прослеживается в статьях, посвященных предпринимателям, и несет в себе элементы деперсонализации и стилизации личности под public image.

На базе компонентного анализа и по данным статей были выявлены ядерные лексемы, имеющие ключевое значение для концепта «деловой человек», а также лексемы периферийные, позволяющие дополнить полученный результат, которые в полной мере раскрывают его сущность. Следует отметить, что деловая лексика хорошо встраивается в модель «делового человека». В приядерной зоне используются базовые лексемы из списка деловой лексики которые, в отличие от лексем периферийных, дают больше значений КЛС и денотатов.

Концепт «деловой человек» имеет двойственную природу. С одной стороны, это конфуцианец, моральные ценности которого имеют глубокие этнокультурные корни и напрямую связаны с конфуцианским ядром этического идеала. Это человек, живущий в соответствии с традиционными этическими категориями и стремящийся к совершенству, поскольку в китайском обществе считается, что успеха добивается достойнейший, т. е. наиболее духовно чувствительный и нравственно развитый человек, почитающий предков, соблюдающий установленные конфуцианской традицией нормы и правила, проявляющий мудрость и терпение. С другой стороны, это стратег, понимающий секреты бизнеса, владеющий искусством выстраивания человеческих отношений и успешно применяющий скрытые стратегические средства на практике.

Помимо перечисленных особенностей, обусловленных китайской лингвокультурой, концепт «деловой человек» сохраняет денотативную составляющую – это человек, умеющий проявлять деловую активность и обладающий деловыми качествами.

Представленное исследование нельзя считать окончательным. Предполагается, что материалы нашей работы станут основой для дальнейших исследований концептов деловой культуры Китая. Считаем, что одним из перспективных направлений исследования может быть изучение конфуцианских этических категорий, таких как справедливость, порядочность, поскольку их толкование в русском и китайском языках отличаются. Еще одним возможным направлением может быть исследование базовых концептов как сущности деловой культуры и определение специфики их проявлений в деловом поведении.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абыякая О. В. Мифологическая лексика русского языка в лингвокультурологическом аспекте и принципы ее лексикографического описания: дис. ... канд. филол. наук / О. В. Абыякая. – СПб.: [б. и.], 2003. – 240 с.
2. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка: учеб. пособие / Н. Ф. Алефиренко. – М.: Флинта, Наука, 2010. – 224 с.
3. Алимжанова Г. М. Сопоставительная лингвокультурология: сущность, принципы, единицы: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Г. М. Алимжанова. – Алматы: [б. и.], 2010. – 50 с.
4. Апресян Ю. Д. Избр. тр.: в 2 т. Т. II. Интегральное описание языка и системная лексикография / Ю. Д. Апресян. – М.: Вост. лит-ра, 1995. – 769 с.
5. Бирюлин С. В. Как все испортить и разорить бизнес / С. В. Бирюлин. – М.: МИФ, 2017. – 192 с.
6. Болотнов А. В. Коммуникативный стиль языковой личности (на материале публичного дискурса ведущего радиостанции Москвы) / А. В. Болотнов // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2013. – № 3 (131). – С. 179–181.
7. Бортников В. И. Документная лингвистика / В. И. Бортников, Ю. Н. Михайлова. – Екатеринбург: УрФУ, 2017. – 132 с.
8. Бояркина А. В. От идеи Конфуция «Между четырьмя морями все люди – братья» до «Сообщества единой судьбы человечества» Си Цзиньпина / А. В. Бояркина, В. Ф. Печерица // III Готлибовские чтения: Востоковедение и регионоведение Азиатско-Тихоокеанского региона в фокусе современности / отв. ред. Е. Ф. Серебренникова. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2019. – С. 66–75.
9. Буров В. Г. Китай и китайцы глазами российского ученого / В. Г. Буров. – М.: ИФ РАН, 2000. – 206 с.

10. Воркачев С. Г. Концепт счастья в русском языковом сознании: опыт лингвокультурологического анализа / С. Г. Воркачев. – Краснодар: Техн. ун-т КубГТУ, 2002. – 140 с.

11. Воробьев В. В. Лингвокультурология: учеб. пособие / В. В. Воробьев. – М.: Изд-во РУДН, 2006. – 330 с.

12. Гасымзаде Х. Д. Категория времени в китайских учебных текстах и их переводах на русский язык / Х. Д. Гасымзаде, В. И. Бортников // Лингвистика: от теории к практике: сб. ст. II Межвуз. науч.-практ. конф. с междунар. участием / отв. ред. М. О. Гузикова. – Екатеринбург: УрФУ, 2015. – С. 30–34.

13. Горелов В. И. Стилистика современного китайского языка. Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по специальности № 2103 – «Иностр. яз.» / В. И. Горелов. – М.: Просвещение, 1979. – 192 с.

14. Гулыга Е. В. Грамматико-лексические поля в современном немецком языке / Е. В. Гулыга, Е. И. Шендельс. – М.: Просвещение, 1969. – 184 с.

15. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / В. фон Гумбольдт. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.

16. Данилова А. С. Влияние языка на процесс мышления: гипотеза Сепира-Уорфа / А. С. Данилова, К. Д. Миронова // Актуальные задачи лингвистики, лингводидактики и межкультурной коммуникации: сб. науч. тр. – Ульяновск: УлГТУ, 2017. – С. 129–134.

17. Зенгер Х. фон. Полное собрание 36 знаменитых китайских стратагем в одном томе / Харро фон Зенгер. – М.: Изд-во Эксмо, 2018. – 1040 с.

18. Зиновьева Е. И. Лингвокультурология: от теории к практике / Е. И. Зиновьева. – СПб.: СПбГУ; Нестор-История, 2016. – 182 с.

19. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 331 с.

20. Кобзев А. И. Любить дракона / А. И. Кобзев // Российская газета. – 29.06.2011. – № 138 (5514). – С. 11.
21. Кожина М. Н. Стилистика русского языка / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. – М.: Наука, 2008. – 465 с.
22. Комарова З. И. Методология, метод, методика и технология научных исследований в лингвистике: учебное пособие / З. И. Комарова. – Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2012. – 818 с.
23. Конопелько И. П. Сопоставительный анализ в исследовании и преподавании языка / И. П. Конопелько. – Воронеж: Издательство ООО «РИТМ», 2019. – 226 с.
24. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. Курс лекций / В. В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
25. Купина Н. А. Стилистика современного русского языка / Н. А. Купина, Т. В. Матвеева. – М.: Юрайт, 2013. – 415 с.
26. Ланских А. В. Культура деловой речи: учебное пособие / А. В. Ланских. – Екатеринбург: УрФУ, 2016. – 87, [1] с.
27. Ли Цзи // Древнекитайская философия. Собр. текстов в 2 т. / сост. Ян Хин-Шуна. – М.: Мысль, 1973. – Т. 2. – С. 99–140.
28. Лукин А. В. Возвышающийся Китай и будущее России / А. В. Лукин. – М.: Международные отношения, 2015. – 792 с.
29. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Р. Д. Льюис. – М.: Дело, 2001. – 446 с.
30. Льюис Р. Столкновение культур / Р. Льюис. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 640 с.
31. Малявин В. В. Китай управляемый: старый добрый менеджмент / В. В. Малявин. – М.: Изд-во Европа, 2007. – 304 с.
32. Малявин В. В. Тайный канон Китая / В. В. Малявин. – М.: Изд-во Рипол-Классик, 2015. – 304 с.

33. Маслов А. А. Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения / А. А. Маслов. – Изд-во Рипол-Классик, 2010. – 288 с.
34. Маслов А. А. Китай и китайцы. О чем молчат путеводители / А. А. Маслов. – Изд-во Рипол-Классик, 2014. – 286 с.
35. Маслова В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 202 с.
36. Мейер Э. Карта культурных различий. Как люди думают, говорят и добиваются целей в международной среде / Эрин Мейер. – М.: Библос, 2018. – 282 с.
37. Невелева И. М. Деловая культура, универсальность и специфика: автореф. дис. ... д-ра филос. наук / И. М. Невелева. – Ростов-на-Дону: [б. и.], 2002. – 55 с.
38. Очиров О. Р. Введение в современную деловую культуру Китая: учебное пособие / О. Р. Очиров. – Чита: Забайкал. гос. гум.-пед. ун-т, 2008. – 149 с.
39. Попова З. Д. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: ВГУ, 2000. – 30 с.
40. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир; пер. с англ. под ред. и с предисл. А. Е. Кибрика. – М.: Прогресс: Изд. группа «Универс», 1993. – 654 с.
41. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты / Г. Г. Слышкин. – Волгоград: Перемена, 2004. – 340 с.
42. Спешнев Н. А. Китайцы: особенности национальной психологии / Н. А. Спешнев. – СПб.: КАРО, 2011. – 336 с.
43. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М.: «Академический Проспект», 2004. – 992 с.
44. Стернин И. А. Русское и китайское коммуникативное поведение / И. А. Стернин. – Воронеж: ВГУ, 2002. – 76 с.

45. Сусоколов А. А. Антрополог в поднебесной: вопросы и ответы / А.А. Сусоколов // Бюллетень «ЭСФорум». – 2007. – № 1 (02). – С. 2–4.
46. Тан Аошуан. Китайская картина мира: язык, культура, ментальность / Аошуан Тан. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 240 с.
47. Телия В. Н. Основные постулаты лингвокультурологии / В. Н. Телия // Филология и культура: в 3 ч. / Отв. ред. Н. Н. Болдырев. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 1999. – Ч. III. – С. 14–15.
48. Титаренко М. Л. Духовная культура Китая: энциклопедия в 5 т. / М. Л. Титаренко, А. И. Кобзев, А. Е. Лукьянов. – М.: Изд. фирма «Восточная литература» РАН, 2007. – 887 с.
49. Толстой Н. И. Язык и народная культура: очерки по слав. мифологии и этнолингвистике / Н. И. Толстой. – М.: Индрик, 1995. – 509 с.
50. Ульянова К. А. Официально-деловой стиль китайского языка: деловая переписка и внешнеторговая документация: автореф. дис. ... канд. филол. наук / К. А. Ульянова. – М.: [б. и.], 2019. – 30 с.
51. Хайрулина Х. Р. Сопоставительная лингвокультурология: Учебное пособие для магистрантов / Х. Р. Хайрулина. – Уфа: Изд-во БГТУ, 2015. – 97 с.
52. Хофстеде Г. Организационная культура. Управление человеческими ресурсами / Г. Хофстеде; под ред. М. Пула, М. Уоррена. – СПб.: Питер, 2002. – 100 с.
53. Цветков Н. В. Методология компонентного анализа, его сферы и границы (на материале лексики русского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. В. Цветков. – М.: [б. и.], 1984. – 16 с.
54. Цзинь Ли. Культурные основы обучения. Восток и Запад / Ли Цзинь; пер. с англ. под науч. ред. С. Р. Филоновича. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 464 с.

55. Цзюань Лю. Лингвокультурология: новый аспект исследования современной русской женской литературы / Лю Цзюань // Русская литература и искусство. – 2018. – № 3. – С. 82.
56. Чернышова Т. В. Современный публицистический дискурс (коммуникативно-стилистический аспект) / Т. В. Чернышова. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 178 с.
57. Шаклеин В. М. Лингвокультурная ситуация и исследование текста / В. М. Шаклеин. – М.: Общ-во любителей рус. словесности, 1997. – 180 с.
58. Ширяева Т. А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Т. А. Ширяева. – Краснодар: [б. и.], 2008. – 50 с.
59. Шихирев П. Н. Введение в российскую деловую культуру: учеб. пособие / П. Н. Шихирев. – М.: Типография «Новости», 2000. – 200 с.
60. Юйхуа С. «Крым» как феномен языкового сознания сточки зрения политической лингвистики / Сунь Юйхуа, Лю Хун, Пэн Вэньчжао // Иностранные языки и их преподавание. – 2016. – № 6. – С. 19.
61. Язовских Е. В. Китайско-российское сотрудничество в области туризма на современном этапе / Е. В. Язовских, Ц. Чжэн // Modern Economy Success. – 2020. – № 1. – С. 238–242.
62. Язовских Е. В. Межкультурная коммуникация в сфере высшего образования на примере России и Китая / Е. В. Язовских, Я. Нань // Язык. Культура. Коммуникация. Материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. С. А. Борисова, И. Н. Соколова. – Ульяновск: УлГУ, 2020. – С. 187–192.
63. Ян Ч. О развитии лингвокультурологии в Китае / Чжоу Ян // Современное педагогическое образование. – 2020. – № 1. – С. 173–176.
64. Ang S. Cultural Intelligence: Origins Conceptualization, Evolution, and Methodological Diversity / S. Ang, L. van Dyne, & T. Rockstuhl // Advances in Culture and Psychology. Vol. 5. Handbook of Advances in Culture and

Psychology / M. J. Gelfand, C.-Y. Chiu & Y.-Y. Hong (Eds.). – Oxford University Press, 2014. – P. 273–323.

65. Chan W. T. A Source of Book in Chinese Philosophy / W. T. Chan. – U.S.A.: Princeton University Press, 1963. – 856 p.

66. Chen X. P. On the Intricacies of the Chinese Guanxi: A Process Model of Guanxi Development / X. P. Chen & C. C. Chen // Asia Pacific Journal of Management. – 2004. – Vol. 21, No. 3. – P. 305–324.

67. Fang T. Chinese Business Negotiating Style / T. Fang. – California, U.S.A.: Sage Publications, 1999. – 339 p.

68. Hall E. T. Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans / E. T. Hall. – Intercultural Press, 1990. – 196 p.

69. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival / G. Hofstede. – McGraw-Hill, 2004. – 300 p.

70. Hwang K. K. Face and Favor. The Chinese Power Game / K. K. Hwang // American Journal of Sociology. – 1987. – Vol. 92, No. 4. – P. 944–974.

71. Jacobs B. J. A Preliminary Model of Particularistic Ties in Chinese Political Alliances: Kan-ch'ing nad Kuan-his a Rual Taiwanese Township / B. J. Jacobs // China Quarterly. – 1979. – Vol. 78. – P. 237–273.

72. Kipnis A. B. Producing Guanxi: Sentiment, Self, and Subculture in a North China Village / A. B. Kipnis. – N.C. London, England: Duke University Press, 1997. – 226 p.

73. Lee M. Doing Business in China: the Experience of Taiwanese Businessman in Various Place of China / M. Lee & P. Xu. – Taipei, Taiwan: Commercial Culture, 2001.

74. Luo Y. Guanxi and Business / Y. Luo. – Singapore: World Scientific Publishing, 2000. – 342 p.

75. Seligman S. D. Chinese Business Etiquette / S. D. Seligman. – New York: Grand Central Publishing, 1999. – 304 p.

76. Trompenaars F. Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business / F. Trompenaars. – London: Nicholas Brealey, 2013. – 265 p.

77. Wang C. L. Guanxi vs. Relationship Marketing: Exploring Underlying Differences / C. L. Wang // Industrial Marketing Management. – 2007. – Vol. 36, iss. 1. – P. 81–86.

78. Wong Y. H. Guanxi Relationship Marketing in a Chinese Context / Y. H. Wong & T. K. P. Leung. – New York: Psychology Press, 2001. – 229 p.

79. Wong Y. H. Relationship Marketing in China: Guanxi, Favouritism and Adaptation / Y. H. Wong & R. Y. K. Chan // Journal of Business Ethics. – 1999. – Vol. 22, no. 3. – P. 107–108.

80. Wong Y. H. The Dynamics of Guanxi in China / Y. H. Wong // Singapore Management Review. – 1998. – Vol. 20, no. 2. – P. 25–42.

81. Yadong Luo. Guanxi and Business / Luo Yadong. – Honolulu: University of Hawaii, 2000. – 356 p.

82. 姬玫. «跨文化交际中中英交际风格的差异», 甘肃省兰州市, 兰州商学院外语学院// 文化与艺术研究» – 2011 (3).

83. 胡文仲. «超越文化的屏障», 北京市. –外语教学与研究出版社, 2004. – 281 页.

Словари и электронные ресурсы

84. Азимов Э. Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. – М.: Изд-во ИКАР, 2009. – 448 с.

85. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136–137.

