

**Ле Тхи Фьонг Линь**

*Хошиминский Педагогический университет, Хошимин, Вьетнам*

## **К ВОПРОСУ О НАЦИОНАЛЬНЫХ СТЕРЕОТИПАХ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В РОССИЙСКО-ВЬЕТНАМСКОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ**

Сотрудничество между Российской Федерацией и Социалистической Республикой Вьетнама раньше было сосредоточено в основном в таких областях, как безопасность, оборона, культура и образование. В настоящее время под общим влиянием мировой экономики, особенно в период, когда США и страны Европейского Союза вводят жесткие санкции против российской экономики, Вьетнам стал важным экономическим партнером России, поэтому экономическому сотрудничеству между двумя странами уделяется все больше внимания. С точки зрения автора, одним из условий для достижения успеха в международном бизнес-общении являются знания языка и культуры партнера, поскольку в каждом языке имеется свои способы выражения коммуникативных намерений, различия которых могут быть причиной неудач в межкультурной бизнес-коммуникации. В связи с этим изучение способов выражения коммуникативных интенций на языке партнера становится актуальным. Исходя из этого, целью настоящей статьи является изучение русских и вьетнамских стереотипов коммуникативного поведения, что должно способствовать оптимизации эффективности межкультурной бизнес-коммуникации между носителями русского и вьетнамского языков.

*Ключевые слова:* лингвокультурология, языковая картина мира, национальные стереотипы поведения, межкультурная коммуникация, деловое общение, русский язык, вьетнамский язык.

*Сведения об авторе:*

**Ле Тхи Фьонг Линь**, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры русского языка Хошиминского Педагогического университета (г. Хошимин, Вьетнам); e-mail: linhltp@hcmue.edu.vn. – ORCID ID: 0000-0001-7110-7129.

### **Введение**

Лингвокультурологическая наука активно развивается в российской лингвистике, и ее представителями являются Н.А. Арутюнова, В.В. Воробьев, В.В. Красных, В.А. Маслова, Ю.С. Степанов, В.Н. Телия и др.

Проблемы межкультурной коммуникации обсуждаются лингвистами в течение десятилетий, однако исследованиям в области бизнес-коммуникации, в частности, между носителями русского и вьетнамского языков с позиций лингвокультурологии до сих пор уделяется мало внимания, что составляет новизну данной работы.

Цель исследования: выявить причины неудач в бизнес-коммуникации между носителями русского и вьетнамского языков и рассмотреть русские и вьетнамские стереотипы коммуникативного поведения.

В результате исследования выявлена причина неудач в бизнес-коммуникации между носителями русского и вьетнамского языков – из-за различий в лингвокультурологических особенностях данных языков; определены некоторые типичные русские и вьетнамские стереотипы коммуникативного поведения, знания которых способствуют уменьшению неудач в бизнес-коммуникации между русскими и вьетнамскими партнерами.

## 1. Коммуникативные неудачи, обусловленные различиями в сопоставляемых лингвокультурах

Главным объектом исследования в лингвокультурологии является взаимосвязь языка и культуры. Существует ряд определений лингвокультурологии, предлагаемых известными учеными.

В.Н. Телия определяет лингвокультурологию как «часть этнолингвистики, которая посвящена изучению и описанию корреспонденции языка и культуры в синхронном их взаимодействии» [Телия, 1996: 217];

Согласно определению В.В. Воробьева лингвокультурология – это «научная дисциплина синтезирующего типа, пограничная между науками, изучающими культуру, и филологией» [Воробьев, 1997: 32];

В соответствии с определением В.А. Масловой, это «наука, возникающая на стыке лингвистики и культурологии и исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке» [Маслова, 2001: 28];

Лингвокультурология также рассматривается В.В. Красных как дисциплина, изучающая проявление, отражение и фиксацию культуры в языке и дискурсе. Она непосредственно связана с изучением национальной картины мира, языкового сознания, особенностей ментально-лингвального комплекса» [Красных, 2002: 12];

Следовательно, можно понимать лингвокультурологию как науку, исследующую взаимосвязь между языком и культурой, в которой язык – зеркало, отражающее культуру народа. Для иллюстрации данной взаимосвязи рассмотрим следующие примеры.

