



UDK: 80/81

**Ши ДЖИНДИНГ,**  
Самостоятельный соискатель УЗГУМЯ  
E-mail: [jindingshi01@gmail.com](mailto:jindingshi01@gmail.com)

На основе рецензии Р.Х.Шириновой, доктор наук, профессор

### ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕЧЕВЫХ АКТОВ УБЕЖДЕНИЯ И ВНУШЕНИЯ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Аннотация

В статье представлен комплексный анализ прагматических стратегий и механизмов реализации речевых актов убеждения и внушения в русском и китайском языках в рамках межкультурной парадигмы. Исследование опирается на теоретический аппарат теории речевых актов (Дж. Остин, Дж. Серль) и теорию вежливости (П. Браун, С. Левинсон), а также интегративную модель культурных измерений. Систематизируются основные коммуникативные стратегии – прямые и косвенные, позитивной и негативной вежливости – и выявляются лингвокультурные детерминанты выбора речевых средств. Методология включает сравнительно-сопоставительный анализ языковых данных, дискурс-анализ естественных коммуникативных ситуаций и лингвокультурологическую интерпретацию. Установлено, что русская коммуникативная традиция проявляет ориентацию на рационально-логическую модель убеждения и внушения, в то время как китайская – на гармонизирующую модель, опосредованную принципом сохранения социального равновесия.

**Ключевые слова:** Речевой акт, убеждение, внушение, прагматика, вежливость, коммуникативная стратегия, межкультурная коммуникация, лингвокультурология, кросс-культурный анализ.

### RUS VA XITOIY TILLARIDA ISHONTIRISH VA SUG'ESTIV TA'SIR NUTQ AKTLARINING VOQELANISH XUSUSIYATLARI

Аннотация

Maqolada rus va xitoy tillarida ishonch va ilhomlantirish nutq aktlarining pragmatik strategiyalari va amalga oshirish mexanizmlari madaniyatlararo paradigmadagi har tomonlama tahlil qilinadi. Tadqiqot nutq aktlari nazariyasi (J. Ostin, J. Searl) hamda muloyimlik nazariyasi (P. Braun, S. Levinson) asoslariga, shuningdek, madaniy o'lchovlarning integrativ modeliga tayangan. Asosiy kommunikativ strategiyalar – to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita, ijobiy va salbiy muloyimlik strategiyalari – tizimlashtirilib, til vositalarini tanlashga ta'sir etuvchi lingvomadaniy determinantlar aniqlangan. Metodologiya qiyosiy tahlil, tabiiy muloqot vaziyatlarini diskurs-tahlil qilish va lingvomadaniy talqin usullarini o'z ichiga oladi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, rus kommunikativ an'anasi ratsional-mantiqiy modelga, xitoyniki esa muvozanatni saqlovchi garmonik modelga yo'naltirilgan bo'lib, bu ijtimoiy uyg'unlik tamoyili bilan belgilanadi.

**Kalit so'zlar:** Nutq akti, ishontirish, sug'estiv ta'sir, pragmatika, xushmuomalalik, kommunikativ strategiya, madaniyatlararo kommunikatsiya, lingvomadaniyatshunoslik, kross-madaniy tahlil.

### FEATURES OF THE IMPLEMENTATION OF SPEECH ACTS OF PERSUASION AND SUGGESTION IN THE RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES

Annotation

The article presents a comprehensive analysis of pragmatic strategies and mechanisms of realizing the speech acts of persuasion and suggestion in Russian and Chinese within an intercultural paradigm. The research is grounded in the theoretical framework of Speech Act Theory (J. Austin, J. Searle) and the Politeness Theory (P. Brown, S. Levinson), as well as in the integrative model of cultural dimensions. The main communicative strategies – direct and indirect, as well as those of positive and negative politeness – are systematized, and the linguocultural determinants influencing the choice of linguistic means are identified. The methodology combines comparative analysis of linguistic data, discourse analysis of authentic communicative situations, and linguocultural interpretation. It has been established that the Russian communicative tradition demonstrates an orientation toward a rational-logical model of persuasion and suggestion, whereas the Chinese one favors a harmonizing model mediated by the principle of maintaining social balance.

**Key words:** Speech act, persuasion, suggestion, pragmatics, politeness, communicative strategy, intercultural communication, linguoculturology, cross-cultural analysis.

**Введение.** Речевые акты убеждения и внушения занимают центральное положение в классе персуазивов, поскольку их иллюкутивная сила направлена на изменение мнений или поведения адресата через апелляцию к его разуму или подсознанию. В отличие от приказа или требования, убеждение и внушение характеризуются условной персуазивностью и предполагают добровольное принятие адресатом, что делает их сложным объектом

прагмалингвистического исследования. Успешность реализации убеждения и внушения определяется не только грамматической формой, но и прагматической стратегией, основанной на принципах вежливости и культурных нормах взаимодействия.