86. БКРС = Большой китайско-русский словарь / под ред. И. М. Ошанина [Электронный ресурс]. – URL: <https://bkrs.info/> (дата обращения: 29.01.2021).
87. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. – Назрань: Изд. ООО «Пилигрим», 2005. – 376 с.
88. Кожевников И. Р. Словарь привычных выражений современного китайского языка: более 1000 словосочетаний / И. Р. Кожевников. – МЛ: АСТ: Восток-Запад, 2005. – 333, [3] с.
89. КРС = Китайско-русский словарь [Электронный ресурс]. – URL: <https://qianyuix.com> (дата обращения: 29.01.2021).
90. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка / С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
91. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородников и др. – М.: Наука, 2007. – 840 с.
92. МАС = Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: Рус. яз., 1981–1984. – Т. I–IV.
93. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 561 с.
94. Телия В. Н. Большой фразеологический словарь русского языка / В. Н. Телия. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. – 784 с.
95. ТСРЯ = Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. – М.: Азбуковник, 2011. – 1175 с.
96. ФСРЯ = Финансовый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – URL: https://gufo.me/dict/financial_terms (дата обращения: 29.01.2021).
97. ССЛ = Лингвистический корпус Пекинского университета [Электронный ресурс]. – URL: http://ccl.pku.edu.cn:8080/ccl_corpus/ (дата обращения: 12.12.2020).

98. Dr. Eye. Online Chinese English English-Chinese Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dreyeye.com> (дата обращения: 12.12.2020).

99. 漢典字典搜索 = Китайский классический поисковый словарь [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.zdic.net/> (дата обращения: 29.01.2021).

100. 在线成语词典 = Словарь идиом Синхуа [Электронный ресурс]. – URL: <https://cy.5156edu.com> (дата обращения: 29.01.2021).

101. 新华词典 = Словарь китайского языка Синхуа [Электронный ресурс]. – URL: <https://xh.5156edu.com> (дата обращения: 29.01.2021).

102. 国学大师 = Словарь мастера академической науки древнего Китая [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.guoxuedashi.com> (дата обращения: 29.01.2021).

103. 象形字典 = Словарь пиктографии [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vividict.com/> (дата обращения: 29.01.2021).

104. 近义词大全 = Словарь синонимов китайского языка [Электронный ресурс]. – URL: <http://jinyici.xrcha.com> (дата обращения: 29.01.2021).[

105. 现代汉语词典 = Современный словарь китайского языка [Электронный ресурс]. – URL: <https://cidian.bmcx.com/> (дата обращения: 29.01.2021).

106. 百度文库 = Хранилище документов Байду [Электронный ресурс]. – URL: <http://wenku.baidu.com/> (дата обращения: 29.01.2021).

ПРИЛОЖЕНИЕ

Компонентный анализ деловой лексики (сопоставительные таблицы)*

Таблица А1. Компонентный анализ лексемы 商务 *shāngwù*

Лексема Сема	商务 <i>shāngwù</i> деловой, коммерческий, торговый	
Словарная статья	商业上的事务。занятие бизнесом	
Морфемы	商 <i>shāng</i>	务 <i>wù</i>
Значение слогов	1.两个以上的人在一起计划、讨论 когда больше двух человек вместе обсуждают, планируют 2. 买卖 (<i>mǎimài</i>), 生意 (<i>shēngyì</i>) торговля, торговое дело, бизнес 3. 古指行商 в древности (определение) относилось к торговле 后泛指做买卖的人, 亦用以指从事 私营工商业的人 позже относится к коммерции, также указывает на занятие в частной промышленности и торговле	1.事情 дело; обстоятельство; дела 2. 从事 -заниматься (чем-л.); приниматься за...; отдаться, посвятить себя (чему-л.); 致力 (<i>zhìlì</i>) – отдавать силы, стараться изо всех сил, прилагать усилия 3.追求(<i>zhuīqiú</i>) гнаться за (чем-л.), стремиться к (чему-л.), преследовать (цели, интересы); стремления, желания, цель, мечта
КЛС	事务 <i>shìwù</i> – занятие (дело, работа)	
ДС	商业 <i>shāngyè</i> – бизнесом (коммерцией, торговлей) (чем?)	
КС	–	

Таблица А2. Компонентный анализ лексемы *деловые*

Лексема Сема	деловые
Словарная статья	Дело – работа, занятие, деятельность Деловой – 1.относящийся к общественной, служебной деятельности, к работе 2. знающий дело, толковый, дельный
КЛС	Занятие, деятельность
ДС	Относящийся к общественной, служебной деятельности, к работе (указание деятельности)
ДС	знающий дело, толковый, дельный (какой?оценочный признак)
КС	–

* Русские толкования приводятся по изданиям: [МАС 1981–1984; Кузнецов 2000; ТСРЯ 2011] с предпочтением в пользу более поздних изданий и с дополнениями по более ранним. Толкования китайских лексем даются в опоре на словари: [БКРС; КРС; ССЛ; Dr. Eye; 百度文库; 国学大师; 象形字典; 近义词大全; 新华词典; 在线成语词典; 现代汉语词典; 汉语词典搜索] с предпочтением в пользу изданий, позволяющих осуществлять сопоставительный (русско-китайский) анализ.

Таблица А3. Компонентный анализ лексемы 往来 wǎnglái

Лексема Сема	往来 wǎnglái – связи	
Словарная статья	来去 (lái qù) ходить туда и обратно 去而复来 (qù ér fù lái) уходить и возвращаться 循环不息 (xúnhuán bù xī) двигаться в непрерывном цикле 交往 wǎng – Общаться, поддерживать знакомство, быть в отношениях ; 交际 общение, коммуникация 往来密切 断绝往来。Связь; общение: тесное общение (близкий контакт), прерывать общение (прекратить общение). 来去 приходиться и уходить 路上行人往来匆匆 люди на дороге поспешно приходят и уходят	
Морфемы	往 wǎng (гл.) уходить, уезжать; удаляться; бежать, продолжать идти, идти вперед (дальше)	来 lái (гл.) прийти, являться, прибыть, прислать
Значение морфем	去, 到: Примеры: 往返 идти туда и обратно (уходить и возвращаться) 往复 ходить взад и вперед, общаться, поддерживать связь, обмениваться письмами; переписка 往还 поддерживать отношения, общаться; 交往 вращаться; общаться; соприкасаться; иметь дело; знакомство; связь; общение; вращение	–
КЛС	Связь; общение: тесное общение (близкий контакт)	
Пример	路上行人往来匆匆 (lùshàng xíng rén wǎnglái cōngcōng) на дороге люди поспешно встречаются и расходятся (пример)	
Пример	鸟儿在树丛中往来旋绕 (niǎo er zài shù cóng zhōng wǎnglái xuánràò) птицы в роще кружатся в непрерывном цикле (пример)	
КС	–	

Таблица А4. Компонентный анализ лексемы связи

Лексема Сема	связи, контакты, общение	
Словарная статья	1. Взаимная связь разных предметов, действий, явлений, касательство между кем-чем-нибудь. 2. Связь между кем-нибудь, возникающая при общении, контактах.	
КЛС	1. Взаимная связь 2. Связь между кем-н., возникающая при общении, контактах.	
ДС	1. разных предметов, действий, явлений (указание предмета связи) 2. между кем-нибудь.	
ДС	1. между кем-нибудь, возникающая при общении, контактах (условие) 2. возникающая при общении контактах	
КС	–	

Таблица А5. Компонентный анализ лексемы 商业 *shāngyè*

Лексема Сема	商业 <i>shāngyè</i> – торговля, бизнес, коммерция
Словарная статья	专门从事商品买卖活动的经济部门。包括国内贸易和对外贸易。通过商品的收购、调运、储存和销售活动，把产品从生产领域转移到消费领域。是联结生产者和消费者、工业和农业、城市和乡村、地区和地区之间的经济桥梁和纽带 Сектор экономики, специализирующийся на торговле товарами. Включая внутреннюю и внешнюю торговлю. Посредством закупки, отправки, хранения и продажи товаров, продукты перемещаются из области производства в область потребления. Это экономический мост и связующее звено между производителями и потребителями, промышленностью и сельским хозяйством, городами и селами, областями и регионами.
КЛС	经济部门 отрасль экономики
ДС	专门从事商品买卖活动 специализирующаяся на торговле товарами
ДС	包括国内贸易和对外贸易 включая внутреннюю и внешнюю торговлю
ДС	通过商品的收购、调运、储存和销售活动，把产品从生产领域转移到消费领域。 посредством закупки, отправки, хранения и продажи товаров, продукты перемещаются из области производства в область потребления. (как, указание способа)
ДС	是联结生产者和消费者、工业和农业、城市和乡村、地区和地区之间的经济桥梁和纽带 экономический мост и связующее звено между производителями и потребителями, промышленностью и сельским хозяйством, городами и селами, областями и регионами (указание участников)
КС	–

Таблица А6. Компонентный анализ лексемы торговля

Лексема Сема	торговля
Словарная статья	Вид предпринимательской деятельности, связанной с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям [ФСРЯ]. (в широком смысле) – Отрасль хозяйства, экономики и вид экономической деятельности, объектом, полем действия которых является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и их доставки, хранение товаров и их подготовка к продаже
КЛС	Отрасль хозяйства, экономики и вид экономической деятельности Вид предпринимательской деятельности
ДС	объектом, полем действия которых является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживание покупателей (что?)
ДС	в процессе продажи товаров и их доставки (в процессе чего?)
ДС	хранение товаров и их подготовка к продаже (что?)
КС	–

Таблица А7. Компонентный анализ лексемы *бизнес*

Лексема Сема	бизнес
Словарная статья	Предпринимательская экономическая деятельность, приносящая доход, прибыль (получать доход, а также наживаться). <i>Малый, средний бизнес. Заняться бизнесом. Делать бизнес на чем-нибудь.</i>
КЛС	Предпринимательская экономическая деятельность
ДС	приносящая доход, прибыль
ДС	получать доход, а также наживаться
КС	–

Таблица А8. Компонентный анализ лексемы *коммерция*

Лексема Сема	коммерция
Словарная статья	Торговля, торговые операции; хозяйственная деятельность по обороту, купле и продаже товаров [ТСРЯ 2011: 354, 991; ФСРЯ].
КЛС	деятельность
ДС	по обороту, купле и продаже товаров
ДС	хозяйственная, т. е. направленная на получение прибыли
КС	–

Таблица А9. Компонентный анализ лексемы *生意 shēngyì*

Лексема Сема	生意 shēngyì – бизнес, коммерция
Словарная статья	1.生机。生命力。 2.意态。 3.生计; 生活。 4.活儿; 工作。 5.境遇。 6.谓主张。 7.犹言感兴趣。 8.谓外加别的意思。 9.买卖; 做买卖。 10.指钱财。 1. Жизнеспособность, воля к жизни. 2. Отношение. 3. Средства к существованию, условия жизни; жизнь. 4. Живой, энергичный; мастерство, искусство, талант, умение. 5. Участь; судьба; удел. 6. Смысл; значение. 7. Быть заинтересованным, испытывать интерес. 8. Это означает вдобавок отдельное стремление 9. Торговое дело; вести бизнес. 10. Относится к деньгам.
КЛС	торговое дело; вести бизнес
КС	–

Таблица А10. Компонентный анализ лексемы *бизнес, коммерция*

Лексема Сема	бизнес, коммерция
Словарная статья	Предпринимательская экономическая деятельность, приносящая доход, прибыль. <i>Малый, средний бизнес</i>
КЛС	деятельность
ДС	приносящая доход, прибыль
КС	–

Таблица А11. Компонентный анализ лексемы *合作 hézuò*

Лексема Сема	合作 hézuò – сотрудничать, работать вместе; сотрудничество; кооперация; совместный, кооперативный	
Морфемы	合 hé – объединяться	作 zuò – делать
Словарная статья	互相配合做某事或共同完成某项任务：分工合作 技术合作。Hùxiāng pèihé zuò mǒu shì huò gòngtóng wánchéng mǒu xiàng gènwù: Fēngōng ~gǔn jìshù ~. Сотрудничать друг с другом, чтобы сделать что-то или выполнить задачу вместе: разделение труда технологии	
КЛС	сотрудничать друг с другом	
ДС	чтобы сделать что-то или выполнить задачу вместе	
ДС	分工合作 技术合作. разделение труда технологии (пример, уточнение)	
КС	–	

Таблица А12. Компонентный анализ лексемы *сотрудничать*

Лексема Сема	сотрудничать	
Словарная статья	1. Работать, действовать, принимать участие в общем деле 2. Быть сотрудником [ТСРЯ 2011: 923]	1. Заниматься какой-л. деятельностью 2. Быть сотрудником [МАС, т. IV: 211]
КЛС	заниматься, делать	
ДС	1. вместе (как)	1. совместно с кем-л. (как)
ДС	2. в общем деле (где)	2. какого-л. учреждения или печатного органа (где)
КС	–	

Таблица А13. Компонентный анализ лексемы *伙伴 (huǒbàn)*

Лексема Сема	伙伴(huǒbàn) – партнер	
Морфемы	伙 huǒ – пища	伴 bàn – товарищ
Значение морфем	伙: 同伴, 一同做事的人: 同伙儿。伙伴 (亦作“火伴”)。旧指店员: 店伙。伙计。Товарищи, люди, которые работают вместе: товарищ. партнер (также известный как «напарник»). В старину относился к клерку: продавец магазина. Приятель.	伴: 同在一起而能互助的人: 伙伴。伴侣。Люди, которые вместе и могут помочь друг другу: партнеры. товарищ. 伴侣 – душевный друг
Словарная статья	古代兵制十人为一火, 火长一人管炊事, 同火者称为火伴, 现在泛指共同参加某种组织或从事某种活动的人, 写作伙伴。В древней военной системе десять человек были группой, а начальник отвечал за приготовление пищи. Их называли партнерами.	
КЛС	Товарищ по приему пищи, однокашник	
ДС	Теперь они обычно относятся к людям, которые участвуют в определенной организации	
ДС	занимаются определенной деятельностью,	

ДС	партнер по переписке.
КС	–

Таблица А14. Компонентный анализ лексемы *партнер*

Лексема Сема	партнер	
Словарная статья	Партия ж., (поль. Partja), фрн. (partie), о людях: сторонники, сторона, общество, защитники, одномышленники, соумышленники, собраты, товарищи по мнениям, убеждениям, стремлениям своим; союз одних лиц против других, у коих иные побуждения [и формулированные убеждения].	
КЛС	(фр. Partenaire) – 1) участник	2) участник в какой-л. совместной деятельности,
ДС	какой-либо игры (напр., спортивной, в карты);	–
ДС	по отношению к другому участнику	–
ДС	тот, кто вместе с кем-л. участвует в игре на сцене, в танцах и т. п.	–
КС	–	–

Таблица А15. Компонентный анализ лексемы *业务 yèwù*

Лексема Сема	业务 yèwù – деловые, дело	
Словарная статья	本行业(běn hángyè) текущее занятие; 本职的事务(běnzhi de shìwù) основная работа; 专业工作(zhuānyè gōngzuò) профессиональная работа	
Морфемы	业 yè – отрасль, должность, профессия, место работы, главное достижение, заслуга	务 wù – дело, заниматься, отдавать силы, стремиться
Значение морфем	1) 国民经济中的部门: 工业。农业 Guómín jīngjì zhōng de bùmén: Gōngyè. Nóngyè Отрасли в народном хозяйстве: промышленность, сельское хозяйство 2) 职务, 工作岗位: 职业。就业 Zhíwù, gōngzuò gǎngwèi Должность, место работы: профессия, занятость 3) 学习的功课: 学业。肄业。毕业。 业精于勤 Домашнее задание для обучения: учеба, учиться, закончить обучение, знание предмета оттачивается трудолюбием 4) 重大的成就或功劳: 创业。丰功伟业。业绩。 Главное достижение или заслуга: основать предприятие (положить начало делу, создать бизнес), выдающиеся дела, достижения 5) 从事: 业医。业商。 Занятие:	1) 事情 – дело; обстоятельство; дела 2) 从事 – заниматься (чем-л.); приниматься за...; отдаться, посвятить себя (чему-л.); 3) 致力 (zhìlì) – отдавать силы, стараться изо всех сил, прилагать усилия 4) 追求(zhuīqiú) – гнаться за (чем-л.), стремиться к (чему-л.), преследовать (цели, интересы); стремления, желания, цель, мечта

	профессиональной медициной, бизнесом 6) 财产: 产业 不动性, 工业性 7) 既, 已经: 业已。业经。 Прошедшее время: уже, после
КЛС	дело, занятие
ДС	текущее
ДС	основное
ДС	профессиональное
КС	–