Во вьетнамском языке существуют следующие пары омофонов: *Cú* (сова) – *Cứu* (спасите) и *Quạ* (ворона) – *Hoạ* (катастрофа), сходство в фонетической транскрипции которых в некоторых регионах Вьетнама является причиной того, почему во Вьетнаме верят в то, что сова и ворона являются птицами, приносящими несчастье, а их крик – знаком смерти или катастрофы.

В то же время в русской и греко-римской традиции сова символизирует мудрость. Именно поэтому предметы, имеющие форму совы, очень популярны и считаются хорошими подарками в России. Но во Вьетнаме существуют негативные поверья о сове. Поэтому отсутствие соответствующих знаний может быть причиной неудач в межкультурной коммуникации.

Родной язык играет важную роль в формировании национальной культуры и религиозного сознания. Именно язык определяет специфику способов мышления, представления окружающего мира и осуществления речевых действий людей из разных культур, что давно утверждал В. фон Гумбольдт: «Все языки имеют свой способ концептуализации, и главное отличие языков не столько в звуковой или графической оболочке, но и в способе выделения значения и восприятия окружающего мира» [Гумбольдт, 1984: 80].

Ученый также писал, что: «Язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык» [Гумбольдт, 1984: 68]; «Характер каждого народа оформляется на основе особенностей языка этого народа и язык представляет собой мир, связывающий мир внешних явлений с внутренним миром человека» [Гумбольдт, 1984: 304]; «Границы языка моей нации означают границы моего мировоззрения» [Гумбольдт, 1984: 305].

Таким образом, язык не просто является средством общения народа, но и играет важную роль в формировании и развитии его духовной жизни и мировоззрения.

Во вьетнамском языке существует пословица *ếch ngồi đáy giếng* – лягушка, сидящая на дне своего колодца, т.е. у каждого из нас есть свой колодец и со дна этого колодца мы видим только то, что в нем и над ним. Именно поэтому картины мира разных народов различаются. Следующие примеры иллюстрируют данное утверждение:

*Первый пример:* в русском языке существует выражение «голые деревья», семантика которого базируется на сравнении листвы с «одеждой». Наступает зима, листва опадает, дерево как бы теряет одежду. Этот образ возникает в связи с сезонным опаданием листвы. В южных странах, например, во Вьетнаме, образа «голых деревьев» не существует, так как

там нет сезонного опадения листьев. Листья там ассоциируются с «детьми» (дерева). Когда все листья опадают, дерево засыхает. Так и родители чувствуют себя очень одинокими, когда дети вырастают и уходят из родительского дома. Поэтому во Вьетнаме образ «деревья без листьев» понимается как «мертвые деревья» или «одинокое дерево». Эта метафора отражает образ мышления людей, традиционная жизнь которых предполагает наличие большой семьи (несколько поколений под одной крышей), как во Вьетнаме и в Китае. И так, если деревья теряют листву, в России они называются «голыми деревьями», так как следующей весной листва вырастает вновь, и они опять «оденутся», а во Вьетнаме называются «мертвыми деревьями», так как считаются погибающими.

*Второй пример:* под влиянием различия в коммуникативной культуре понятие «спор» в русской и во вьетнамской культурах интерпретируется по-разному. В частности, в России это понятие понимается как «способ для поиска решений проблем», таким образом после спора русские могут снова общаться нормально, как раньше, поэтому русские любят спорить. «Русские любят спорить – наблюдать споры и оценивать, кто спорил лучше. Категория *спор* в русском коммуникативном сознании часто содержит положительно-оценочный знак, спор считается хорошим проведением времени в дружеском общении» [Прохоров, Стернин 2006: 179]. Во Вьетнаме спор понимается как конфликт, после которого трудно вернуться к нормальным отношениям, поэтому при общении вьетнамцы максимально стараются избежать спора.

Во вьетнамском языке существует пословица *ếch ngồi đáy giếng* – лягушка, сидящая на дне своего колодца, т.е. у каждого из нас есть свой колодец и со дна этого колодца мы видим только то, что в нем и над ним. Именно поэтому картины мира разных народов различаются.

Таким образом, можно констатировать, что язык и культура имеют очень тесную взаимосвязь и именно отсутствие знаний о различиях в языке и культуре у партнеров из разных культур часто приводит к неправильному восприятию ими коммуникативных намерений друг друга, что является причиной неудач в межкультурной коммуникации.