Теоретико-методологические основания исследования. Теория речевых актов, разработанная Дж. Остином [10] и Дж. Серлем [11], исходит из

фундаментальной идеи о перформативной природе языка: говорить – значит действовать. В рамках этой теории убеждение и внушение относятся к персуазивным актам, направленным на изменение убеждений или поведения адресата, которое, по мнению говорящего, принесёт последнему пользу или приведёт к желаемому результату. Специфика убеждения и внушения заключается в реализации условной иллюкативной силы: в отличие от приказа, успешность этих актов не измеряется непосредственным выполнением действия адресатом, а зависит от его перлокутивного эффекта – готовности принять предложенную идею или точку зрения.

Культурная специфика вежливости проявляется в различной иерархии коммуникативных ценностей. Для русской лингвокультуры характерна ориентация на ценность правды и искренности, что оправдывает использование прямых стратегий даже в ущерб гармонии общения. Китайская коммуникативная культура, напротив, руководствуется принципом гармонии (和 hé), обусловленным конфуцианской традицией, что предопределяет преференцию к косвенным стратегиям, сохраняющим лицо всех участников коммуникации.

Показатель избегания неопределённости влияет на степень категоричности или условности высказываний: в культурах с высоким уровнем тревожности предпочитают чёткие, императивные убеждения, тогда как в обществах с низким порогом неопределённости допускается гибкость и допущение альтернатив. Наконец, долгосрочная ориентация отражает временную

Таблица 1. Условия успешности прямой стратегии

Условие	Русский язык	Китайский язык
Подготовительное	Знания говорящего	Авторитет говорящего
Искренность	Вера в идею	Убежденность в гармонии
Существенное	Аргументация	Социальное согласие

Косвенные убеждения и внушения представляют собой особую форму речевого воздействия, в которой коммуникативное намерение не выражается напрямую, а передаётся через имплицатуры, предположения или условные конструкции. Такая стратегия позволяет минимизировать угрозу «лицу» адресата, сохраняя его автономию и демонстрируя уважение со стороны говорящего. В русском языке реализация косвенной стратегии наблюдается прежде всего в условных конструкциях типа «Если хочешь, можно подумать об этом» или «На твоём месте я бы поверил иначе», где убеждение формулируется в гипотетической плоскости и воспринимается как деликатное предложение, а не как инструкция к действию.

В китайском языке косвенность достигается за счет: – вопросительных конструкций: 要不要相信? (Yào bù yào xiāngxìn?) – Не хочешь поверить? – модальных частиц смягчения: 吧 (ba), 呢 (ne), 啊 (a). – сравнительных конструкций: 不如我们再相信一下 (Bùrú wǒmen zài xiāngxìn yíxià) – Не лучше ли нам поверить ещё?

Прагматические маркеры косвенной стратегии включают выражения неуверенности или деликатности: может быть, стоит..., 要不..., 还是..., которые не несут самостоятельного лексического значения, но выполняют важную коммуникативную функцию – снижают категоричность, усиливают эмпатию и гармонизируют межличностное взаимодействие.

Стратегии вежливости и смягчения в кросс-культурной перспективе. Позитивная вежливость служит инструментом поддержания благожелательной атмосферы общения и направлена на подчёркивание общности,

перспективу, в рамках которой осмысливается польза от предлагаемой идеи: одни культуры акцентируют немедленный результат, другие – отложенный эффект, рассматривая убеждение и внушение как элемент постепенного развития и гармонизации жизненной стратегии.

Прагматические стратегии реализации речевых актов убеждения и внушения. Прямые убеждения и внушения формулируются с использованием императива или перформативных выражений (убеждаю, предлагаю), что обеспечивает ясность и эксплицитность высказывания. В русском языке прямая стратегия реализуется через:

– Императивные конструкции: Попробуй поверить в это. Не сомневайся, это правильно.

– Перформативные формулы: Я убеждаю тебя рассмотреть этот вариант. Рекомендую принять это во внимание.

– Модальные конструкции с семантикой долженствования: Тебе следует убедиться в этом. Вам необходимо принять это решение.

В китайском языке аналогичную функцию выполняют формы с модальными глаголами и конструкциями:

– Эксплицитные перформативы: 我说服你接受这个想法 (Wǒ shuōfú nǐ jiēshòu zhège xiǎngfǎ) – Я убеждаю тебя принять эту идею.

– Конструкции с модальными глаголами: 你应该相信 (Nǐ yīnggāi xiāngxìn) – Тебе следует поверить.