Таблица А16. Компонентный анализ лексемы 事务 *shìwù*

Лексема Сема	事务 <i>shìwù</i> – дело, занятие, работа, административные дела, канцелярская работа, рутина	
Словарная статья	1.事情: 料事务, 察民俗 办理机关事务 事务繁多。2. 琐碎繁杂的具体工作: 事务主义者 整天陷在事务堆里不能自拔。3. 世事, 社会情况: 世间事务 不谙事务的孩子 他又住在这山旮旯子里, 外间事务, 一概不知。 1. Дела: распоряжаться делами, проверять народные нравы и обычаи ведение дел ведомств дела разные. 2. Простая и сложная конкретная работа: занимающийся повседневными делами. Тонуть во множестве дел весь день на пролет без возможности выбраться. 3. Мировые дела, социальная ситуация: мировые дела ребенок, который не разбирается в делах он живет в этой горе и ничего не знает о внешних делах.	
Морфемы	事 <i>shì</i> – делать, заниматься (чем-л.); управлять, ведать	务 <i>wù</i> – дело, заниматься, отдавать силы, стремиться
КЛС	дело, занятие	
ДС	распоряжаться делами	
ДС	Простое и сложное, конкретное	
КС	–	

Таблица А17. Компонентный анализ лексемы деловые

Лексема Сема	деловые
Словарная статья	Дело – работа, занятие, деятельность Деловой – 1) относящийся к общественной, служебной деятельности, к работе 2) знающий дело, толковый, дельный
КЛС	деятельность
ДС	относящийся к общественной, служебной деятельности, к работе
ДС	знающий дело, толковый, дельный (<i>оценочный признак</i>)
КС	–

Таблица А18. Компонентный анализ лексемы 关系 *guānxi*

Лексема Сема	关系 – <i>guānxi</i> связь, отношение; узы, взаимозависимость
-----------------	---

Морфемы	关 guān – дверь	系 xì – связывать и расширять отношения (такие, как родство). Также может быть использован для обозначения поддержания долгосрочных отношений
Словарная статья	<p>1) 事物之间相互作用、相互影响的状态：正确处理科学技术普及和提高的关系。Состояние взаимодействия и взаимовлияния между вещами: правильно управлять отношениями между популяризацией и совершенствованием науки и техники.</p> <p>2) 人和人或人和事物之间的某种性质的联系：拉关系 关系户 同志关系 军民关系 社会关系。Связь определенного характера между людьми или предметами (дословно: Гармония в человеческом обществе кончать дело миром, известного рода врожденное свойство природы качественно устанавливать отношения (связи). Примеры: обзаводиться контактами (устанавливать связи, завязывать отношения); домашние отношения; товарищеские отношения, военно-гражданские отношения, социальные отношения.</p> <p>3) 对有关事物的影响或重要性；с (常跟‘没有、有’连用)：这一点很有关系；没有关系。Влияние или важность связанных вещей; стоит отметить (часто используются в сочетании «очень актуально», «не связано» (в значении «ничего страшного»)</p> <p>4) 泛指原因、条件等。Пример: 由于时间关系，暂时谈到这里为止。В основном относится к причинам, условиям и т. д. Пример: Из-за нехватки времени я пока остановлюсь здесь.</p> <p>5) 表明有某种组织关系的证件。(biǎomíng yǒu mǒu zhǒng zǔzhī guānxì de zhèngjiàn) Полномочия, показывающие определенные организационные отношения. Пример: 随身带上团的关系 (suíshēn dài shàng tuán de guānxì) Взять с собой и принести групповые отношения.</p> <p>6) 关联 guānlián связывать ; 牵涉 qiānshè вовлекать</p>	
КЛС	Гармония в человеческом обществе	
ДС	кончать дело миром	
ДС	известного рода врожденное свойство природы	
ДС	качественно устанавливать отношения (связи)	
ДС	обзаводиться контактами (устанавливать связи, завязывать отношения)	
ДС	棉花是关系到国计民生的重要物资。С хлопком, как важнейшим ресурсом, связывают планы развития экономики (пример)	

Таблица А19. Компонентный анализ лексемы *отношения*

Лексема Сема	отношения
Словарная статья	<p>1. см. отнестись и относиться. 2. Взаимная связь разных предметов, действий, явлений, касательство между кем-чем-н. <i>Между двумя событиями обнаруживается определенное отношение. Не имеет отношения к чему-н.</i> (никак не относится). <i>Отношение между двумя величинами.</i> 3. В математике: частное, получаемое от деления одного числа на другое, а также запись соответствующего действия. <i>Равенство двух отношений.</i> 4. мн. Связь между кем-нибудь, возникающая при общении, контактах. <i>Отношения между людьми. Дружеские</i></p>

	<i>отношения. Деловые отношения. Международные отношения. Дипломатические отношения. 5. Официальная бумага, документ. О. из министерства [ТСРЯ 2011: 592].</i>
<i>КЛС</i>	Связь между кем-чем-нибудь
<i>ДС</i>	возникающая при общении, контактах.
<i>ДС</i>	между двумя событиями обнаруживается определенное отношение
<i>ДС</i>	Не иметь отношения к чему-нибудь (никак не относится)
<i>Пример</i>	отношения между людьми
<i>Пример</i>	дружеские отношения, деловые отношения, международные отношения, дипломатические отношения
<i>КС</i>	–

Таблица А20. Компонентный анализ лексемы 感情 gǎnqíng

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	感情 (gǎnqíng) – чувство
<i>Словарная</i> <i>статья</i>	1) 对外界刺激的比较强烈的心理反应: 动感情 感情流露。(Dui wàijiè cǐjī de bǐjiào qiángliè de xīnlǐ fǎnyìng: Dòng gǎnqíngyì gǎnqíng liúlù) Относительно сильная психологическая реакция на внешние раздражители: проявление эмоций. 2) 对人或事物关切、喜爱的心情: 联络感情 他对农村产生了深厚的感情。(Dui rén huò shìwù guānqiè, xǐ'ài de xīnqíng: Liánluò gǎnqíngyì tā duì nóngcūn chǎnshēngle shēnhòu de gǎnqíng) Чувство заботы и любви к людям или вещам: объединяющие чувства. Он испытывает глубокие чувства к деревне.
<i>ДС</i>	1. Относительно сильная психологическая реакция 2. Чувство заботы и любви к людям или вещам: объединяющие чувства
<i>ДС</i>	1. на внешние раздражители: проявление эмоций
<i>КС</i>	–

Таблица А21. Компонентный анализ лексемы *чувство*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	чувство
<i>Словарная</i> <i>статья</i>	1.Способность ощущать, испытывать, воспринимать внешние воздействия, а также само такое ощущение. Внешние чувства (зрение, слух, осязание, обоняние, вкус). Органы чувств. Чувство боли. Шестое чувство (чутье, интуиция). 2. (мн. в одном знач. с ед.). Состояние, в котором человек способен сознавать, воспринимать окружающее. Лишиться чувств (упасть в обморок, впасть в бессознательное состояние). Привести, прийти в чувства. Без чувств кто-нибудь. (без сознания). 3. Эмоция, переживание. Чувство радости. Чувство огорчения. 4. Осознанное отношение к чему-нибудь. Чувство собственного достоинства (самоуважение). Чувство юмора (способность видеть и понимать смешное). Чувство долга. Чувство ответственности. Чувство нового. 5. То же, что любовь (в 1 знач.). Первое чувство. Большое чувство. Нежное чувство.
<i>КЛС</i>	Способность ощущать, испытывать, воспринимать внешние воздействия, а

	также само такое ощущение.
ДС	Внешние чувства (зрение, слух, осязание, обоняние, вкус).
ДС	Органы чувств, чувство боли. Шестое чувство (чутье, интуиция).
КС	–

Таблица А22. Компонентный анализ лексемы 人情 *renqing*

Лексема	人情(<i>renqing</i>) 1) человеческие чувства (отношения), симпатии, приязнь; участие; душевная теплота, высшие чувства, благородные побуждения, правила общежития, условность человеческих отношений, внешние проявления чувств; протокол, подарки, подношения, выражать свои чувства, милость, любезность, сочувствие; доброе отношение [БКРС]. 2). лицепрятие, протекция, дружба, расположение, внимание
Сема	
Словарная статья	<p>1)人之通常的心情事理：不近人情 人情世故。Rén zhī tōngcháng de xīnqíng shìlǐ: Bù jìn rénqíng rénqíngshìgù. Правила общения, условности человеческих отношений (человеческие обязательства, долги): не достоин человека (не понимает человеческого отношения, не понимает сути вещей); житейская мудрость, отношения между людьми</p> <p>2)交情；情面：做个空头人情 不讲人情 此事须要托人情才办得。Jiāoqíng; qíng miàn: Zuò gè kōngtóu rénqíng bù jiǎng rénqíng cǐ shì xūyào tuō rénqíng cái bàn dé. Отношения между людьми; лицо. Пример: делать показное одолжение; не понимает человеческих отношений (бесчеловечный, не помогает тому, кто нуждается в помощи); вести дела следует на основе личных отношений</p> <p>3)人际往来应酬的礼节习俗：亲戚朋友多少人情客礼，哪里都要顾到 这些事并非只是为糟蹋钱，而是有些必须尽到的人情。Rénjì wǎnglái yìngchóu de lǐjié xíshù: Qīnqī péngyǒu duōshǎo rénqíng kè lǐ, nǎlǐ dōu yào gù dào zhèxiē shì bìngfēi shì zhǐ wèi zāotà qián, ér shì yǒuxiē bìxū jǐn dào de rénqíng. Этикет и обычаи межличностных отношений и правила ответить взаимностью: нужно заботиться (иметь особое расположение) о родственниках и друзьях. В любом деле следует принимать во внимание важное. Это вовсе не исключительно ради денег. Обязательно следует делать все, что в силах для человеческих отношений</p> <p>4)礼物：你许了我人情又不还。Lǐwù: Nǐ xǔle wǒ rénqíng yòu bù hái: Подарок: Вы обещали оказать мне помощь, но не оказали ее (у вас было передо мной обязательство, но вы не выполнили его)</p>
КЛС	Этикет и обычаи межличностных отношений ответить взаимностью
ДС	В любом деле следует принимать во внимание важное (<i>пояснение</i>)
ДС	Это вовсе не исключительно ради денег (<i>пояснение</i>)
ДС	Обязательно следует делать все, что в силах для человеческих отношений (<i>пояснение</i>)
КС	–

Таблица А23. Компонентный анализ лексемы *обязательство*

Лексема	обязательство
Сема	
Словарная статья	Официально данное обещание, обычно в письменной форме, требующее безусловного выполнения.

	Обещание или договор, ставящий принявшего его в необходимость обязательно выполнить условленное.
<i>КЛС</i>	Обещание или договор
<i>ДС</i>	ставящий принявшего его в необходимость обязательно выполнить условленное
<i>КС</i>	–

Таблица А24. Компонентный анализ лексемы *信任 xinren*

Лексема Сема	信任 xinren – доверять
Словарная статья	1. 相信并加以任用。 одновременно доверять и назначать на службу (в значении быть уверенным в человеке и назначить его на должность) 2. 谓相信。 доверять 3. 任随, 听凭 разрешать, позволять (начальник в него верит и позволяет все, что он хочет) 4. 意志坚定的将心托付。 доверять от всего сердца 5. 互相信赖, 信任。 взаимное доверие 6. 信任对方。 доверять другому 7. 互相信得过的人。 который доверяет 8. 认为正确或确实, 不怀疑。 думать, что это правильно и действительно и не сомневаться 9. 九指儒家五常中的: 礼智仁义信中的信。(五常 wuchang) – пять постоянств или пять добродетелей ритуал, мудрости
<i>КЛС</i>	быть уверенным
<i>ДС</i>	доверять от всего сердца
<i>ДС</i>	взаимное доверие
<i>ДС</i>	доверять другому
<i>ДС</i>	думать, что это правильно и действительно и не сомневаться
<i>КС</i>	имеет как положительную, так и отрицательную коннотацию

Таблица А25. Компонентный анализ лексемы *доверие*

Лексема Сема	доверие
Словарная статья	Уверенность в чьей-нибудь добросовестности, искренности, в правильности чего-н. <i>Питать к кому-н. доверие. Цифры, не внушающие доверия. Оказать д. кому-н. доверие. Войти в доверие</i> [ТСРЯ 2011: 293].
<i>КЛС</i>	уверенность
<i>КС</i>	имеет как положительную, так и отрицательную коннотацию

Таблица А26. Компонентный анализ лексемы *战略 zhànlüè*

Лексема Сема	战略 zhànlüè – стратегия
Словарная статья	1) 指导战争全局的计划和策略。所要研究和解决的主要问题有: 武装力量的建设和使用, 国防工业的布局和武器装备的研制, 战争动员, 战争的发生、发展及其特点、规律, 战略方针、任务、方向和主要作战形式的确

	<p>定, 战略情报、通信、指挥系统的建设等。</p> <p>Общее положение ведения военных расчетов и планов. Основными вопросами, которые необходимо изучить и решить, являются: строительство и использование вооруженных сил, структура национальной оборонной промышленности и развитие вооружения и техники, военная мобилизация, возникновение и развитие войны и ее характеристики, законы, стратегическая политика, задачи, направления и основные формы боевых действий. Создание систем стратегической разведки, связи и командования.</p> <p>2) 泛指国家、政党对全局性问题的谋划, 在一定历史时期内具有相对稳定性, 通过策略手段逐步实现。战略与策略的区分是相对的, 一定范围内的战略问题, 在更大的范围内可以是策略问题</p> <p>Обычно относится к планам страны и политических партий по общим вопросам, которые в определенный исторический период относительно стабильны, и постепенно реализуются стратегическими средствами. Разница между стратегией и тактикой относительна: стратегические вопросы в определенном диапазоне могут быть стратегическими проблемами в более широком диапазоне</p>	
Морфемы	战 zhàn – сражаться	略 lüè – стратегия
Значение морфем	<p>打仗: 战争。战机。战绩。战略。战术。战国 (我国历史上的一个时代)。泛指争斗, 比高下: 论战。争战。Сражаться: война, удобный для боя момент, боевые заслуги, стратегии, тактики. Воюющие государства (эпоха в истории нашей страны). Относится к боевым действиям в целом, для сравнения: противоречие: вести вооруженную борьбу.</p>	<p>大致, 简单, 不详细: 大略。简略。粗略。略微。略有所闻。略知一二。省去, 简化: 省略。忽略。其余从略。简要的叙述: 史略。要略。事略。计谋: 方略。策略。战略。抢, 掠夺: 侵略。攻城略地。смотреть общем и целом, просто, без подробностей: во всех деталях. в общих чертах, вкратце, приблизительный, чуть-чуть, немного знать о (чем-либо), быть немного знакомым (с предметом) не принимать во внимание, упростить: опустить. Не обращать внимание. Остальное опущено. Краткий исторический очерк. Резюме. Биографический очерк. план (хитрость): замысел. Маневр, стратегия, захватывать, отбирать: вторгаться, осаждать.</p>
КЛС	<p>1) Общее положение ведения военных расчетов и планов.</p> <p>2) Обычно относится к планам страны и политических партий по общим вопросам.</p>	
ДС	<p>2) которые в определенный исторический период относительно стабильны, и постепенно реализуются стратегическими средствами.</p>	
ДС	<p>Разница между стратегией и тактикой относительна: стратегические вопросы в определенном диапазоне могут быть стратегическими проблемами в более широком диапазоне (пояснение)</p>	
КС	–	

Таблица А27. Компонентный анализ лексемы *стратегия*

Лексема Сема	стратегия
Словарная статья	1. Наука о ведении войны, искусство ведения войны. Теория военной стратегии. 2. Общий план ведения войны, боевых операций. Победоносная стратегия. 3. перен. Искусство руководства общественной, политической борьбой, а также вообще искусство планирования руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах. Стратегия научного поиска (прил.) стратегический, -ая, -ое. Стратегические резервы. Стратегические наступательные вооружения. Стратегический план. Стратегическое сырье (имеющее военное значение).
КЛС	Наука о ведении войны, искусство ведения войны. Общий план ведения войны, боевых операций. Искусство руководства общественной, политической борьбой
ДС	а также вообще искусство планирования руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах
КС	–

Таблица А28. Компонентный анализ лексемы *管理 guǎnlǐ*

Лексема Сема	管理 guǎnlǐ – управление, управлять	
Словарная статья	1) 负责某项工作使顺利进行: 管理财务 管理国家大事。2) 保管和料理: 管理图书 公园管理处。3). 照管并约束 (人或事物): 管理罪犯 管理牲口。 Отвечает за успешное выполнение определенной задачи: 1) управление финансами 2) хранение и приведение в порядок: управление книгами. 3) управление ограничениями	
Морфемы	管 guǎn – управлять, заведовать, руководить (чем-л.); иметь в подчинении; заниматься, ведать (чем-либо)	理 lǐ – упорядочивать, приводить в порядок; поправлять, чинить, ремонтировать; настраивать; управлять (страной); ведать (делами); судить (о тяжбе); вести (напр. торг); распоряжаться (делом); решать (вопрос)
Значение морфем	负责, 经理: 管理 fùzé, jīnglǐ: guǎnlǐ. Отвечать за что-то, управлять: заведовать, распоряжаться; вести дела; регулировать; контролировать	物质本身的纹路、层次, 客观事物本身的次序: 心理。肌理。条理。事理。 Фактура и порядок самого материального мира (объективной реальности), порядок сам по себе: склад ума, текстура. порядок (система, стройность). логика вещей (суть дела).
КЛС	успешное выполнение задачи;	
КС	–	