## **2. Стереотипы коммуникативного поведения в русской и вьетнамской лингвокультурах**

Исходя из вышеизложенных теоретических положений, в данной части рассматриваются особенности русской и вьетнамской культур при выражении коммуникативных интенций. Кроме того, изучаются стереотипы коммуникативного поведения носителей русского и вьетнамского языков с целью оптимизации межкультурной коммуникации, особенно бизнес-коммуникации между русскими и вьетнамскими партнерами.

По определению М. Кардуэлла «стереотип» – это «... фиксированное и чрезмерно обобщенное мнение о конкретной группе или классе людей» [Cardwell, 1996].

Ю.Е. Прохоров конкретизировал данный термин: «стереотип речевого общения» или «стереотип речевого поведения». Согласно Ю.Е. Прохорову, эти термины определяются как «социокультурная маркированная единица ментально-лингвального комплекса представителя определенной этнокультуры, реализуемая в речевом общении в виде нормативной локальной ассоциации и стандартной для культуры ситуации общения» [Прохоров, 1996: 101].

Понятие «коммуникативное поведение» было впервые введено И.А. Стерниным в его работе «О понятии коммуникативного поведения». Это понятие определяется как «система коммуникативных норм и традиций, построенная на основе ряда национальных коммуникативных правил» [Стернин, 2003: 4].

Проблемы национального коммуникативного поведения рассматриваются в России И.А. Стерниным, Ю.Е. Прохоровым, Н.А. Лемяскиной, С.В. Меликяном, М.С. Саломатиной, Р.В. Серебряковой и др.

Согласно определению И.А. Стернина, «национальное коммуникативное поведение» – это «совокупность норм и традиций общения определенной лингвокультурной общности» [Стернин, 2000: 4].

В работе «Русские: коммуникативное поведение» понятие «коммуникативное поведение» определяется Ю.Е. Прохоровом и И.А. Стерниным как поведение (вербальное и сопровождающее его невербальное) личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума [Прохоров, Стернин, 2006: 23].

Понятие «национальный стереотип коммуникативного поведения» (далее НСКП) можно понимать как образ или модель коммуникативного поведения личности или группы людей, посредством которого можно определить, какой национальности она принадлежит. В качестве примера приведем следующий НСКП носителя вьетнамского языка.

В соответствии с требованиями вьетнамского этикета при обращении в деловом общении используются «местоимения родственного вокатива» [Нгуен Ву Хьонг Ти 2010, с. 219] для выражения близких отношений или уважения к собеседнику. Например,

- *Chào Anh Tuấn* = *Здравствуйте, старший брат Туан*
- *Chào em Lan* = *Привет, младшая сестра Лан*
- *Chào Cô Hà* = *Здравствуйте, госпожа / тетя Ха* (в зависимости от отношений между адресантом и адресатом используются лексемы *госпожа* или *тетя*).

Следует отметить, что во вьетнамском языке обращение определится иерархичностью, обусловленной разницей возраста или социальными и семейными отношениями. Рассмотрим следующую таблицу с примерами использования местоимений 1-ого и 2-ого лица при обращении во вьетнамском языке в зависимости от возрастной разницы между говорящим и слушающим:

Лицо	Говорящий старше слушающего	Говорящий младше слушающего	Одновозрастные
1-ое	<p><b>Я</b> =</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>anh</i> (старший брат);</li> <li>– <i>chị</i> (старшая сестра);</li> <li>– <i>cô, dì</i> (тетя);</li> <li>– <i>chú, bác</i> (дядя) и др. *</li> </ul>	<p><b>Я</b> =</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>em</i> (младший брат или младшая сестра зависит от пола);</li> <li>– <i>con, cháu</i> (дочь или сын зависит от пола) и др. *</li> </ul>	<p><b>Я</b> =</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>tôi</i>;</li> <li>– <i>ta</i>;</li> <li>– <i>tao</i>;</li> <li>– <i>mình</i> и др. *</li> </ul>
2-ое	<p><b>ТЫ</b> =</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>em</i> (младший брат или младшая сестра);</li> <li>– <i>con, cháu</i> (дочь или сын) и др. *</li> </ul>	<p><b>ВЫ (НЕЛЬЗЯ на ТЫ)</b> =</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>anh</i> (старший брат);</li> <li>– <i>chị</i> (старшая сестра);</li> <li>– <i>cô, dì</i> (тетя);</li> <li>– <i>chú, bác</i> (дядя) и др. *</li> </ul>	<p><b>ТЫ</b> =</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>ban</i>;</li> <li>– <i>mì</i>;</li> <li>– <i>mày</i> и др. *</li> </ul>

\* зависит от коммуникативной интенции и ситуации

Разница в возрасте (даже в один год) и отношение между говорящим и слушающим определяют форму их обращения и коммуникативное поведение. Именно поэтому при первой встрече коммуникантов одного поколения если один из них спросит остальных «*Сколько Вам лет?*», это значит, что он из Вьетнама.