симпатии и солидарности между собеседниками. В русском дискурсе подобная стратегия реализуется посредством ряда языковых средств, создающих эффект сотрудничества и эмоциональной близости. Наиболее характерными являются инклюзивные формы типа «Давай поверим в это вместе» или «Давайте убедимся в этом вопросе», которые демонстрируют готовность к совместным действиям и включённость адресата в процесс принятия идеи.

В китайском дискурсе позитивная вежливость выражается через: – коллективистские формулы: 我们一起相信吧 (Wǒmen yìqǐ xiāngxìn ba) – Давай вместе поверим в решение. – идиоматические выражения солидарности: 咱们有福同享, 有难同当 (Zánmen yǒufú tóngxiǎng, yǒunàn tóngdāng) – Мы разделяем и радости, и трудности.

Негативная вежливость выражает уважение к свободе и автономии собеседника. В русском дискурсе она проявляется в:

– условных формулах: Если не возражаешь, я бы убедил... Если тебе удобно, можно было бы поверить...

– модальных конструкциях смягчения: Тебе, наверное, стоит убедиться в этом. Возможно, тебе будет полезно поверить...

– пермиссивных выражениях: Ты, конечно, можешь думать по-своему. Это только моё мнение, решение за тобой.

В китайском коммуникативном пространстве стратегия негативной вежливости проявляется значительно более системно и грамматически закреплённо, чем в русском. Она опирается на устойчивые формулы

уважения, самоуменьшения и эвфемистические выражения, которые не только регулируют дистанцию между собеседниками, но и обеспечивают социальное равновесие в ситуации асимметричного общения.

Характерным примером выступают формулы уважения, такие как 如果您方便的话, 可以相言一下 (Rúguǒ nín fāngbiàn de huà, kěyǐ xiāngyán yíxià) – «Если Вам удобно, можете поверить». Подобная конструкция содержит сразу несколько элементов смягчения: условное придаточное, уважительное обращение 您(nín) и глагол 相言一下(xiāngyán yíxià) с редупликацией, обозначающей вежливую нерешительность.

Нередко используется и уничижительное самообозначение, например 鄙人说服 (Bǐrén shuōfú) – «Моё скромное убеждение». Такое выражение отражает

Таблица 2. Стратегии вежливости в русском и китайском дискурсе

Стратегия	Русский дискурс	Китайский дискурс
Позитивная	Инклюзивные формы, эмпатия	Коллективистские формулы, солидарность
Негативная	Условные формулы, смягчения	Формулы уважения, самоуменьшение

Хеджирование как универсальный механизм смягчения. Хеджирование выступает как универсальный лингвистический механизм снижения категоричности и выражения коммуникативной деликатности, обеспечивая баланс между информативностью и вежливостью высказывания. Его функция заключается в смягчении перлокутивного эффекта, то есть восприятия речи адресатом, что особенно важно при реализации убеждения и внушения как персуазивных актов. Несмотря на универсальность явления, способы его языковой реализации в русском и китайском дискурсах существенно различаются.

В русском языке хеджирование проявляется преимущественно на уровне модальной и синтаксической организации высказывания. К типичным средствам относятся модальные слова – пожалуй, возможно, вероятно, – придающие суждению оттенок предположительности и неуверенности, тем самым ослабляя персуазивную силу убеждения. Вводные конструкции вроде насколько я понимаю или по моему опыту позволяют представить мнение как частное, субъективное наблюдение, а не категоричное наставление. Кроме того, вербализованная неуверенность – Я не совсем уверен, но..., Может, я ошибаюсь, однако... – выполняет роль прагматического смягчителя, снижая риски нарушения межличностного равновесия.

В китайском языке хеджирование имеет более системный и грамматически закреплённый характер. Здесь

Таблица 3: Культурно-прагматические параметры речевых актов убеждения и внушения

Параметр	Русская культура	Китайская культура
Индивидуализм/ Коллективизм	Личная аргументация	Коллективный опыт
Дистанция власти	Прямая в равных	Косвенная в иерархии
Избегание неопределённости	Чёткие убеждения	Гибкие внушения
Долгосрочная ориентация	Немедленный эффект	Отложенный результат

Профессиональный дискурс проявляет наибольшую вариативность в выборе стратегий убеждения и внушения. В русской деловой коммуникации наблюдается тенденция к использованию прямых стратегий с рациональной аргументацией, в то время как в китайском деловом дискурсе доминируют косвенные стратегии, опосредованные учетом статусных различий и долгосрочных отношений.

традиционную конфуцианскую модель иерархии, где говорящий снижает собственный статус, тем самым возвышая собеседника и демонстрируя почтительность.

Кроме того, китайский дискурс активно прибегает к эвфемистическим конструкциям, например 或许可以这样相信 (Huòxǔ kěyǐ zhèyàng xiāngxìn) – «Возможно, можно так поверить». Подобная форма выражения создает атмосферу предположительности и гибкости, избегая категоричности и оставляя адресату пространство для самостоятельного решения.