Таблица А29. Компонентный анализ лексемы *управление*

Лексема Сема	управление
Словарная статья	1) Деятельность органов власти. Органы государственного управления. Местное управление. 2) Совокупность приборов, приспособлений, устройств, посредством которых управляется ход машины, механизма. Рычаги управления. 3) Крупное подразделение какого-нибудь учреждения, крупное административное учреждение. Статистическое управление.
КЛС	деятельность органов власти
КС	–

Таблица А30. Компонентный анализ лексемы *处理 chǔlǐ*

Лексема Сема	处理 chǔlǐ – заведовать, вести, ведать, управлять, распоряжаться; решать, разрешать (напр. вопросы, проблемы); разбирать (напр. конфликт); приводить в порядок, налаживать, устраивать, улаживать, действовать (по данному делу), принимать меры; исполнять, распродавать (по сниженным ценам), обрабатывать, манипулирование, вести переговоры	
Словарная статья	1. 处置; 办理。 Упорядочивать, вести дела 2. 指定刑; 处罚。 Наказывать, налагать взыскание	
Морфемы	处 chǔ	理 lǐ
Значение морфем	居住 проживание 存在, существование 跟别人一起生活, 交往 Общаться и жить с другими 决定, 决断 Решать 对犯错误或有人给予相当的惩戒 Наказать тех, кто ошибается или виноват 地方 место; 点, 部分 черта, особенность 机关, 或机关、团体、单位里的部门 отдел, орган	物质本身的纹路、层次, 客观事物 本身的次序: 心理。肌理。条理。 事理。 Фактура и порядок самого материального мира (объективной реальности), порядок сам по себе: склад ума, текстура. порядок (система, стройность). логика вещей (суть дела).
КЛС	упорядочивать, вести дела, наказывать	
КС	–	

Таблица А31. Компонентный анализ лексемы *упорядочить*

Лексема Сема	упорядочить
Словарная статья	Навести порядок в чем-нибудь. <i>Упорядочить работу. Упорядочить взаимоотношения</i> [ТСРЯ 2011: 1031].
КЛС	Навести порядок
ДС	Упорядочить работу
ДС	Упорядочить взаимоотношения
КС	–

Таблица А32. Компонентный анализ лексемы 垂询 *chuíxún*

Лексема Сема	垂询 <i>chuíxún</i> – соблаговолить спросить, удостоить вопросом, снизить до вопросов (вежливая форма, подразумевающая вопросы начальника к подчиненному, клиента к производителю услуг и т. п.)
Словарная статья	屈尊询问 (敬辞): 尊长垂询。Соблаговолить спросить (формула вежливости): старшие по возрасту или положению задают вопросы
КЛС	Соблаговолить спросить
ДС	Старшие по возрасту или положению спрашивают
КС	–

Таблица А33. Компонентный анализ лексемы *снизойти до расспросов*

Лексема Сема	снизойти (до расспросов)
Словарная статья	Благосклонно, но свысока обратить внимание на кого-что-н., проявить участие к кому-чему-н. (обычно ирон.) [ТСРЯ 2011: 907].
КЛС	обратить внимание
ДС	благосклонно, но свысока
КС	обычно ирон.

Таблица А34. Компонентный анализ лексемы *соблаговолить (спросить)*

Лексема Сема	соблаговолить (спросить)
Словарная статья	Изъявить согласие, желание; соизволить. <i>Соблаговолите повиноваться. Не соблаговолил ответить</i> [ТСРЯ 2011: 909]
КЛС	изъявить желание
ДС	согласие
ДС	воля
КС	–

Таблица А35. Компонентный анализ лексемы *удостоить*

Лексема Сема	удостоить
Словарная статья	<i>Удостоить кого (что) чего</i> (в некоторых сочетаниях также <i>чем</i>). Оказать кому-нибудь внимание, сделав что-нибудь (устар. и ирон.). <i>Удостоить ласковым взглядом. Не удостоил ответом</i> (не пожелал отвечать; ирон.) [ТСРЯ 2011: 1020].
КЛС	оказать внимание
ДС	сделав
КС	устар. и ирон.

Таблица А36. Компонентный анализ лексемы 次品 *cìpǐn*

Лексема Сема	次品 <i>cìpǐn</i> – второсортный товар, некачественная вещь, изделие низкого качества; продукция, не отвечающая критериям качества (установленным нормам, стандартам); дефектный товар (некондиционный, с браком)
-----------------	---

Словарная статья	质量低于规定标准的产品。Продукция, качество которой ниже установленного стандарта
КЛС	качество ниже установленного стандарта
КС	отриц.

Таблица А37. Компонентный анализ лексемы *второсортный товар*

Лексема Сема	второсортный товар, некачественная вещь, изделие низкого качества; продукция, не отвечающая критериям качества (установленным нормам, стандартам); дефектный товар (некондиционный, с браком)
Словарная статья	не самый лучший товар
КЛС	не самый лучший
КС	–

Таблица А38. Компонентный анализ лексемы *出席 chūxí*

Лексема Сема	出席 chūxí – 1) присутствовать (напр. на собрании); участвовать в работе совещания [с правом решающего голоса] 2) занять свое место
Словарная статья	1. 离开席位。отходить от места 2. 犹到会。泛指参加会议或开某会时列于坐席 быть на собрании. Обычно относится к занятию места при посещении собрания или проведении собрания.
Морфемы	出 chū – появляться 席 xí – место
КЛС	Быть
ДС	обычно относится к занятию места при посещении собрания
КС	–

Таблица А39. Компонентный анализ лексемы *присутствовать (на собрании)*

Лексема Сема	присутствовать (напр. на собрании)
Словарная статья	1. Иметь место, иметься, наличествовать. 2. Быть где-нибудь в какое-нибудь время. Присутствовать на заседании.
КЛС	Быть, наличествовать
ДС	в каком-либо месте
ДС	в какое-либо время
КС	–

Таблица А40. Компонентный анализ лексемы *创办 chuàngbàn*

Лексема Сема	创办 chuàngbàn – учредить
Словарная статья	开始举办 Положить начало, начинать организовывать
Морфемы	创 chuàng – основать 办 bàn – делать, открывать
КЛС	Начинать, положить начало

КС	–
----	---

Таблица А41. Компонентный анализ лексемы *учредить*

Лексема Сема	учредить
Словарная статья	Основать, завести, создать. <i>Учредить научное общество</i>
КЛС	Основать
КС	–

Таблица А42. Компонентный анализ лексемы *负担 fùdān*

Лексема Сема	负担 fùdān – накладные расходы
Словарная статья	1) 承担 (责任、工作、费用等)。义务 (ответственность, работа, расходы и т. д.). 2) 承受压力或担当的责任、费用等: 思想负担 家庭负担 减轻负担。 Давление или ответственность, Расходы и т. д.: идеологическое бремя, семейное бремя, с.
Морфемы	负 fù 担 dān
КЛС	Расходы (также обязательство, ответственность, работа)
ДС	Давление или ответственность
ДС	идеологическое бремя
ДС	семейное бремя
КС	–

Таблица А43. Компонентный анализ лексемы *накладные расходы*.

Лексема Сема	накладные расходы
Словарная статья	Дополнительные к основным затратам расходы, необходимые для процессов производства, связанные с управлением, обслуживанием, содержанием и эксплуатацией оборудования плюс ненормированные расходы; брак, штрафы, пеня, проценты и т. д. [101].
КЛС	расходы
ДС	дополнительные к основным затратам
ДС	необходимые для процессов производства
ДС	связанные с управлением, обслуживанием, содержанием и эксплуатацией оборудования
КС	–

Таблица А44. Компонентный анализ лексемы *改革 gǎigé*

Лексема Сема	改革 gǎigé – (сущ.) реформа, (гл.) реформировать, изменять, преобразовывать
Словарная статья	把事物中旧的不合理的一部分改成新的、能适应客观情况的: 技术改革; 文字改革; 改革经济管理体制。Преобразовать старые и нерациональные

	части вещей на новые, которые могут адаптироваться к объективным условиям: технологические преобразования; реформа письменности; реформа системы управления экономикой
<i>КЛС</i>	Преобразовать
<i>ДС</i>	старые и нерациональные части вещей на новые (что?)
<i>ДС</i>	которые могут адаптироваться к объективным условиям (условие)
<i>КС</i>	–

Таблица А45. Компонентный анализ лексемы *реформировать*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	(сущ.) реформа, (гл.) реформировать, изменять, преобразовывать
Словарная статья	1. Преобразование в какой-нибудь области государственной, экономической и политической жизни не касающееся основ существующего социального строя. Политические экономические реформы. Эпоха социальных реформ. 2. Вообще преобразование изменение переустройство чего-нибудь. Реформа школьного образования. Денежная реформа. Реформировать – изменять путем реформ.
<i>КЛС</i>	Преобразование (преобразовать)
<i>ДС</i>	в какой-нибудь области государственной, экономической и политической жизни (где?)
<i>ДС</i>	не касающееся основ существующего социального строя (уточнение)
<i>КС</i>	–

Таблица А46. Компонентный анализ лексемы *改进 gǎijìn*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	改进 gǎijìn – улучшать; модернизировать; усовершенствовать
Словарная статья	改变旧有情况，使有所进步：改进工作 操作方法有待改进。Изменить старую ситуацию и добиться некоторого прогресса: необходимо улучшить работу и методы работы.
<i>КЛС</i>	Изменить старую ситуацию и добиться некоторого прогресса
<i>КС</i>	–

Таблица А47. Компонентный анализ лексемы *улучшать*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	улучшать; модернизировать; усовершенствовать
Словарная статья	Сделать хорошим, лучше. <i>Улучшить работу. Улучшить свои показатели.</i>
<i>КЛС</i>	Сделать хорошим, лучше
<i>Пример</i>	Улучшить работу (<i>пример</i>)
<i>Пример</i>	Улучшить свои показатели (<i>пример</i>)
<i>Пример</i>	Улучшить отношения с кем-нибудь (<i>пример</i>)
<i>КС</i>	–

Таблица А48. Компонентный анализ лексемы *工 / 工 gōngchǎng*

Лексема Сема	工厂 gōngchǎng – фабрика, завод; мастерская; промышленное предприятие;	
Словарная статья	直接进行工业生产活动的单位, 通常包括不同的车间。Организация, непосредственно занимающаяся промышленным производством, обычно включает разные мастерские.	
Морфемы	工 gōng – работа, труд	厂 chǎng – завод; фабрика; мастерская
КЛС	Организация, непосредственно занимающаяся промышленным производством	
ДС	обычно включает разные мастерские	
КС	–	

Таблица А49. Компонентный анализ лексемы *завод*

Лексема Сема	завод	
Словарная статья	Промышленное предприятие с механизированными процессами производства. <i>Металлургический завод. Работать на заводе. Уйти с завода.</i>	
КЛС	Промышленное предприятие	
ДС	с механизированными процессами производства	
КС	–	

Таблица А50. Компонентный анализ лексемы *фабрика*

Лексема Сема	фабрика	
Словарная статья	Промышленное предприятие с машинным способом производства. <i>Бумажная, суконная, кондитерская, ткацкая, швейная фабрика</i>	
КЛС	Промышленное предприятие	
ДС	с машинным способом производства	
КС	–	

Таблица А51. Компонентный анализ лексемы *旺市 wàng shì*

Лексема Сема	旺市 wàng shì – оживленный рынок	
Словарная статья	交易旺盛的市场形势 (跟 ‘淡市’ 相对): 营造节日旺市。 2、市场交易兴旺: 春节期间几家商场都是旺市一时。Ситуация на рынке при активной торговле (в отличие от «легкого рынка»): создание процветающего праздничного рынка. 2. Быстро развивающиеся рыночные сделки. Во время Весеннего фестиваля процветают несколько торговых центров.	
Морфемы	旺 wàng	市 shì рынок, место торговли, торговые сделки
Значение морфем	盛, 兴盛: 旺年 (水果等丰收的年份, 俗称 “大年”)。旺	1. 做买卖或做买卖的地方: 开市。菜市。市井 (街, 市场)。市曹。市侩 (旧指

	<p>盛 (shèng) 。 兴旺。旺季 Процветание, процветание: процветающий год (год плодов и других урожаев, широко известный как «большой год») Обильный. процветающий. Пик сезона.</p>	<p>买卖的中间人、唯利是图的奸商; 现泛指贪图私利的人)。 2. 买: 市义。市恩 (买好, 讨好)。3. 人口密集的行政中心或工商业、文化发 达的地方: 城市。都 (dū) 市。市镇。 4. 一种行政区划, 有中央直辖和省 (自 治区) 辖等: 北京市。南京市。 5. 中国人民习惯使用的度量衡单位: 市 制。市尺。市斤。 Место торговли: открытие рынка. продовольственный рынок. Рынок (улица, рынок). Служащие рынка (раньше относились к посредникам в бизнесе и спекулянтам; теперь обычно относятся к людям, которые ищут личной выгоды).</p>
КЛС	Ситуация на рынке при активной торговле	
ДС	создание процветающего праздничного рынка	
КС	–	

Таблица А52. Компонентный анализ лексемы *рынок*

Лексема Сема	рынок
Словарная статья	<p>1. Сфера товарного обращения, товарооборота. Внутренний рынок. Внешний рынок. Рынки сбыта (районы реализации товаров; спец.). 2. Место розничной торговли под открытым небом или в торговых рядах, базар. <i>Идти на рынок, с рынка. Покупать, торговать на рынке. Крытый рынок. Блошиный рынок</i> (рынок, на к-ром продаются старые поношенные вещи, мелкие товары с рук; разг.)</p>
КЛС	Место розничной торговли под открытым небом или в торговых рядах
Пример	Идти на рынок, с рынка
Пример	Покупать, торговать на рынке.
КС	–

Таблица А53. Компонентный анализ лексемы *ярмарка*

Лексема Сема	ярмарка
Словарная статья	<p>1. Большой торг обычно с увеселениями, развлечениями, устраиваемый регулярно, в одном месте и в одно время. Шум как на ярмарке. С ярмарки ехать (также перен.: приближаться к концу своих трудовых дел, деятельности; разг. шутл.). 2. Периодически устраиваемый съезд торговых и промышленных организаций, коммерсантов, промышленников, кооператоров, преимущ. Для оптовой продажи и закупки товаров по выставленным образцам. Промышленная ярмарка Оптовая ярмарка. Международная ярмарка.</p>
КЛС	Большой торг, обычно с увеселениями, развлечениями
ДС	устраиваемый регулярно
ДС	в одном месте и в одно время

КС	–
----	---

Таблица А54. Компонентный анализ лексемы 保税区 *bǎoshuìqū*

Лексема Сема	保税区 <i>bǎoshuìqū</i> – зона свободной торговли, безналоговая зона
Словарная статья	一个国家开地区在其管辖范围内划出的特定区域，境外商人和商品可以自由进出，并在区内享受税收优惠政策。Выделенная зона, обозначенная национально развитой территорией в пределах ее юрисдикции, в этой зоне иностранные торговцы и товары могут свободно въезжать и выезжать, а также пользоваться льготной налоговой политикой.
КЛС	Выделенная зона
ДС	обозначенная национально развитой территорией в пределах ее юрисдикции
ДС	в этой зоне иностранные торговцы и товары могут свободно въезжать и выезжать
ДС	а также пользоваться льготной налоговой политикой.
КС	–

Таблица А55. Компонентный анализ лексемы зона свободной торговли

Лексема Сема	зона свободной торговли, безналоговая зона
Словарная статья	Зона, в пределах которой группа стран поддерживает свободную беспошлинную торговлю [100].
КЛС	зона
ДС	в пределах которой группа стран поддерживает свободную беспошлинную торговлю
КС	–

Таблица А56. Компонентный анализ лексемы 消耗 *xiāohào*–тратить

Лексема Сема	消耗 <i>xiāohào</i> – тратить, растрчивать; расходовать, потреблять; амортизировать	
Словарная статья	1.逐渐减少、消失：消耗精力 消耗能量。 2.使消耗：消耗敌人的有生力量。 3.度过闲暇时间：消耗光阴 1. Постепенное уменьшение и исчезновение: расходовать силу и энергию потребление энергии. 2.Применение изматывания: изматывать жизненную силу противника. 3. Провести свободное время: тратить время	
Морфемы	消 <i>xiāo</i> – расходовать	耗 <i>hào</i> – уменьшаться
КЛС	расходовать	
ДС	силу и энергию (что?)	
КС	–	