Иначе говоря, вопрос, «*Сколько Вам лет?*», можно пониматься как НСКП вьетнамцев в первом общении коммуникантов, оказывающихся ровесниками, поскольку во вьетнамском языке обращение имеет различные вербальные реализации, отражающие разницу в возрасте и отношения субординации [Нгуен Ву Хьонг Ти, 2010; Тимошенкова, 2014], поэтому коммуниканты должны узнать возраст своего собеседника, чтобы выбрать правильное местоимение при обращении с ним, что определяет их коммуникативное поведение при общении друг с другом.

Отсутствие соответствующих знаний у русских партнеров может вызвать негативное впечатление от общения с вьетнамскими коллегами, так как в соответствии с русским НСКП не принято спрашивать возраст (особенно у женщин).

Исходя из вышеуказанного анализа примера, можно констатировать, что основная функция НСКП, с одной стороны, дать участникам межкультурной коммуникации предсказуемое представление о модели коммуникативного поведения своего собеседника из другой культуры, а с другой, помочь им изменить коммуникативное поведение, привычное в своей культуре, но противопоставленное культуре партнера. Это поможет избежать нежелательного недопонимания, а также культурного шока, рассчитывать на позитивные реакции в неожиданных ситуациях и быть более толерантными при межкультурной коммуникации.

Другим примером, который можно понимать как НСКП русского человека с точки зрения иностранцев, в частности, носителей вьетнамского языка, является отсутствие улыбки при общении с незнакомыми людьми в общественных местах: магазинах, банке, метро и т.д.

У носителей вьетнамского языка отсутствие улыбки вызывает недопонимание, поскольку в соответствии с вьетнамским этикетом делового общения, вьетнамцы предпочитают доброжелательно-уважительное обращение при коммуникации, сопровождающееся улыбкой. Кроме этого, этикет предписывает постоянное употребление оборотов, обладающих эмоциональной окраской для выражения вежливости, благожелательности и уважения к коммуниканту [Вьонг Тхи Ким Тхань, 2009: 52] как в следующей переписке:

Оригинальная переписка на вьетнамском языке	Ее дословный перевод на русский язык
<p><i>Dear Linh,</i>  <i>Chị gửi em bảng báo giá trong file đính kèm nhé!</i>  <i>Chị Thảo</i></p>	<p><i>Дорогая Линь,</i>  <i>Я (старшая сестра) отправляю тебе (младшей сестре) прайслист в приложении!</i>  <i>Старшая сестра Тхао</i></p>

Как видим, в данном письме используются:

1. Заимствование из английского языка *Dear* – *Дорогая*, что вызывает доброжелательное и близкое отношение между адресатом и адресантом;
2. «Местоимения родственного вокатива» [Нгуен Ву Хьонг Ти 2010: 219] для выражения близкого отношения между собеседниками: *Chị* – *Я (старшая сестра)*; *em* – *тебе (младшей сестре)*;
3. Модальное слово *nhé*, обладающее эмоционально-экспрессивной окраской, непереводаемое на русский язык.

Употребление таких дополнительных слов как: *nhé*, *a*, *xin* (не переводится на русский язык) и др. необходимо во вьетнамском языке, поскольку в данном языке отсутствуют формы словоизменения и все грамматические отношения строятся исключительно при помощи служебных и специальных слов с целью уменьшения категоричности, скудности речи при выражении требования, запроса или отказа, в конечном счете, для повышения эффекта общения. Кроме того, во вьетнамском языке существует такой фразеологизм: *Một trăm cái lý không bằng một tí cái tình* – Хорошее отношение лучше, чем сто аргументов, что свидетельствует о большей ориентированности на эмоциональность, чем на рациональность в коммуникации вьетнамского народа.

