

ЭВОЛЮЦИЯ НЕВЕРБАЛЬНЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В КИТАЙСКОЙ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

В.Р. Коханюк, В.А. Ананич, 3 курс

Научный руководитель – **Е.В. Пискун**, старший преподаватель

Полесский государственный университет

В современном мире интернет становится все более неотъемлемым атрибутом коммуникации и общения между людьми. Интернет-коммуникация в Китае характеризуется активным использованием не только вербальных, но и невербальных средств, таких как эмодзи, эмотиконы, стикеры, мемы и другие визуальные элементы. Эти средства играют важную роль в выражении эмоций, передаче неявной информации и создании чувства общности в онлайн-сообществах, формируя тем самым уникальную цифровую среду, отражающую культурные особенности Китая.

На основе наблюдаемого роста популярности эмодзи и других невербальных средств в китайской интернет-среде, можно предположить, что их роль в интернет-коммуникации будет продолжать возрастать. В связи с этим исследуемая работа является весьма актуальной.

Цель данной работы состоит в изучении влияния популярных культурных трендов на эволюцию эмодзи, стикеров и мемов как основных невербальных лингвистических средств в китайской интернет-среде, а также анализ их влияния на формирование тематики и тональности онлайн-дискурса с использованием данных социальных сетей Weibo, TikTok, WeChat, Bilibili и Douyin.

Для анализа невербальных лингвистических средств коммуникации в интернете был применен метод сплошной выборки комментариев. Изучались комментарии, оставленные под постами, посвященными актуальным социальным, бытовым и культурным темам.

Эмодзи занимают лидирующую позицию среди способов невербальной коммуникации в интернет-пространстве. Некоторые лингвисты в специфической этике выделяют разнородность социальной среды и специфическую замену невербального общения (эмодзи) [1, с. 40].

Основные функции эмодзи:

Во-первых, функция дублирования: Ура, перемена! ; во-вторых, функция замещения: Поддай мне ; в-третьих, функция смыслообразования: Сегодня на соревнованиях я ; в-четвёртых, функция придания текстовому сообщению дополнительного значения: Ты слышала эту новость? – Да, я просто шокирована [2].

Как мы можем заметить, использование эмодзи в социальных сетях при общении играет немаловажную роль. Поскольку, они усиливают экспрессивность, компенсируют отсутствие невербального контакта, а также расширяют выражение эмоций и сокращают текстовую нагрузку.

На втором месте по популярности в интернет-коммуникациях находятся эмодзи. Эти символы, состоящие из стандартных печатных знаков, таких как двоеточие, дефисы и скобки, появились задолго до эмодзи и служили средством выражения эмоций в текстовом формате. Эмодзи можно классифицировать на две основные категории в зависимости от их эмоциональной окраски: положительные и отрицательные.

Таблица – Значение эмодзи

Положительные эмодзи	Значение	Отрицательные эмодзи	Значение
: -)	Улыбка	: -(	Грусть
: -D	Смех	: -/	Недовольство
:! -D	Сильный смех	D -:	Сильная злость
;-)	Подмигивание	;(	Плакать
:-P	Показывать язык	:-@	Кричать в гневе

Таким образом, эмодзи являются важным средством для передачи эмоций в текстовых сообщениях, что позволяет пользователям более точно передавать свои чувства и улучшает взаимодействие друг с другом в виртуальной среде.

Третье место среди популярных форм общения в интернете занимают мемы. Термин "мем", введенный в научный оборот Ричардом Докинзом, подразумевает концепцию репликации по отношению к социокультурным процессам [3, с. 179]. В широком понимании мем – это некая идея, образ, объект культуры (чаще нематериальной), который перенимается многими членами сообщества [4, с. 162]. Людям которые изучают китайский язык рано или поздно придется столкнуться с юмором в Китае, многие считают его специфичным и не всегда поймут смысл шутки. Приведем пару примеров:



1. 我自闭了 wǒ zì bì le - 'я закрылся'.

Выражение используется для ситуаций в которых испытывают уныние или разочарование, находятся в тревожном состоянии. Антоним 我想开了 wǒ xiǎng kāi le переводится 'я раскрылся'. Чаще всего используется для олицетворения в прямом смысле 'цветения' человека после переломных моментов.



2. 我酸了 wǒ suān le - 'я прокис'.

Конструкция используется как подпись к картинке с изображением лимона. Данное выражение на просторах сети обозначает в буквальном смысле 'кислость' ревности и зависти к чужой любви.



3. 不用担心啊 我每天睡眠很充足 bù yòng dān xīn a, wǒ měitiān shuìmián hěn chōngzú.

Переводится 'не волнуйся, я сплю достаточно'. В данном интернет-меме ироничность заключается в несоответствии картинки и подписи к ней.

На данный момент, мемы стали неотъемлемым инструментом для выражения и обмена идеями в цифровой культуре, позволяя пользователям быстро и лаконично делиться своими мыслями, шутками и реакциями на происходящие события.

В ходе анализа 563 комментариев было выявлено следующее распределение невербальных средств выражения: эмодзи были обнаружены в 67% случаев, эмодзи – в 22%. Наименьшая доля (11%) пришлась на мемы.

Эмодзи, мемы и визуальная коммуникация играют важную роль в формировании нового языка общения, который сочетает в себе традиционные культурные элементы и современные тренды. Понимание этих изменений важно для изучения не только китайского языка, но и глобальных тенденций в области коммуникации.

Список использованных источников

1. Галичкина, Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языка / Е. Н. Галичкина // Астраханский государственный педагогический университет. – 2001. – 212 с.
2. Ускова, А. И. Эмодзи как феномен цифровой коммуникации XXI века [электронный ресурс] / А. И. Ускова // Актуальные вопросы правоведения и практики перевода. – 2019. – №9. – Режим доступа: <https://www.alba-translating.ru/ru/ru/articles/2019/uskova-2019.html>. – Дата доступа: 07.04.2025.
3. Докинз, Р. Эгоистичный ген // Р. Докинз. – М. - 1993. – 615 с.
4. Щурина, Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина // Научный диалог. – № 3. Филология. – Екатеринбург. – 2012. – 172 с.