Таблица А57. Компонентный анализ лексемы – тратить

Лексема	тратить, расходовать
---------	----------------------

Сема	
Словарная статья	Употребляя на что-нибудь, производя затраты, расходовать. <i>Тратить деньги. Тратить время. Тратить силы.</i>
КЛС	расходовать
ДС	употребляя на что-нибудь (как?)
ДС	производя затраты (как?)
КС	–

Таблица А58. Компонентный анализ лексемы *花费(huāfèi)*

Лексема Сема	花费 huāfèi – тратить, затрачивать; траты, расходы	
Словарная статья	<p>消耗的钱：这次搬家要不少花费。Деньги потрачены: этот переезд будет стоить дорого.</p> <p>Примеры:</p> <p>花费 – тратить;</p> <p>v. 投资, 花费, 授与 – инвестиции, расходы, гранты;</p> <p>v. 花费, 消耗, 支出 – расходовать.</p> <p>用户在网络上花费的时间。Время, которое пользователи проводят в сети.</p> <p>v. 过度使用, 花费过多 – чрезмерное использование, перерасход;</p> <p>n. 费用, 经费, 支出; v. 花费 – затраты, финансирование, расходы;</p> <p>n. 代价, 价值, 费用; v. 花费, 值, 需要 – стоимость, ценность, потребность.</p>	
Морфемы	花 huā	费 fèi
КЛС	тратить	
ДС	деньги (что?)	
Пример	этот переезд будет стоить дорого (пример)	
Пример	время (пример)	
КС	–	

Таблица А59. Компонентный анализ лексемы *тратить*

Лексема Сема	тратить
Словарная статья	Толковый словарь Шведовой: Употребляя на что-нибудь, производя затраты, расходовать. <i>Тратить деньги. Тратить время. Тратить силы</i>
КЛС	расходовать
ДС	употребляя на что-нибудь (как?)
ДС	производя затраты (как?)
КС	–

Таблица А60. Компонентный анализ лексемы *расходовать*

Лексема Сема	расходовать
Словарная статья	Толковый словарь Шведовой: 1). Тратить, употреблять на что-нибудь. Расходовать деньги, материалы, средства. Расходовать ум, силы на что-нибудь. 2). Потреблять для своей работы, движения. <i>Двигатель расходует много бензина. Обогреватель расходует мало электроэнергии.</i>

КЛС	1) тратить, 2) потреблять
ДС	1) употреблять на что-нибудь (как?)
ДС	2) для своей работы (для чего?)
ДС	2) для движения (для чего?)
КС	–

Таблица А61. Компонентный анализ лексемы 民间 *mínjiān*

Лексема Сема	民间 <i>mínjiān</i> – частный негосударственный	
Словарная статья	1)民众之间：在民间流传。Народный: распространение среди людей. 2)非官方的：两国民间的交往不断增加。 Негосударственный: обмен людьми между двумя странами продолжает расти.	
Морфемы	民 <i>mín</i> – народ, нация	间 <i>jiān</i> – помещение, вмещать
КЛС	народный	
ДС	распространение среди людей (пояснение)	
КС	–	

Таблица А62. Компонентный анализ лексемы частный

Лексема Сема	частный, негосударственный	
Словарная статья	Принадлежащий отдельному лицу, не обществу, не государству. <i>Частная собственность. Частное владение.</i>	
КЛС	Принадлежащий отдельному лицу,	
ДС	не обществу, не государству	
КС	–	

Таблица А63. Компонентный анализ лексемы 资本 *zīběn*

Лексема Сема	资本 <i>zīběn</i> – капитал	
Словарная статья	1.能够带来剩余价值的价值。货币或生产资料本身并不是资本，只有当它们被资本家用作剥削雇佣工人手段并创造剩余价值时，才转化成为资本。按不同性质可分为不变资本、可变资本；固定资本、流动资本；产业资本、商业资本、借贷资本和银行资本；货币资本、生产资本、商品资本等。2.即“资金”。如在社会主义市场经济条件下，公有制经济投入企业生产和经营活动的固定资金和流动资金，不体现剥削与被剥削关系。Стоимость, которая может принести прибавочную стоимость. Деньги или средства производства не являются капиталом сами по себе. Они превращаются в капитал только тогда, когда они используются капиталистами как средство эксплуатации наемных рабочих и создания прибавочной стоимости.	
КЛС	Стоимость	
ДС	которая может принести прибавочную стоимость	
ДС	Деньги или средства производства не являются капиталом сами по себе.	

	Они превращаются в капитал только тогда, когда они используются капиталистами (пояснение)
<i>ДС</i>	как средство эксплуатации наемных рабочих и создания прибавочной стоимости
<i>КС</i>	–

Таблица А64. Компонентный анализ лексемы *капитал*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	капитал	
<i>Словарная статья</i>	Капитал (от лат. capitalis «главный, доминирующий, основной» – стоимость, используемая для получения прибавочной стоимости посредством производственной и экономической деятельности, основанной на добровольном обмене.	Стоимость, которая при использовании наемного труда является средством получения прибавочной стоимости. Имущество, собственность, ценные бумаги, денежные средства и т.п., используемые для дальнейшего обогащения. перен. Внутренние качества человека как ценное достояние.
<i>КЛС</i>	стоимость	
<i>ДС</i>	используемая для получения прибавочной стоимости	является средством получения прибавочной стоимости.
<i>ДС</i>	посредством производственной и экономической деятельности	при использовании наемного труда
<i>ДС</i>	основанной на добровольном обмене	
<i>КС</i>	–	

Таблица А65. Компонентный анализ лексемы *价格 jiàgé*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	价格 jiàgé – цена	
<i>Словарная статья</i>	商品价值的货币表现，如一件衣服卖五十元人民币，五十元就是衣服的价格。Денежное выражение стоимости товара. Например, если предмет одежды продается за пятьдесят юаней, пятьдесят юаней – это цена одежды.	
<i>Морфемы</i>	价 jià – цена; стоимость; эквивалент	格 gé – рамки, ограничения; норма, стандарт
<i>КЛС</i>	Валютное выражение стоимости товара	
<i>КС</i>	–	

Таблица А66. Компонентный анализ лексемы *цена*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	цена	
<i>Словарная статья</i>	1. Денежное выражение стоимости товара. <i>Образование цен. Рост, снижение, колебание цен. Мировые цены.</i> 2. Денежное возмещение за товар, услуги, плата. <i>Назначить цену. Набить цену чему-н. (поднять, повисить; разг.). Сойтись в цене (условиться о цене, сторговаться)</i>	
<i>КЛС</i>	Денежное выражение стоимости товара	

КС	–
----	---

Таблица А67. Компонентный анализ лексемы 盈利 yínglì

Лексема Сема	盈利 yínglì – выгода, прибыль	
Словарная статья	1.众多之利。 2.利润。 1. Многочисленная польза. 2. Прибыль	
Морфемы	盈 yín – полная максимальная	利 lì – польза выгода
КЛС	Польза, прибыль	
ДС	многочисленная (какая?)	
КС		

Таблица А68. Компонентный анализ лексемы выгода

Лексема Сема	выгода	
Словарная статья	Польза, преимущество, свой интерес. <i>Получить много выгод. Думает только о выгоде кто-н.</i> (рус. диал. <i>годить</i> ждать угождать создавать благоприятные условия)	
КЛС	Польза, преимущество, свой интерес	
КС	–	

Таблица А69. Компонентный анализ лексемы 利润 lìrùn

Лексема Сема	利润 lìrùn – прибыль	
Словарная статья	经营工商业等赚的钱。 Деньги, полученные от хозяйственной деятельности и т. д. п.利润之百分比; 利润率 – рентабельность; п. 肉汁, 肉汤, 不法利润 – незаконная прибыль; а. 有利润的, 有利益的, 赚钱的 – прибыльно, полезно; п. 劳资双方分享利润制度; 分红制 система распределения прибыли между работниками и менеджментом; система дивидендов; прибыльный; п. 利润, 赢利, 利益; прибыль, интерес; v. 有益, 获利, 赚钱 полезно, прибыль, зарабатывать	
Морфемы	利 lì – польза выгода	润 rùn – увлажняться, орошаться, пользоваться благами, вознаграждать, одаривать
КЛС	деньги	
ДС	полученные от хозяйственной деятельности и т. д.	
КС	–	

Таблица А70. Компонентный анализ лексемы прибыль

Лексема Сема	прибыль	
-----------------	---------	--

Словарная статья	1. Сумма, на которую доход, выручка превышает затраты на экономическую деятельность, на производство товара. 2. Обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятий. 3. Прибавление, увеличение, приращение чего-нибудь.
КЛС	Сумма
ДС	на которую доход, выручка превышает затраты
КС	–

Таблица А71. Компонентный анализ лексемы 红利 *hónglì*

Лексема Сема	红利 <i>hónglì</i> – дивиденды, бонус; наградные (<i>отчисляемые от прибыли</i>)	
Словарная статья	1) 指企业分给股东的利润或分给职工的额外报酬。Относится к прибыли, распределяемой компанией среди акционеров, или дополнительному вознаграждению, распределяемому среди сотрудников. 2) 参加集体生产单位的个人所得的额外收益。Дополнительный доход, полученный физическими лицами, участвующими в коллективных производственных единицах.	
Морфемы	红 <i>hóng</i> – красный	利 <i>lì</i> – польза, выгода
Значение морфем	Цвет как кровь: красный. Красные листья. красный свет. Красная пыль. Красные конверты. Красная веревка связала ноги (относится к предназначенному браку между мужчиной и женщиной в прошлых жизнях). Символ успеха или благосклонности: знаменитости. Хон Цзяоэр (популярный среди зрителей актер). Относится к чистой прибыли бизнеса. Дивиденды.	Преимущества Польза Выгода: денежная выгода в отличие от «вреда» и «вреда»: за и против. Лезвие быстрое, игла острая, противоположность – «тупой»: острая кромка. Острый нож. Умная речь. Доходы от производства, торговли, оплаты товаров и сбережений, превышающие капитал: проценты. процентная ставка.
КЛС	Относится к прибыли	
ДС	распределяемой компанией среди акционеров	
ДС	или дополнительному вознаграждению распределяемому среди сотрудников	
КС	–	

Таблица А72. Компонентный анализ лексемы *дивиденды*

Лексема Сема	дивиденды, бонус
Словарная статья	(от франц. <i>dividend</i> восх.к лат. <i>dividendum</i> – делимое, подлежащее разделу). Прибыль, полученная акционером пропорционально вложенному капиталу
КЛС	Прибыль
ДС	полученная акционером
ДС	пропорционально вложенному капиталу
КС	–

Таблица А73. Компонентный анализ лексемы 签字 *qiānzì*

Лексема Сема	签字 <i>qiānzì</i> – расписаться (в документе), подписать
Словарная статья	犹签名。多指在文件或纪念物品上亲笔写上自己的名字。Все еще подписан. Относится к написанию собственного имени на документе или памятнике
КЛС	Относится к написанию собственного имени
ДС	на документе или памятнике
КС	–

Таблица А74. Компонентный анализ лексемы *расписаться (в документе),
подписать*

Лексема Сема	расписаться (в документе), подписать
Словарная статья	1 Поставить свою подпись, расписаться. 2.Официально удостоверить своей подписью, написанием своего имени. 3. Приписать под чем-нибудь.
КЛС	Официально удостоверить своей подписью, написанием своего имени
КС	–

Таблица А75. Компонентный анализ лексемы 清查 *qīngchá*

Лексема Сема	清查 <i>qīngchá</i> – (тщательная) проверка, (детальная) ревизия
Словарная статья	彻底检查; 查清。 Всесторонне проверить, дознаться
КЛС	проверить, дознаться
ДС	всесторонне (как?)
КС	–

Таблица А76. Компонентный анализ лексемы *тщательная проверка,
детальная ревизия*

Лексема Сема	(тщательная) проверка, (детальная) ревизия
Словарная статья	Обследование чьей-нибудь деятельности для установления правильности и законности действия.
КЛС	Обследование чьей-нибудь деятельности
ДС	для установления правильности и законности действия (для чего?)
КС	–

Таблица А77. Компонентный анализ лексемы 清理 *qīnglǐ*

Лексема Сема	清理 <i>qīnglǐ</i> – наводить порядок в (чем-л.); упорядочивать; подытоживать
Словарная статья	1. 平治。 2. 彻底整理或处理。 3. 明于事理; 懂得道理。 1. Спокойствие(порядок). 2. Тщательно привести в порядок или уладить. 3. Узнать логику вещей, понять суть дела .

Морфемы	清 qīng – прозрачный (модификатор результативных глаголов, указывающий на ясность полученных результатов)	理 lǐ – упорядочивать
КЛС	привести в порядок, уладить	
ДС	Тщательно (как?)	
КС	–	

Таблица А78. Компонентный анализ лексемы *наводит порядок, упорядочивать*

Лексема Сема	наводит порядок, упорядочивать
Словарная статья	Навести порядок в чем-нибудь. <i>Упорядочить работу. Упорядочить взаимоотношения</i> [96]
КЛС	навести порядок
КС	–

Таблица А79. Компонентный анализ лексемы *清单 qīngdān*

Лексема Сема	清单 qīngdān перечень; ведомость; описание; реестр; балансовый отчет, счет-фактура; подробный список
Словарная статья	详细登记有关项目的单子 Список, где зарегистрирована подробно связанная информация.
КЛС	Список
ДС	где зарегистрирована подробно связанная информация
КС	–

Таблица А80. Компонентный анализ лексемы *перечень; ведомость*

Лексема Сема	перечень; ведомость; описание; реестр; балансовый отчет, счет-фактура; подробный список
Словарная статья	Список учитываемых предметов (имущества, документов). <i>Составить описание. Описание имущества.</i>
КЛС	Список
ДС	учитываемых предметов (имущества, документов)
КС	–

Таблица А81. Компонентный анализ лексемы *请客 qǐngkè пригласить гостей, устроить прием*

Лексема Сема	请客 qǐngkè 1) пригласить гостей, устроить прием; 2) угостить
Словарная статья	宴请客人 Пригласить гостей на банкет n. 宴会, 酒席, 节会 Банкет, праздник, фестиваль v. 款宴, 享乐, 请客 Банкет, развлечение, угощение
КЛС	Пригласить гостей

ДС	Банкет, праздник, фестиваль
ДС	развлечение, угощение
КС	–

Таблица А82. Компонентный анализ лексемы *пригласить гостей*

Лексема Сема	пригласить гостей
Словарная статья	1. Попросить прибыть, прийти. <i>Пригласить в гости. Пригласить на праздник</i>
КЛС	Попросить прибыть, прийти.
КС	–

Таблица А83. Компонентный анализ лексемы *устроить банкет*

Лексема Сема	устроить банкет
Словарная статья	Торжественный званый обед или ужин. Банкет в честь юбиляра Из франц. banquet или нем. Bankett, восх. к ит. banchetto – букв. ‘скамеечка’
Пример	Торжественный званый обед или ужин
Пример	Банкет в честь юбиляра
КС	–

Таблица А84. Компонентный анализ лексемы *угостить*

Лексема Сема	угостить
Словарная статья	С радушием дать, предложить что-нибудь (поесть, выпить, закурить). 2.перен. Доставить что-нибудь приятное, удовольствие (разг.). <i>Угостить веселым анекдотом, забавным зрелищем</i>
КЛС	С радушием дать, предложить что-нибудь
ДС	(поесть, выпить, закурить).
КС	

Таблица А85. Компонентный анализ лексемы *развлечь*

Лексема Сема	развлечь
Словарная статья	Повеселить, доставить кому-нибудь удовольствие. <i>Развлечь гостей</i>
КЛС	Повеселить, доставить кому-нибудь удовольствие
КС	–

Таблица А86. Компонентный анализ лексемы *庆祝 qìngzhù*

Лексема Сема	庆祝 qìngzhù 1) праздновать, справлять праздник; 2) поздравлять, приносить поздравления; чествовать; чествование
Словарная статья	1. 庆贺祝颂。 2. 后指对喜事进行一些活动表示欢庆或纪念。 近义词: 庆贺 庆祝 祝贺 1. Поздравлять, говорить хорошие пожелания. 2.