Согласно нормам русского речевого этикета, выражение коммуникативной интенции в деловом общении на русском языке характеризуется отсутствием эмоциональности, объективностью (неперсонифицированностью), стандартностью речевых формулировок, логичностью, точностью и ясностью. [Веселов, 1990: 78–92; Формановская, 2005; Бутова, 2010: 10–11; Трофимова, Купчик, 2010: 54–64], что можно увидеть в следующем письме:

*Уважаемые коллеги,*  
*Подтверждение цен за некоммерческую отправку во вложении.*  
*Спасибо.*

Такое краткое изложение содержания письма с нейтральным тоном выражения коммуникативной интенции вызывает у партнера – носителя вьетнамского языка ощущение того, что у русского партнера нет доброжелательности сотрудничества, которая очень необходима при бизнес-общении. Такое неправильное восприятие коммуникативного намерения русского партнера часто возникает у носителей вьетнамского языка именно из-за лингвокультурных различий в этикете делового общения, что является причиной неудач в бизнес-коммуникации между русскими и вьетнамскими партнерами.

По мнению некоторых исследователей, деловое общение призвано демонстрировать «серьезные намерения, обоснованность и надежность» и «отражает власть государства над личностью, характерную для русского менталитета» [Арапова, 2007].

Согласно исследованию М.А. Араповой, улыбка для россиян должна быть искренней, от души, обращена внутрь, и необязательна для достижения целей коммерческого и социального обмена, так как не включается в конвенцию вежливости [Стернин, 2000; Арапова, 2007; Camille, 2018].

Однако другие исследователи русского характера полагают, что русские не такие уж безразличные и равнодушные, напротив, очень эмоциональные [Прохоров, Стернин, 2006; Егорычев, 2013].

Таким образом, можно констатировать, что именно отсутствие знаний стереотипов коммуникативного поведения партнеров из разных культур является причиной неудач в межкультурной бизнес-коммуникации.

Для повышения эффективности межкультурной бизнес-коммуникации, в частности между русскими и вьетнамскими партнерами, необходимо проведение анализа стереотипов коммуникативного поведения носителей русского и вьетнамского языков в бизнес-коммуникации. В результате исследования были выявлены следующие:

- НСКП носителей вьетнамского языка: персонифицированность, эмоциональность, приветливость, благожелательность, учтивость;
- НСКП носителей русского языка: неперсонифицированность (объективность / безличность), неэмоциональность (нейтральность), стандартизированность, официальность, лаконичность, точность, ясность и логичность.

## **Заключение**

Проанализированные в данном исследовании примеры свидетельствуют о том, что существует очень тесная взаимосвязь между языком и культурой. Овладевая языком, мы впитываем себя в культуру носителей данного языка.

Результаты исследования позволили прийти к выводу о том, что имеется много различий в языковых и культурных особенностях при выражении коммуникативных намерений в русском и во вьетнамском языках. Эти различия, на наш взгляд, являются одной из основных причин неудач в бизнес-коммуникации между русскими и вьетнамскими партнерами.

Для достижения успеха в международной бизнес-коммуникации, необходимо не только владение языком партнеров, но и изучение национальных стереотипов коммуникативного поведения, поскольку каждый народ имеет свои особенности выражения коммуникативной интенции, связанные с культурой, образом жизни, традицией, обычаями, менталитетом и мировоззрением данного народа, что отражено в НСКП носителей языка.

Следует отметить, что для того, чтобы избежать некорректных суждений и недостоверных выводов в межкультурной коммуникации, необходимо учитывать различия в национальных стереотипах коммуникативного поведения, поскольку стандартное коммуникативное поведение представителей одной нации может казаться недопустимым для представителей другой культуры.

В связи с этим предполагается дальнейшее углубленное изучение национальных стереотипов коммуникативного поведения российских и вьетнамских партнеров.