Таким образом, негативная вежливость в китайском языке реализуется не только на лексико-синтаксическом, но и на культурно-прагматическом уровне, выступая показателем уважения, гармонии и социальной упорядоченности общения.

важную роль играют модальные частицы – 吧(ba), 呢(ne), 啊(a), – которые выражают мягкость, нерешительность или вежливое предположение и являются обязательным элементом разговорного этикета. Наряду с ними активно используются количественные смягчители – 有点(yǒudiǎn) «немного», 稍微(shāowēi) «слегка», – придающие высказыванию непрямой, отбитаемый характер. Характерной особенностью является и употребление отрицательных конструкций с ослабляющим значением, например 不一定(bù yíding) «не обязательно» или 不太(bù tài) «не слишком», которые снижают категоричность оценки и делают высказывание более социально уместным.

В целом, в русском языке хеджирование носит преимущественно дискурсивно-модальный характер, тогда как в китайском – грамматически системный и культурно мотивированный.

Это различие отражает противоположные коммуникативные установки: в русской традиции важна рациональная аргументация при сохранении уважительного тона, а в китайской – гармония общения и недопущение прямого речевого давления.

Культурно-прагматические различия в реализации речевых актов убеждения и внушения. Культурные ценности оказывают определяющее влияние на выбор прагматических стратегий реализации речевых актов убеждения и внушения. Сопоставительный анализ выявляет системные различия между русской и китайской лингвокультурами:

Коммуникативные эффекты и межкультурные импликации. Речевые акты убеждения и внушения выполняют целый комплекс коммуникативных функций, каждая из которых получает различную степень выраженности в зависимости от культурного контекста. Прежде всего, гармонизирующая функция направлена на поддержание позитивных отношений между участниками общения. В китайской культуре именно этот аспект считается приоритетным: убеждение служит не столько

для передачи информации, сколько для укрепления взаимного уважения и социального равновесия. В русской коммуникативной традиции, напротив, основное внимание сосредоточено на информационно-прагматическом содержании убеждения, тогда как гармонизирующая функция выступает вторичной.

Наконец, социализирующая функция отражает передачу культурных норм и ценностей через убеждение и внушение. Особенно ярко она проявляется в педагогическом и семейном дискурсе, где эти акты выполняют воспитательную роль и способствуют формированию поведенческих моделей, соответствующих культурным ожиданиям.

При межкультурной коммуникации между носителями русского и китайского языков реализация речевых актов убеждения и внушения сопряжена с рядом прагматических рисков. Риск прагматической интерференции возникает при переносе привычных стратегий родной культуры в инокультурное общение: русские коммуниканты могут восприниматься китайскими собеседниками как чрезмерно прямолинейные и настойчивые, тогда как китайские – как неопределённые или неискренние.

Таким образом, успешность реализации речевых актов убеждения и внушения в межкультурной коммуникации определяется не только знанием языка, но и способностью учитывать культурно-прагматические коды партнёра, обеспечивающие гармоничное взаимодействие и взаимное понимание.

**Заключение.** Проведенное исследование позволило выявить системные различия в прагматических стратегиях реализации речевых актов убеждения и внушения в русском и китайском языках, обусловленные глубинными культурными установками соответствующих лингвокультур.

Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением убеждений и внушений в специализированных дискурсах (медицинском, юридическом, политическом), анализом их функционирования в цифровой среде, а также разработкой методик формирования прагматической компетенции в области продуцирования и интерпретации этих актов на иностранном языке. Особый интерес представляет также исследование эволюции речевых актов убеждения и внушения под влиянием глобализации и межкультурных контактов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Браун П., Левинсон С. Вежливость: универсалии в использовании языка. – Кембридж: Cambridge University Press, 1987.
2. Ван Цзюнь. Сравнительное исследование косвенных персуазивов в русском и китайском языках: дис. ... маг. – Харбин: Хэйлунцзянский университет, 2009.
3. Вежбицкая А. Кросс-культурная прагматика: язык и коммуникация. – М.: Языки славянской культуры, 2001.
4. Гу Жэго. Вежливость, прагматика и культура. – Пекин: Издательство по преподаванию и исследованию иностранных языков (FLTRP), 1998.
5. Кларк Т. Социальные иерархии и коммуникативные риски в организационной коммуникации // Вестник организационной психологии. – 2022. – № 4.
6. Ли Цинь. Прагматическая вежливость в китайском языке. – Пекин: Издательство народного образования, 2005.
7. Лич Г. Принципы прагматики. – Лондон: Longman, 1983.
8. Грайс Г. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVI. – М., 1985.