	Позже относится к некоторым мероприятиям в честь счастливых событий.
<i>КЛС</i>	Поздравлять, говорить хорошие пожелания
<i>КС</i>	–

Таблица А87. Компонентный анализ лексемы *праздновать, справлять праздник*

<i>Дексема</i> <i>Сема</i>	праздновать, справлять праздник
Словарная статья	Торжественно отмечать праздник или какое-нибудь событие.
<i>КЛС</i>	Торжественно отмечать праздник или какое-нибудь событие
<i>КС</i>	–

Таблица А88. Компонентный анализ лексемы *趋势 qūshì*

<i>Дексема</i> <i>Сема</i>	趋势 qūshì 1) тенденция, течение; стремление; тренд 2) заискивать перед сильными мира сего, льстить власть имущим
Словарная статья	1. 趋奉权势。 2. 事物发展的动向。 1. Тенденция к власти (льнуть к сильным мира сего). 2. Тенденции развития вещей.
<i>КЛС</i>	Тенденция
<i>ДС</i>	к власти (<i>к чему?</i>), развития вещей (<i>чего?</i>)
<i>КС</i>	–

Таблица А89. Компонентный анализ лексемы *тенденция, тренд; стремление*

<i>Дексема</i> <i>Сема</i>	тенденция, течение; стремление; тренд
Словарная статья	1. Направление развития, склонность, стремление. <i>Тенденция к росту. Прогрессивные тенденции.</i> 2. Замысел, идея какого-н. изложения, изображения (устар.). 3. Предвзятая, односторонняя мысль, навязываемая читателю, зрителю, слушателю (книжн.).
<i>КЛС</i>	Направление развития, склонность, стремление
<i>ДС</i>	Тенденция к росту, прогрессивные тенденции
<i>КС</i>	–

Таблица А90. Компонентный анализ лексемы *取款 qǔkuǎn*

<i>Дексема</i> <i>Сема</i>	取款 qǔkuǎn – забирать деньги из банка, снимать деньги со счета
Словарная статья	领取现钱。 Получение наличных; 如: 携人勒索的歹徒前往约定地点取款时, 当场被警察逮个正著。 Пример: Когда похитители пришли в согласованное место, чтобы забрать деньги, их тут же поймала полиция.
<i>КЛС</i>	Получение
<i>ДС</i>	наличные
<i>КС</i>	

Таблица А91. Компонентный анализ лексемы *забирать деньги из банка, снимать деньги со счета*

Лексема Сема	забирать деньги из банка, снимать деньги со счета
Словарная статья	Сумма на кредите банковского счета вкладчика, которую он может снять со счета.
КЛС	снять со счета
ДС	сумму на кредите банковского счета
КС	–

Таблица А92. Компонентный анализ лексемы *全球化 quánqíúhuà*

Лексема Сема	全球化 quánqíúhuà – глобализация (становится мировым) 类命运共同体
Словарная статья	泛指地球上整个人类社会和自然界 относится ко всему человеческому обществу и природе на Земле Суффикс 化(huà) 使成为, 使变成 (-ize; -ify) – 用在名词或形容词后面, 以构成动词。如: 绿化; 电气化; 现代化。 используется после существительного или прилагательного для образования глагола (-ize; -ify) (стать глобальным)
КЛС	Относится ко всему человеческому обществу и природе на Земле
КС	–

Таблица А93. Компонентный анализ лексемы *глобализация*

Лексема Сема	глобализация
Словарная статья	Новый словарь иностранных слов: придание чему-л. глобальных масштабов, глобального характера, например <i>глобализация экономики, рынков, глобализация информационных сетей.</i>
КЛС	Придание чему-л. глобальных масштабов
Пример	глобализация экономики, рынков
КС	–

Таблица А94. Компонентный анализ лексемы *权力 quánlì*

Лексема Сема	权力 quánlì – власть
Словарная статья	1. 权位, 势力。 2. 指有权力。 3. 指职责范围内的领导和支配力量 1. Власть, мощь. 2. Относится к власти. 3. Относится к лидерству и доминированию в сфере ответственности.
Морфемы	权 quán – вес 力 lì – сила
КЛС	Относится к лидерству и доминированию в сфере ответственности.
КС	–

Таблица А95. Компонентный анализ лексемы *власть*

Лексема Сема	власть
-----------------	--------

Словарная статья	1. Государственное управление, его организация и его политическое господство. <i>Институты власти. Гражданская, военная власть.</i> 2. мн. Лица, облеченные правительственными, административными полномочиями. <i>Федеральные, местные власти.</i>
КЛС	Государственное управление, его организация и его политическое господство
ДС	Институты власти. Гражданская, военная власть. Наследственная власть. Монаршая власть. Захват, завоевание, узурпация власти. Прийти к власти. Законная власть. Легитимная власть. (законная и поддерживаемая народом).
КС	–

Таблица А96. Компонентный анализ лексемы *转卖 zhuǎnmài*

Лексема Сема	转卖 zhuǎnmài – перепродавать; перепродажа
Словарная статья	把买进的东西再卖出去。Продать то, что купили.
КЛС	Продать
КС	купленное ранее

Таблица А97. Компонентный анализ лексемы *перепродавать; перепродажа*

Лексема Сема	перепродавать; перепродажа
Словарная статья	Продать ранее купленное (обычно с надбавкой). <i>Выгодно перепродать вещь</i>
КЛС	Продать
ДС	ранее купленное (обычно с надбавкой)
КС	–

Таблица А98. Компонентный анализ лексемы *日用品 rìyòngpǐn*

Лексема Сема	日用品 rìyòngpǐn – товары повседневного спроса, предметы повседневного обихода; товары широкого потребления; ширпотреб
Словарная статья	日常应用的物品。如毛巾、肥皂、暖水瓶等。Товары для повседневного использования. <i>Такие как полотенца, мыло, термосы и т. д.</i>
КЛС	Товары
ДС	для повседневного использования
КС	–

Таблица А99. Компонентный анализ лексемы *товары повседневного спроса*

Лексема Сема	товары повседневного спроса
Словарная статья	Общее название для товаров повседневного потребления (особенно продуктов легкой и пищевой промышленности) широким кругом покупателей, которые стоят относительно дешево и быстро продаются. Информация о товарах повседневного спроса должна обеспечивать

	возможность их правильного выбора
КЛС	общее название для товаров
ДС	повседневного потребления
ДС	широким кругом покупателей
ДС	которые стоят относительно дешево
ДС	быстро продаются
ДС	особенно продуктов легкой и пищевой промышленности
КС	–

Таблица А100. Компонентный анализ лексемы 荣幸 *róngxìng*

Лексема Сема	荣幸 <i>róngxìng</i> – 1) честь, почет; почетный 2) <i>вежл.</i> мне оказана честь; за честь почитаю; [мне] посчастливилось; удостоиться чести	
Словарная статья	荣耀而幸运。Слава и удача (великолепие и счастливая возможность)	
Значение морфем	草木茂盛，引申为兴盛：荣枯（草木盛衰，喻得意失意）Пышная растительность распространяется во имя процветания: процветание и упадок (процветание и упадок травы деревьев – метафора разочарования). 受人敬重，与“辱”相对：光荣。荣升。荣誉。Уважение других, противопоставление унижению: слава, продвижение, честь “梧桐”的别称 другое название дерево утун (на котором живет феникс) 草开花，亦泛指草木的花 Цветущая трава также относится к цветам растений и деревьев.	意外地得到成功或免去灾害：幸运。Неожиданно добиться успеха или избежать катастрофы: удача. 福气：幸福。荣幸。 Удача в жизни, счастье, везение: благосклонность судьбы, честь (почет) 高兴：庆幸。欣幸。幸甚。 Радоваться (воодушевляться): Радостно праздновать счастливое событие
КЛС	Слава и удача	
ДС	великолепие и счастливая возможность	
КС	–	

Таблица А101. Компонентный анализ лексемы *честь, почет*

Лексема Сема	честь, почет	
Словарная статья	Достойные уважения и гордости моральные качества человека; его соответствующие принципы.	
КЛС	1). моральные качества человека 2). почет, уважение	
ДС	1). достойные уважения и гордости	
ДС	1). его соответствующие принципы.	
КС	–	

Таблица А102. Компонентный анализ лексемы 入口 *rùkǒu*

Лексема Сема	入口 <i>rùkǒu</i> – ввозить, импортировать; импорт, ввоз
Словарная статья	外国或外地区的货物运进来。Отгружаются товары из зарубежных стран или регионов.
КЛС	Отгружаются товары
ДС	из зарубежных стран или регионов.
КС	–

Таблица А103. Компонентный анализ лексемы *ввозить, импортировать*

Лексема Сема	ввозить, импортировать; импорт, ввоз
Словарная статья	Ввезти (ввозить) из-за границы.
КЛС	Ввезти (ввозить)
ДС	из-за границы
КС	–

Таблица А104. Компонентный анализ лексемы 入不敷出 *rù bù fū chū*

Лексема Сема	入不敷出 – <i>rù bù fū chū</i> 1) доходы не покрывают расходов; 2) тратить больше, чем зарабатывать, существовать в убыток; 3) не сводить концы с концами
Словарная статья	收入不够支出。Дохода не хватает, чтобы тратить.
КЛС	дохода не хватает, чтобы тратить.
КС	–

Таблица А105. Компонентный анализ лексемы терпеть убытки

Лексема Сема	терпеть убытки
Словарная статья	Проигрывать, нести убытки, оказываться в проигрыше, оставаться в накладе, нести ущерб, страдать, терять
КЛС	нести убытки
ДС	оказываться в проигрыше
ДС	остаться в накладе
ДС	нести ущерб
ДС	страдать, терять
КС	–

Таблица А106. Компонентный анализ лексемы 杀价 *shājià*

Лексема Сема	杀价 <i>shājià</i> – занижать цены, сбивать цену; торговаться
Словарная статья	指不合理地压低价格。Относится к необоснованному снижению цен.

КЛС	относится к необоснованному снижению цен.
КС	

Таблица А107. Компонентный анализ лексемы *занижать цены, сбивать цену; торговаться*

Лексема Сема	занижать цены, сбивать цену; торговаться
Словарная статья	Собираясь купить что-н., сговариваться о цене и настаивать на уступке [97]. Удешевлять, снижать стоимость
КЛС	удешевлять, снижать стоимость
КС	–

Таблица А108. Компонентный анализ лексемы *成本 chéngběn*

Лексема Сема	成本 chéngběn – себестоимость
Словарная статья	一般指“生产成本”或“产品成本”。产品生产过程中所消耗的生产资料价值和支付给劳动者的劳动报酬的价值之和。Обычно относится к «себестоимости продукции» или «стоимости продукта». Сумма стоимости средств производства, израсходованных в процессе производства продукта, и стоимости оплаты труда, выплаченной рабочему
КЛС	Сумма стоимости средств производства,
ДС	израсходованных в процессе производства продукта
ДС	и стоимости оплаты труда, выплаченной рабочему
КС	–

Таблица А109. Компонентный анализ лексемы *себестоимость*

Лексема Сема	себестоимость
Словарная статья	Издержки предприятия при производстве товара (или его транспортировке, приобретении, реализации). <i>Себестоимость продукции.</i>
КЛС	Издержки предприятия при производстве товара
ДС	при производстве товара, его транспортировке, приобретении, реализации
КС	

Таблица А110. Компонентный анализ лексемы *成交 chéngjiāo*

Лексема Сема	成交 – chéngjiāo совершить торговую сделку; произвести обмен (куплю-продажу)
Словарная статья	买卖做成，交易成功。Купля-продажа произведена, обмен успешно завершен.
КЛС	Купля-продажа, обмен
ДС	произведена, успешно завершен
КС	–

Таблица А111. Компонентный анализ лексемы *совершить торговую сделку; произвести обмен (куплю-продажу)*

Лексема Сема	совершить торговую сделку; произвести обмен (куплю-продажу)
Словарная статья	Соглашение между договаривающимися сторонами о каких-либо взаимных обязательствах (обычно коммерческих). <i>Торговая сделка.</i>
КЛС	Соглашение
ДС	между договаривающимися сторонами
ДС	о каких-либо взаимных обязательствах (обычно коммерческих)
КС	–

Таблица А112. Компонентный анализ лексемы *善于 shànyú*

Лексема Сема	善于 быть искусным, быть умелым, быть ловким, быть способным, быть мастером
Словарная статья	即单于。王莽于天凤二年改称匈奴为恭奴，单于为善于。见《汉书·匈奴传下》。Шань Юй (глава государства у Сюнну), возникший от небесного появления феникса (царственная птица, появление которой предвещает появление на земле совершенномудрого человека). На втором году правления Ван Ман (китайский император в 9–23 гг.) изменил свое имя с Гунны на Сюнну. Шаньюй (глава государства у Сюнну) делал добро и был искусным мастером. См. «Хань Шу. «Гунны».
КЛС	делать добро, быть искусным мастером
КС	–

Таблица А113. Компонентный анализ лексемы *быть искусным, преуспевать*

Лексема Сема	быть искусным, быть умелым, быть ловким, быть способным	
Словарная статья	1. Умелый, хорошо знающий свое дело. <i>И. портной.</i> 2. Умело, хорошо сделанный. <i>Искусная работа</i>	Тонко знающий свое дело, обладающий высоким мастерством в чем-л.; умелый. 2. Сделанный, выполненный с большим умением и тонкостью, мастерски
КЛС	Умелый, хорошо знающий свое дело	Тонко знающий свое дело
ДС	–	Сделанный, выполненный с большим умением и тонкостью,
КС	–	–

Таблица А114. Компонентный анализ лексемы *争论 zhēnglùn*

Лексема Сема	争论 zhēnglùn спорить, полемизировать, дискутировать; спор, полемика, дискурс	
Словарная статья	争辩讨论; 争吵 Спор и обсуждение; перепирательство.	
Морфемы	争 zhēng борьба, состязание, спор	论 lùn говорить, обсуждать
КЛС	Спор и обсуждение	

КС	–
----	---

Таблица А115. Компонентный анализ лексемы *спорить, полемизировать, дискутировать; спор, полемика, дискурс*

Лексема Сема	спорить, дискутировать
Словарная статья	Вести спор (в 1 знач.), возражать, доказывая что-нибудь. <i>С ним трудно спорить. О вкусах не спорят. Не спорю (не буду спорить, кто спорит)</i> (т. е. согласен, не возражаю). 2. <i>с кем о чем и за что</i> . Вести спор (во 2 знач.). <i>С. о наследстве. Держать пари. Спорим (давай с.), что он победит?</i>
КЛС	Вести спор
ДС	возражать, доказывая что-нибудь
ДС	Не спорю, не буду спорить, кто спорит, (т. е. согласен, не возражаю)
Пример	Держать пари
КС	–

Таблица А116. Компонентный анализ лексемы *上任 shàngrèn*

Лексема Сема	上任 shàngrèn – отправляться к месту назначения; принимать дела, вступать в должность	
Словарная статья	指官吏就职。Относится к вступлению в должность чиновника	
Морфемы	上(shàng) – верхний	任(rèn) – назначать (<i>на должность</i>)
КЛС	Относится к вступлению в должность чиновника	
КС	–	

Таблица А117. Компонентный анализ лексемы *отправляться к месту назначения; принимать дела, вступать в должность*

Лексема Сема	отправляться к месту назначения; принимать дела, вступать в должность
Словарная статья	(устар) Приступить к выполнению должностных обязанностей [89]
КЛС	Приступить к выполнению должностных обязанностей
КС	–

Таблица А118. Компонентный анализ лексемы *奢侈 shēchǐ*

Лексема Сема	奢侈 shēchǐ – роскошество, расточительство мотать, проматывать	
Словарная статья	挥霍浪费, 追求过度的享受: 奢侈品 生活奢侈 骄泰奢侈 Расточительность, стремление к чрезмерному удовольствию: предметы роскоши; роскошная жизнь; гордиться роскошью	
Морфемы	奢 shē – расточительный; роскошный чрезмерный, излишний	侈 chǐ – расточительный, роскошествующий, невоздержанный в расходах

<i>КЛС</i>	Расточительность, стремление к чрезмерному удовольствию, роскошная жизнь
<i>КС</i>	–

Таблица А119. Компонентный анализ лексемы *роскошество*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	роскошество
<i>Словарная статья</i>	1. Пристрастие к роскоши. Роскошество в пище. 2. Излишество, дорогостоящая затея. Отказаться от всяких роскошеств.
<i>КЛС</i>	1. Пристрастие к роскоши; 2. Излишество, дорогостоящая затея
<i>ДС</i>	1. Роскошество в пище; 2. Отказаться от всяких роскошеств
<i>КС</i>	

Таблица А120. Компонентный анализ лексемы *奢侈 расточительство, мотать, проматывать*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	расточительство
<i>Словарная статья</i>	Безрассудная трата чего-либо [МАС, т. III: 675]
<i>КЛС</i>	трата, расход
<i>ДС</i>	безрассудная
<i>КС</i>	–