## Литература:

1. Арапова М.А. Феномен улыбки в русской, английской и американской культуре: дисс. ... канд. филос. наук. Москва, 2007.
2. Бодуэн де Куртене И.А. Язык и языки. Избранные труды по общему языкознанию. М.: Изд-во Академии наук СССР, 1963. Т. 2.
3. Бородай С.Ю. Современное понимание проблемы лингвистической относительности: Работы по пространственной концептуализации // Вопросы языкознания. 2013. № 4. С. 17–54.
4. Бутова И.А. Деловая речь, деловая переписка: учеб. пособие. Ч. 1. М.: Изд-во Рос. ун-та транспорта, 2010.
5. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности. М.: Изд-во стандартов, 1990.
6. Воробьев В.В. Лингвокультурология: Теория и методы. М.: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 1997.
7. Гумбольдт В. Фон. О различии строения человеческих языков и его влияния на духовное развитие человечества // Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1984.
8. Егорычев А.М., Ригер А., Костина Е.А. Русские: Характер, ментальность, стереотипы поведения // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2013. № 6 (16). С. 116–128.
9. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. Москва, 2002.
10. Лю Цзюань. О научных школах русской лингвокультурологии // Молодой ученый. 2013. № 12 (59). С. 857–859. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/59/8462/>.
11. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Издательский центр «Академия», 2001.
12. Нгуен Ву Хыонг Ти. Обращения-вокативы родства в русском и вьетнамском общении // Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания: Традиции и инновации: сб. по материалам Международной конференции. Москва, 2010. С. 216–220.
13. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М.: Педагогика Пресс, 1996.
14. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: Коммуникативное поведение. 2-е изд. М.: Флинта: Наука. 2006.
15. Стернин И.А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования // Русское и финское коммуникативное поведение. Воронеж: Изд-во Воронежск. гос. техн. ун-та. 2000. С. 4–20. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://commbehavior.narod.ru/RusFin/RusFin2000/Sternin1.htm>.
16. Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж: Изд-во «Истоки». 2003.
17. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996.
18. Тимошенкова Г.Ю. Обращение в русском и вьетнамском // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2014. № 15. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraschenie-v-russkom-i-vietnamskom-yazykah>.
19. Трофимова О.В., Купчик Е.В. Основы делового письма. М.: Флинта: Наука, 2010.
20. Формановская Н.И. Культура общения и речевой этикет. М.: Изд-во ИКАР. 2005.
21. Camille B. What a Russian Smile Means // Nautilus. 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nautil.us/what-a-russian-smile-means-237120/>.
22. Cardwell M. Dictionary of Psychology. 1<sup>st</sup> ed. London: Fitzroy Dear Born Publishers. 1996.
23. Lippmann W. Public Opinion. New Brunswick, New Jersey. 1998. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman\\_Walter\\_Public\\_Opinion.pdf](https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf).
24. McGarty C., Yzerbyt V.Y., Spears R. Stereotypes as Explanations: The Formation of Meaningful Beliefs about Social Groups. New York, NY, USA: Cambridge University Press. 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://psycnet.apa.org/record/2003-02633-000>.
25. Vương Thị Kim Thanh. Phân tích diễn ngôn thư tình thương mại tiếng Việt // Tạp chí Khoa học Xã hội Vùng Nam Bộ, 2009. Số 3 (127), tr. 50–55.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Статья поступила в редакцию 29.09.2022

**Le Thi Phuong Linh**

*Ho Chi Minh City University of Education, Ho Chi Minh City, Vietnam*

## **ON THE ISSUE OF CULTURAL STEREOTYPES OF COMMUNICATIVE BEHAVIOR IN RUSSIAN-VIETNAMESE BUSINESS COMMUNICATION**

Cooperation between the Russian Federation and the Socialist Republic of Vietnam used to be concentrated mainly on such areas as security, defence, culture and education. Currently, under the general influence of the global economy, especially at a time when the United States and European Union countries are imposing tough sanctions against the Russian economy, Vietnam has become an important economic partner of Russia, therefore, economic cooperation between the two countries is expanding. One of the conditions for success in the international business communication is the knowledge of the partner's language and culture, since each language has its own ways of expressing communicative intentions, the differences of which can cause failures in cross-cultural business communication. In this regard, the study of ways of expressing communicative intentions in each partner's language becomes urgent. Based on this, the purpose of this article is to study Russian and Vietnamese stereotypes of communicative behavior, which should help optimise the efficiency of cross-cultural business communication between native Russian and Vietnamese speakers.

*Key words:* linguoculturology, language picture of the world, cultural stereotypes of behavior, cross-cultural communication, business communication, Russian, Vietnamese.

*About the author:*

**Le Thi Phuong Linh**, PhD in Philology, Lecturer, Department of Russian Language, Hochiminh City University of Education (Hochiminh City, Vietnam), e-mail: linhltp@hcmue.edu.vn. – ORCID ID: 0000-0001-7110-7129.