Таблица А121. Компонентный анализ лексемы *设法 shèfǎ*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	设法 shèfǎ – принять меры; изыскать способ (путь, возможность), придумать (что-л.)
<i>Словарная статья</i>	1.立法。2.施展法术。3.筹划；想办法。4.犹办法。 5.宋代酒肆有利用妓女坐堂作乐，招诱顾客者，称为"设法"。 1. Устанавливать законы. 2. Осуществить заговор. 3 Планирование: изыскивать (обдумывать) методы (способы). 4. Так же как возможность (выход из положения). 5. Винные магазины династии Сун использовали девушек легкого поведения, чтобы посидеть в холле для развлечения, чтобы привлечь клиентов, это называется «изыскать способ».
<i>КЛС</i>	Изыскивать методы (способы)
<i>КС</i>	

Таблица А122. Компонентный анализ лексемы *принять меры; изыскать способ*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	изыскать способ (путь, возможность)
<i>Словарная</i>	Приложив старание, найти, отыскать, обнаружить. Изыскать средства,

статья	возможности.
КЛС	Приложив старание найти, отыскать
КС	–

Таблица А123. Компонентный анализ лексемы *生活水平 shēnghuó shuǐpíng*

Лексема Сема	生活水平 shēnghuó shuǐpíng – жизненный уровень
Словарная статья	1.指人们享受物质、文化生活的高低程度。Относится к людям, которым пользуются материальными благами. Уровень культурной жизни
КЛС	Относится к людям, которым пользуются материальными благами
ДС	Уровень культурной жизни
КС	–

Таблица А124. Компонентный анализ лексемы *жизненный уровень*

Лексема Сема	жизненный уровень
Словарная статья	Уровень благосостояния населения, потребления благ и услуг, совокупность условий и показателей, характеризующих меру удовлетворения основных жизненных потребностей людей [ФСРЯ]
КЛС	Уровень благосостояния населения, потребления благ и услуг,
ДС	характеризующих меру удовлетворения основных жизненных потребностей людей
КС	–

Таблица А125. Компонентный анализ лексемы *盛产 shèngchǎn*

Лексема Сема	盛产 shèngchǎn – изобильный, богатый
Словарная статья	大量地出产。如：盛产鱼蟹。Выпускается в больших количествах. Например: <i>богат рыбой и крабами.</i>
КЛС	Выпускается
ДС	в больших количествах
КС	–

Таблица А126. Компонентный анализ лексемы *изобильный, богатый*

Лексема Сема	изобильный
Словарная статья	Иметь в изобилии. <i>Озеро изобилует рыбой.</i>
КЛС	иметь
ДС	в изобилии
КС	–

Таблица А127. Компонентный анализ лексемы *实惠 shíhuì* реальная польза

Лексема Сема	实惠 shíhuì 1) реальная польза; 2) практичный
-----------------	---

Словарная статья	1.实际的好处。2.有实际的好处。3.讲究、注重实际的好处。 Практическая польза. 2. Иметь практическую пользу. 3. Знать толк в реальных преимуществах.	
Морфемы	实 shí – реальная	惠 huì – доброта; милость; благосклонность
КЛС	практическая польза	
ДС	иметь практическую пользу, знать толк в реальных преимуществах	
КС	–	

Таблица А128. Компонентный анализ лексемы *реальная польза*

Лексема Сема	реальная польза
Словарная статья	Реальный: существующий на самом деле, действительный, не воображаемый. Польза: хороший результат, благоприятные последствия для кого-либо, чего-либо. <i>С пользой для дела</i> [МАС, т. III: 277].
КЛС	действительный хороший результат
ДС	благоприятные последствия
КС	–

Таблица А129. Компонентный анализ лексемы *时机 shíjī*

Лексема Сема	时机 shíjī – удобный момент, подходящий случай
Словарная статья	机会 – удобный случай, благоприятная возможность, в适当的时机 – в подходящий момент
КЛС	удобный случай
ДС	в подходящий момент
КС	–

Таблица А130. Компонентный анализ лексемы *удобный момент, подходящий случай*

Лексема Сема	удобный момент
Словарная статья	такой, которым хорошо, приятно пользоваться; вполне подходящий; благоприятный, тот, который нужен
КЛС	пригодный
ДС	пользоваться, нужен
КС	хорошо, приятно

Таблица А131. Компонентный анализ лексемы *盛情 shèngqíng*

Лексема Сема	盛情 shèngqíng – лучшее чувство; хорошее отношение, доброта; любезность; радушие, внимание
Словарная статья	深厚情意: 盛情难却 Глубокое расположение, сердечное отношение: невозможно устоять

	перед таким радушием, неудобно отказаться, не устоять перед уговорами 每一句话无不显示出主人对远方来客的盛情 Глубокая привязанность: Каждая фраза показывает гостеприимство хозяина к посетителям
<i>КЛС</i>	глубокое расположение, сердечное отношение
<i>ДС</i>	невозможно устоять перед таким радушием,
<i>ДС</i>	отказаться, не устоять перед уговорами
<i>КС</i>	неудобно

Таблица А132. Компонентный анализ лексемы *радушие*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	радушие
<i>Словарная статья</i>	Сердечное, ласковое и открытое отношение к людям [ТСРЯ 2011: 788].
<i>КЛС</i>	сердечное, ласковое отношение в сочетании с гостеприимством
<i>ДС</i>	с готовностью помочь, оказать услугу
<i>КС</i>	–

Таблица А133. Компонентный анализ лексемы 失误 *shīwù*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	失误 <i>shīwù</i> – упущение, промах, просчет, оплошность	
<i>Словарная статья</i>	1. 亦作"失悞"。2. 差错; 过错。3. 疏忽; 耽误。 1. Также называется «потерей». 2. Ошибка, вина. 3. Халатность, промедление.	
<i>Морфемы</i>	失 <i>shī</i> терять, упускать, лишаться	误 <i>wù</i> ошибка, промах
<i>КЛС</i>	ошибка, вина.	
<i>КС</i>	–	

Таблица А134. Компонентный анализ лексемы *промах, просчет, оплошность*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	промах
<i>Словарная статья</i>	Ошибка, ошибочный поступок, промах. Допустить ошибку [52]
<i>КЛС</i>	Ошибка, ошибочный поступок, промах
<i>КС</i>	–

Таблица А135. Компонентный анализ лексемы *упущение*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	упущение
<i>Словарная статья</i>	Неисполнение должного, ошибка из-за небрежности; недосмотр [94]
<i>КЛС</i>	ошибка из-за небрежности; недосмотр
<i>КС</i>	–

Таблица А136. Компонентный анализ лексемы 失效 shīxiào

Лексема Сема	失效 shīxiào – неэффективный; утратить силу (эффективность)	
Словарная статья	失去效力。Терять эффективность.	
Морфемы	失 shī утратил	效 xiào эффект
КЛС	Терять эффективность	
КС	–	

Таблица А137. Компонентный анализ китайско-русской лексической пары
неэффективный; утратить силу (эффективность)

Лексема Сема	неэффективный	
Словарная статья	Не дающий нужного эффекта; лишенный эффективности. <i>Неэффективное управление производством. Неэффективные методы ведения хозяйства. Неэффективная мера [95].</i>	
КЛС	лишенный (эффективности)	
КС	–	

Таблица А138. Компонентный анализ лексемы 收费 shōufèi

Лексема Сема	收费 shōufèi – получение денег, брать (взимать) плату	
Словарная статья	收取费用。亦指收取的费用。Взыскивать расходы. Также относится к взимаемым средствам.	
КЛС	Взыскивать расходы. Также относится к взимаемым средствам	
КС	–	

Таблица А139. Компонентный анализ лексемы брать (взимать) плату

Лексема Сема	брать (взимать) плату	
Словарная статья	Брать, взыскивать [97]	
КЛС	брать, взыскивать	
КС	–	

Таблица А140. Компонентный анализ лексемы 收入 shōurù

Лексема Сема	收入 shōurù – поступления	
Словарная статья	1.收获。2.没收。3.收进，收下。4.指收进来的钱物。 5.编入。6.聚集退入。 1. Собрать урожай. 2. Конфисковать, изъять; 3. Принять, получить. 4. Относится к полученным деньгам и имуществу. 5. Зачисления. 6. Сборы и поступления.	

КЛС	Относится к полученным деньгам и имуществу
КС	–

Таблица А141. Компонентный анализ лексемы *поступления*

Лексема Сема	поступления
Словарная статья	То, что поступило куда – нибудь, поступившая сумма, материалы (офиц.). Большие поступления в банк. Выставка новых поступлений в библиотеке
КЛС	То, что поступило куда-нибудь
ДС	счет в банке
ДС	сумма
ДС	большие поступления в банк
КС	–

Таблица А142. Компонентный анализ лексемы *收据 shōujù*

Лексема Сема	收据 shōujù – расписка, свидетельство, квитанция (о получении), чек
Словарная статья	收取钱物后给予对方的字据。Получение денег и имущества после документа (письменного условия) противоположной стороной
Морфемы	收 shōu – получить 据 jù – доказательство
КЛС	получение денег и имущества после документа (письменного условия)
ДС	противоположной стороной
КС	–

Таблица А143. Компонентный анализ лексемы *расписка*

Лексема Сема	расписка, свидетельство, квитанция (о получении), чек
Словарная статья	документ с подписью, выдаваемый в удостоверение получения чего-либо
КЛС	документ с подписью
ДС	выдаваемый в удостоверение получения чего-либо
КС	–

Таблица А144. Компонентный анализ лексемы *手续费 shǒuxùfèi*

Лексема Сема	手续费 shǒuxùfèi – комиссионный сбор, гонорар за услуги
Словарная статья	手续费：办事过程中所产生的费用。“手续”（英语：Service Charge）一词的解释为“办事的程序”。比如说办理“借款手续”、“过户手续”、“证券交易手续”等等。因此“手续费”可以这样解释：为代理他人办理有关事项所收取的一种劳务补偿；或对委托人来讲，是属于因他人代为办理有关事项，而支付的相应报酬。如：证券交易手续费、代办机票手续费、代扣代缴费用手续费、国债代办手续费等等。Плата за обработку: расходы, понесенные в ходе работы. Термин

	"процедура" интерпретируется как "программа работы". Например, для обработки "процедуры заимствования", "процедуры передачи", "процедуры торговли ценными бумагами" и т. д. Таким образом, "плата за обработку" может быть истолковывается таким образом, что компенсация за услуги, взимаемая за обработку соответствующих вопросов для агента другого человека, или, для принципера, является соответствующей компенсацией, выплачиваемой за обработку соответствующих вопросов от имени другого человека. Такие, как: плата за обработку сделки с ценными бумагами, плата за обработку билета по имени, плата за обработку удержаний, плата за обработку казначейство и т. д.	
Морфемы	手 – расходование средств	续 – продлевать 费 – плата
КЛС	компенсация за услуги	
ДС	взимаемая за обработку	
КС	–	

Таблица А145. Компонентный анализ лексемы *комиссионный сбор, гонорар за услуги*

Лексема Сема	комиссионный сбор, гонорар за услуги (<i>напр. за посредничество</i>)	
Словарная статья	Определяемая расчетным путем комиссии за услуги; Комиссионное вознаграждение (комиссионные) – экономико-юридический термин, применяемый в различных сферах экономических отношений в обществе. Комиссионным вознаграждением могут называть плату за работу в качестве агента-посредника по осуществлению коммерческой операции, сделки, обычно исчисляемую в процентах от суммы сделки. Также термин применяется для обозначения оплаты комиссионных услуг, взимаемых банком при проведении определенных банковских операций.	
Морфемы	手 – расходование средств	续 – продлевать 费 – плата
КЛС	комиссия за услуги	
ДС	определяемая расчетным путем	
КС	–	

Таблица А146. Компонентный анализ лексемы *售后服务 shòuhòu fúwù*

Лексема Сема	售后服务 shòuhòu fúwù – послепродажное обслуживание	
Словарная статья	售后服务, 就是在商品出售以后所提供的各种服务活动。从推销工作来看, 售后服务本身同时也是一种促销手段。在追踪跟进阶段, 推销人员要采取各种形式的配合步骤, 通过售后服务来提高企业的信誉, 扩大产品的市场占有率, 提高推销工作的效率及收益。Послепродажное обслуживание – это различные виды деятельности по обслуживанию, предоставляемые после продажи товаров. С точки зрения продаж, послепродажное обслуживание само по себе также является средством	

	продвижения. На этапе отслеживания и последующей деятельности, продавцы должны принять различные формы координации, через послепродажное обслуживание для повышения доверия к предприятию, расширить долю рынка продукции, повысить эффективность и доходы от маркетинговых усилий.
<i>КЛС</i>	различные виды деятельности по обслуживанию, предоставляемые после продажи товаров
<i>ДС</i>	послепродажное обслуживание само по себе также является средством продвижения
<i>ДС</i>	на этапе отслеживания и последующей деятельности
<i>ДС</i>	продавцы должны принять различные формы координации,
<i>ДС</i>	через послепродажное обслуживание для повышения доверия к предприятию
<i>ДС</i>	предприятию, расширить долю рынка продукции
<i>ДС</i>	повысить эффективность и доходы от маркетинговых усилий
<i>КС</i>	–

Таблица А147. Компонентный анализ лексемы *послепродажное обслуживание*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	послепродажное обслуживание
<i>Словарная статья</i>	Постпродажное обслуживание – это тот комплекс услуг, который оказывается покупателям уже после приобретения товара. Это может быть гарантийный ремонт, установка, сборка изделий, регулярное обслуживание, внесение коррективов, исправление неполадок и т.д. Часто постпродажный комплекс услуг является необходимым для успешного конкурентирования на рынке.
<i>КЛС</i>	комплекс услуг, который оказывается покупателям после приобретения товара
<i>ДС</i>	гарантийный ремонт, установка, сборка изделий, регулярное обслуживание, внесение коррективов, исправление неполадок и т.д.
<i>ДС</i>	часто является необходимым для успешного конкурентирования на рынке
<i>КС</i>	–

Таблица А148. Компонентный анализ лексемы *输出 shūchū*

<i>Лексема</i> <i>Сема</i>	输出 shūchū – экспорт, вывоз; экспортировать, вывозить; экспортный	
<i>Словарная статья</i>	商品或资本从某一国销售或投放到国外。Товары или капитал продаются из определенной страны или инвестируются за границу.	
<i>Морфемы</i>	输 shū – перевозить, транспортировать	出 chū – вылезать наружу
<i>КЛС</i>	Товары или капитал продаются или инвестируются за границу.	
<i>КС</i>	–	

Таблица А149. Компонентный анализ лексемы *экспорт*

Лексема Сема	экспорт, вывоз; экспортировать, вывозить; экспортный
Словарная статья	Вывоз товаров, капиталов, технологий за границу (противоп.: импорт). <i>Экспорт мехов. Экспорт леса. Экспорт капитала. Товар идет на экспорт.</i>
<i>КЛС</i>	Вывоз за границу
<i>КС</i>	–

Таблица А150. Компонентный анализ лексемы 输入 *shūrù*

Лексема Сема	输入 <i>shūrù</i> – импорт, ввоз; импортировать, ввозить; импортный, привозной
Словарная статья	商品或资本从国外进入某一国 Товары или капитал ввозятся в страну из-за границы.
<i>КЛС</i>	Товары или капитал ввозятся в страну из-за границы.
<i>КС</i>	–

Таблица А151. Компонентный анализ лексемы *импорт, ввоз; импортировать, ввозить; импортный, привозной*

Лексема Сема	импорт, ввоз; импортировать, ввозить; импортный, привозной
Словарная статья	Ввоз товаров, капиталов, технологии из-за границы
<i>КЛС</i>	Ввоз товаров, капиталов, технологии из-за границы
<i>КС</i>	–

Таблица Б1. Значения лексемы 谈判 (tánpàn) – вести переговоры

Лексема Сема	谈判 (tánpàn) – вести переговоры	
Словарная статья	<p>双方或数方为维护自己的利益对有待解决的重大问题进行会谈：交战双方就停火问题进行谈判。Shuāngfāng huò shù fāng wéi wéihù zìjǐ de lìyì duì yǒudài jiějué de zhòngdà wèntí jìn háng huìtán: Jiāozhàn shuāngfāng jiù tíng huǒ wèntí jìn xíng tán pàn. Две стороны или несколько сторон проводят переговоры (сказуемое – что делают?) по основным вопросам (дополнение -о чем), которые необходимо решить для защиты своих интересов (определение – какие): воюющие стороны ведут переговоры о прекращении огня [新华词典]</p>	<p>有关方面在一起相互通报或协商以便对某重大问题找出解决办法, 或通过讨论对某事取得某种程度的一致或妥协的行为或过程 jìnxíng tán pàn. Заинтересованные стороны совместно друг с другом (обстоятельство как?) обмениваются информацией или совещаются друг с другом (сказуемое), чтобы подыскать способ урегулирования по важному вопросу (обстоятельство – зачем?) или путем обсуждения акта или процесса (обстоятельство как), достижения определенного уровня согласия или компромисса по чему-либо посредством обсуждения (обстоятельство как) [汉典字典搜索]</p>
Синонимы	<p>会谈 huì tán, 会商 huìshāng, 交涉 jiāo shè, 商谈 shāng tán, 媾和 gòuhé, 构和 gòuhé, 议和 yìhé, 讲和 jiǎnghé, 交涉 jiāoshè, 商量 shāngliang, 商妥 shāngtuǒ, 商榷 shāngquè, 商榷 shāngquè, 商讨 shāngtǎo, 商议 shāngyì, 会商 huìshāng, 协商 xiéshāng, 商洽 shāngqià, 当面锣对面鼓 dāngmiàn luó duìmiàn gǔ, 讨价还价 tǎo jià huán jià</p>	

Таблица Б2. Анализ синонимического глагольного ряда 谈判 (tánpàn) – вести переговоры

Синоним	Словарная статья	Функция
会谈 huì tán – вести переговоры (сущ. переговоры; беседа)	双方或多方共同进行的商谈 переговоры между двумя или более сторонами	уточняет субъект переговоров «между двумя и более сторонами»
会商 huìshāng – совещаться; проводить совещание; вести переговоры	体操比赛术语。指体操比赛中, 裁判组对评分问题进行的磋商。通常表现为: 两效分差或裁判员与裁判长之间的分差超过规则许可范围时, 为统一观点, 调整评分, 由裁判长召集裁判员进行的磋商双方或多方共同商量。Относится к консультациям, проводимым судейской бригадой по вопросам оценки во время соревнований по гимнастике. Обычно результат таков: когда разница в баллах с двумя эффектами или разница в баллах между	уточняет субъект переговоров «судейская бригада по вопросам оценки во время соревнований по гимнастике»

	судьей и главным судьей превышает допустимый диапазон правил, точка зрения унифицируется, счет корректируется, и судья созывает рефери для проведения консультаций между двумя или более сторонами.	
交涉 jiāo shè — вести переговоры, обсуждать	与他人相互协商以便对某事得出解决办法 Вести переговоры с другими, чтобы найти решение чего-либо	уточняет субъект и цель переговоров («с другими», «чтобы найти решение»)
商谈 shāng tán — советова тья, вести переговоры; обсуждать;	指与他人相互协商以便对某事得出解决办法 Взаимные обсуждения (консультации) для того, чтобы найти решение чего-то Пример: 这一切我们以后再仔细商谈(zhè yīqiè wǒmen yǐhòu zài zǐxì shāngtán)	уточняет цель переговоров («для того, чтобы найти решение»)
媾和 gòuhé — вести переговоры о мире, мирные переговоры, заключить мир	基本解释: 交战国缔结和约, 结束战争状态。也指一国之内交战团体达成和平协议, 结束战争。Основное объяснение: воюющие страны заключили мирный договор и положили конец состоянию войны. Это также относится к мирному соглашению, достигнутому враждующими группами внутри страны о прекращении войны.	уточняет действие признак действия: «заключили мирный договор и положили конец состоянию войны»
构和 gòuhé — вести переговоры о мире; заключать мир	互相沟通以求和平。Взаимодействие друг с другом ради мира. 如: 「两交战国终于派出特使构和了。Например: «Две воюющие страны наконец направили специальных посланников для установления мира».	уточняет объект (предмет) и цель переговоров («для установления мира»)
议和 yìhé — вести переговоры о мире	通过谈判结束战争。也指为和平进行谈判: 双方走上议和的谈判桌 Закончить войну путем переговоров. Пример: также относится к переговорам о мире: обе стороны садятся за стол переговоров о мире.	уточняет способ действия («путем [мирных] переговоров»)
讲和 jiǎnghé — обсуждать условия мира; заключать мир, мириться; улаживать (дело) мирным	结束战争或纠纷, 彼此和解。Jiéshù zhànzhēng huò jiūfēn, bǐcǐ héjiě. Вложить меч в ножны либо мирно разрешить спор (уладить дело миром, прийти к соглашению) с обеих сторон	уточняет действие «вложить меч в ножны», «разрешить спор» либо характер действия «мирно»
交涉 jiāoshè — вести переговоры,	跟对方商量解决有关的问题 Gēn duìfāng shāngliáng jièjué yǒuguān de wèntí Обсудить с противоположной стороной решение соответствующих вопросов	уточняет субъект («с противополо

обсуждать	Пример: 与他人相互协商以便对某事得出解决办法 Yǔ tārén xiānghù xiéshāng yǐbiàn duì mǒu shì dé chū jiějué bànfǎ Проводить переговоры с другими, чтобы найти решение проблемы	ложной стороной») и объект («решение соответствующих вопросов»)
商量 shāngliang – консультироваться, советаться, совещаться; обсуждать; договариваться	1. 商决 обсуждать и решать, прикидывать и выносить соответствующее решение; решать с учетом обстановки 计议 совещаться, обсуждать, договариваться 讨论 обсуждать, консультироваться, дискутировать 2. 意见 мнение, взгляд; точка зрения, 办法 метод, способ, решение, выход (из положения) 3. 估计 рассчитывать, оценивать 估量 прикинуть 4. 准备 подготовить; подготовиться к...; быть готовым; 5. 买卖时还价 торг при купле-продаже (дословно: предлагать свою цену во время купли-продажи) 6. 商量一下 переговорить, посоветоваться 7. 商量好 договориться 8. 费商量 трудный [для согласования], требующий долгих переговоров; сложный, капитальный (о деле, вопросе) 9. 商量好行动计划 согласовать план действий 10. 好商量的人 сговорчивый человек затруднения в работе из-за недоговоренности 11. 交换意见: 和他家里的人商量过此事 Обмен мнениями: обсудил это со своей семьей 12. 购买, 问价 Покупать, спрашивать о цене(прицениваться)	уточняет действие: «обсуждать и решать, прикидывать и выносить соответствующее решение; совещаться, обсуждать, договариваться, дискутировать. рассчитывать, оценивать»
商妥 shāngtuǒ – сговориться, договориться	сговориться, договориться, столкнуться 商妥价格 сговориться о цене	уточняет предмет («о цене»)
商榷 shāngquē – обсуждать, дискутировать, спорить, выяснять	商量 shāngliang консультироваться, советаться, совещаться; обсуждать; договариваться, 讨论 tāolùn обсуждать, дискутировать; прения, обсуждение; форум Пример: 具体方案还要再商榷。(jùtǐ fāng'àn hái yào zài shāngquē). Конкретный план нужно обсудить еще раз	уточняет действие: «обсуждать»
商讨 shāngtǎo – обсуждать	商量讨论 shāngliang tāolùn обсуждать 商讨, 向...请教, 查阅 советаться (консультироваться) 商量讨教 – обсуждать, советаться Пример: 为了解决较大的、较复杂的问题而交换意	уточняет действие: «обсуждать»

	见；商量讨论：会议商讨了两国的经济合作问题 Обменяться мнениями с целью решения более крупных и сложных вопросов; обсудить и обсудить: на встрече обсуждалось экономическое сотрудничество между двумя странами.	
商议 shāngyì – обсуждать; совещаться, советоваться	1). 商量讨论 обсуждать 2). 犹建议 по-прежнему предлагать Пример: 直接同工厂商议 Договориться напрямую с фабрикой 价格是可以商议的。Цена – это предмет переговоров 两个人商议得已经有边了 Путем обсуждения ими вдвоем достигнуты определенные результаты	Уточняет действие предлагать и способ действия («по-прежнему»)
会商 huìshāng – обсуждать	双方或多方共同商量。Две или более стороны обсуждают вместе Пример: 会商大计 Обсуждать план	уточняет субъект и способ действия («вместе»)
协商 xiéshāng – совещаться, консультироваться; вести переговоры; согласовывать, договариваться	共同商量 вместе обсудить 共同商量以便取得一致意见 вместе обсудить (чтобы получить общий результат) Пример: 共同商量以便取得一致意见: 友好协商。 有问题可以协商解决。Вести совместные переговоры для достижения консенсуса: дружеские переговоры. Проблемы можно решить путем переговоров.	Уточняет способ действия («вместе»)
商洽 shāngqià – согласовывать, договариваться, обсуждать	接洽商谈 проводить переговоры, обсуждать, согласовывать Пример: 1) 有关方面共同商洽解决的办法。Yǒuguān fāngmiàn gòngtóng shāngqià jiějué de bànfǎ заинтересованные стороны совместно обсуждают решения 2) 与某人商洽业务。Обсуждать с кем-либо профессиональные дела 3) 我们边吃茶点边商洽业务吧。За чаем с пирожными мы обсуждали дела	
当面锣对面鼓 dāngmiàn luó, duìmiàn gǔ – лицом к лицу с гонгом и барабаном (обсуждать с глазу на глаз)	比喻面对面地争论或商谈 Метафора спора или переговоров лицом к лицу Высказывать в лицо	Уточняет способ действия («лицом к лицу»)
讨价还价 tǎo jià huán jià – торг	讨：索取。买卖东西，卖主要价高，买主给价低，双方要反复争议。也比喻在进行谈判时反复争议，或接受任务时讲条件。Обсудить: спросить. При покупке и продаже вещей основная цена высокая, а	уточняет действие: «спорить»

	цена покупателя низкая, и обеим сторонам приходится неоднократно спорить. Это также метафора для повторяющихся споров во время переговоров или при принятии задач к условиям	
--	--	--

Таблица В1. Ответы китайских респондентов на опрос

Ответ	Процентное соотношение, %
1. Предприниматель, деловой человек – какой это человек?	
Деятельный, очень занятой	13
Знающий, компетентный	7
Трудолюбивый, усердный	13
Ответственный	13
Креативный	7
Не жадный	7
Гибкий	7
Есть две категории предпринимателей: первая – собственник предприятия, который занимается управлением, вторая – профессиональный менеджер	7
Умный	13
Заинтересованный в деньгах	7
Целеустремленный	7
Итого:	100
2. Какими качествами должен обладать идеальный бизнесмен?	
Трудолюбивый	7
Деловитый	3
Терпеливый	3
Честный	10
Общительный	3
Гибкий	3
Решительность	3
Находчивый	3
Ответственный	3
Организованный	3
Осторожный	3
Стабильный	3
Рациональный	3
Спокойный	3
Умный	10
Смелый	3
С высоким эмоциональным интеллектом	3
Профессиональный, компетентный	3
Имеющий опыт ведения бизнеса	3
Умеющий воспользоваться шансом	3
С хорошей деловой репутацией	3
С умением создавать широкий нетворкинг	3
Высококочувствительный, с аналитическими способностями	3
Способный самостоятельно мыслить	3
Итого:	100
3. Какой бизнесмен считается ненадежным?	
Хитрый	7
Не честный	20

Не стабильный	7
Не умеющий держать слово	20
Не умеющий планировать будущее, не имеющий стратегии	13
Игнорирующий социальную мораль	7
Преувеличивающий способности своей компании	7
Человек, занимающийся бизнесом ради прибыли	7
Спекулятивный деловой человек	7
Не умеющий вести бизнес	7
Итого:	100
4. Как сохранить преимущество (保持优势) при переговорах с иностранными бизнесменами? (выскажите Ваше мнение)	
Уважать этикет и обычаи другой страны	20
Точно выражать свои намерения и потребности	7
Самое важное поддерживать хорошее общение	20
Самое главное быть искренним	7
Нужно проявлять терпение в работе, иметь хорошие отношения с членами команды	7
Нельзя быть гордым, также нельзя быть чрезмерно скромным	7
Знать преимущества своей продукции и потребности другой стороны	7
Необходимо определить цели, в достижении которых Вы можете помочь другой стороне, а также цели, которых другая сторона не может достичь или сталкивается с трудностями	7
Самое главное – внимательно слушать и понять потребности другого (win-win лучше чем сохранить преимущество только для себя).	13
Свободно говорить на иностранных языках	7
Итого:	100
5. Чем отличаются китайские предприниматели от русских? (выскажите Ваше мнение)	
Китайские предприниматели больше внимания уделяют общению вежливости и взаимности, хорошие отношения полезны для бизнеса. А российские предприниматели больше внимания уделяют интересам	20
Русские предприниматели более склонны к риску	10
Китайские предприниматели искренние	10
Разница в культуре стран оказывает влияние на людей, у предпринимателей разные подходы к переговорам и бизнесу в целом	10
В Китае нет предпринимателей, есть только владельцы бизнеса. С древних времен и до наших дней китайские бизнесмены поклонялись власти от души. Причины этого заключаются в том, что, с одной стороны, после успешного ведения бизнеса в условиях конкуренции они надеются сохранить свои собственные коммерческие высоты с помощью политики и власти; с другой стороны, в феодальном или социалистическом обществе существует диктатура. Поэтому китайские предприниматели полагаются на политику, а предприниматели за пределами Китая влияют на политику	10
Китайские предприниматели впитывают преимущества других стран	10
Некоторые китайские предприниматели не заботятся о своем здоровье, и работают днем и ночью, российские предприниматели больше внимания уделяют отдыху	20
Китайские предприниматели отличаются гибкостью и большим	10

терпением	
Итого:	100
6. Что означает идиома 生意盎然?	
Описывает жизнеспособность	82
Означает стойкую энергичную жизненную силу	
Описывает природу	
生意盎然 означает полный жизни. Это описание образа высокой жизнеспособности	
Означает жизненную силу и бодрость	
Описывает энергичный образ	
Означает "жизненная сила сильна, и есть надежда"	
Означает "бизнес проводится оживленно"	18
Означает бойкую торговлю	
Итого:	100

Таблица В2. Ответы русских респондентов на опрос

Ответ	Процентное соотношение, %
1. Предприниматель, деловой человек – какой это человек?	
Деятельный, очень занятой	5
Знающий, компетентный	5
Дальновидный	3
Трудолюбивый, усердный	3
Ответственный	13
Амбициозный	5
Настойчивый	3
Решительный	3
Обладающий организаторскими способностями	11
Креативный	5
Гибкий	3
Ловкий	3
Умный	3
Целеустремленный	13
Расчетливый	8
Находчивый	8
Самостоятельный	3
Инициативный	3
Смелый	3
Итого:	100
2. Какими качествами должен обладать идеальный бизнесмен?	
Трудолюбие	7
Честность	2
Целеустремленность	9
Уверенность в себе	2
Амбициозность	2
Креативность	7
Хорошая интуиция	3

Стрессоустойчивость	11
Умение рисковать	7
Общительность	7
Гибкость	2
Находчивость	7
Собранность	2
Расчетливость, прагматизм	4
Хитрость	2
Ответственность	7
Организованность	7
Ум	4
Смелость	4
Стойкость	2
Надежность	2
Итого:	100
3. Какой бизнесмен считается ненадежным?	
Хитрый	7
Нечестный	20
Не выполняющий свои обязательства	7
Безответственный	
Не умеющий общаться	
Не умеющий держать слово	20
Не умеющий управлять	
Не умеющий планировать будущее	13
Слишком самоуверенный, не умеющий предвидеть риски	7
Не умеющий вести бизнес	7
Итого:	100
4. Как сохранить преимущество (保持优势) при переговорах с иностранными бизнесменами? (выскажите Ваше мнение)	
Знать о национальных и культурных особенностях, знать деловой этикет	20
Уметь найти подход в деловой коммуникации	5
Внимательно изучить, как экономическая отрасль, в рамках которой проходит данная торговая сделка, представлена в стране иностранного партнера	5
Нужно показать свою надежность и приверженность слову	5
Умение аргументировать	20
Вести себя уверенно	10
Добиваться взаимовыгодного решения	5
Знание языка	30
Итого:	100
5. Чем отличаются китайские предприниматели от русских? (выскажите Ваше мнение)	
Разница в культуре стран оказывает влияние на людей, так что у предпринимателей разные подходы к переговорам и бизнесу в целом	23
Китайские предприниматели более "мощные" на мировой арене	4
Китайские предприниматели очень ценят пунктуальность, вежливость и ответственность	15
Русские предприниматели более склонны к риску	15
Русские предприниматели больше полагаются на удачу	4

Русские предприниматели любят спорить	4
Китайские предприниматели более сдержаны и закрыты	4
Китайские предприниматели более прагматичны и расчетливы	4
Китайские предприниматели быстрее реагируют на тренды	4
Китайские предприниматели не приемлют критику	4
Китайские предприниматели более работоспособные и активные, а русские более пассивны	19
Итого:	100