### **References:**

1. Arapova, M.A. *The Phenomenon of a Smile in Russian, English and American Culture*. Moscow, 2007.
2. Baudouin de Courtenay, I.A. "Language and Languages." *Izbrannye Trudy po Obshchemu Yazykoznaniyu*, Moscow, vol. 2, 1963.
3. Boroday, S.Yu. "Modern Understanding of the Problem of Linguistic Relativity: Work on Spatial Conceptualization." *Voprosy Yazykoznaniya*, no. 4, 2013, pp. 17–54.
4. Burova, I.A. *Business Speech, Business Correspondence*. Moscow, vol. 1, 2010.
5. Veselov, P.V. *Modern Business Writing in Industry*. Moscow, 1990.
6. Vorobyov, V.V. *Linguoculturology: Theory and Methods*. Moscow, 1997.
7. Humboldt, W. von. "About the Difference in the Structure of Human Language and Its Influence on the Spiritual Development of Mankind." *Izbrannye Trudy po Yazykoznaniyu*. Moscow, 1984.
8. Egorychev, A.M., Riger, A., Kostina, E.A. "Russians: Character, Mentality, Behavior Stereotypes." *Vestnik Novosibirskogo Gosudarstvennogo Pedagogicheskogo Universiteta*, 2013, no. 6 (16), pp. 116–128.
9. Krasnykh, V.V. *Ethnopsycholinguistics and Linguoculturology*. Moscow, 2002.
10. Liu, J. "About Scientific Schools of Russian Linguoculturology". *Molodoj Ucheniy*, no. 12 (59), 2013, pp. 857–859, <https://moluch.ru/archive/59/8462/>.
11. Maslova, V.A. *Linguoculturology*. Moscow, 2001.
12. Nguyen Vu Huong Chi. "Vocative Cases of Kinship in Russian and Vietnamese Communication." *Aktual'nye Problemy Russkogo Yazyka i Metodiki ego Prepodavaniya: Tradicii i Innovacii*. Moscow, 2010, pp. 216–220.
13. Prokhorov, Yu.E. *National Sociocultural Stereotypes of Verbal Communication and Their Role in Teaching Russian to Foreigners*. Moscow, 1996.
14. Prokhorov, Yu.E., Sternin, I.A. *Russians: Communicative Behavior*. 2<sup>nd</sup> ed., Moscow, 2006.
15. Sternin, I.A. "The Concept of Communicative Behavior and Problems of Its Research." *Russkoe i Finskoe Kommunikativnoe Povedenie*. Voronezh, 2000, pp. 4–20, <http://commbehavior.narod.ru/RusFin/RusFin2000/Sternin1.htm>.
16. Sternin, I.A., Larina, T.V., Sternina, M.A. *Essay on English Communicative Behavior*. Voronezh, 2003.
17. Telia, V.N. *Russian Phraseology. Semantic, Pragmatic and Linguoculturological Aspects*. Moscow, 1996.



18. Timoshenkova, G.Yu. "Vocative Cases in Russian and Vietnamese Languages." *Aktual'nye Voprosy Sovremennoj Filologii i Zhurnalistiki*, no. 15, 2014, <https://cyberleninka.ru/article/n/obraschenie-v-russkom-i-vietnamskom-yazykah>.
19. Trofimova, O.V., Kupchik, E.V. *Fundamentals of Business Writing*. Moscow, 2010.
20. Formanovskaya, N.I. *Culture of Communication and Speech Etiquette*. Moscow, 2005.
21. Camille, B. *What a Russian Smile Means*, 2018, <https://nautil.us/what-a-russian-smile-means-237120/>.
22. Cardwell, M. *Dictionary of Psychology*. 1<sup>st</sup> ed. London, 1996.
23. Lippmann, W. *Public opinion*. New Jersey, 1998, [https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman\\_Walter\\_Public\\_Opinion.pdf](https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf).
24. McGarty, C., Yzerbyt, V.Y., Spears, R. Stereotypes as Explanations: The Formation of Meaningful Beliefs about Social Groups. New York, NY, USA, 2002, <https://psycnet.apa.org/record/2003-02633-000>.
25. Vuong Thi Kim Thanh. "An Analysis of the Discourse of Business Correspondence in the Vietnamese Language." *Zhurnal Yuzhnyh Obshchestvennyh Nauk*, no. 3 (127), 2009, pp. 50–55.

Received 29.09.2022