

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И.Г. Нагибина

«_____» _____ 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**МУЛЬТИМОДАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ
ПАТРИОТИЧЕСКИХ НАСТРОЕНИЙ
В КИТАЙСКОМ КРОССМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Научный руководитель

канд. филол. наук,
доц., зав. каф. ВЯ
И.Г. Нагибина

Выпускник

И.А. Гомзикова

Нормоконтролер

С.О. Мезенина

Красноярск 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПАТРИОТИЗМА И КИТАЙСКОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА	6
1.1. Определение и особенности интернет-дискурса в рамках гуманитарной науки	6
1.2. Специфика китайского интернет-дискурса	11
1.3. Термин «патриотизм» в парадигме гуманитарного знания.....	16
1.4. Концепция патриотизма в китайской языковой картине мира.....	22
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	26
ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВАЯ И НЕЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПАТРИОТИЧЕСКИХ НАСТРОЕНИЙ В КИТАЙСКОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ	28
2.1. Дискурсивные контексты проявления национального патриотизма жителей КНР	28
2.2. Тенденции проявления патриотизма в кроссмедийном пространстве	31
2.3. Вербальные средства репрезентации патриотических настроений китайских интернет-пользователей.....	33
2.3.1. Интерпретация собственного государства	34
2.3.2. Интерпретация «внешнего врага»	44
2.4. Визуальные средства репрезентации патриотических настроений китайских интернет-пользователей.....	48
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ.....	67
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА.....	68

ВВЕДЕНИЕ

Неоднозначность процессов культурной глобализации и активное развитие идей национальной идентичности в начале XXI века стали основанием для изучения патриотизма как сложного и многопланового явления – одного из ключевых концепций во многих лингвокультурах, включая китайскую. Обнаруживаются определённые противоречия в восприятии понятия патриотизма: как необходимой и неотъемлемой части национального самоопределения или как отжившей и устаревшей ценности, которая с течением времени теряет свою значимость. Тем не менее, будучи связующим звеном между гражданином и государством, а также составным компонентом картины мира нации в целом, явление патриотизма требует особого внимания.

Данная тема является действительно **актуальной** на сегодняшний день, когда международная геополитическая обстановка позволяет нам наблюдать масштабные преобразования в текущей модели мироустройства. Реакция китайского общества на события настоящего времени, особенно ярко отражённая в интернет-дискурсе, является проявлением специфики китайского менталитета. В связи с особенностями историко-культурного развития страны, китайскому национальному характеру присущи такие черты как развитое чувство национальной гордости и любви к Родине. Особый интерес представляют способы мультимодальной репрезентации патриотизма в одном из наиболее широко распространённых и быстроразвивающихся дискурсивных пространств – Интернете.

Объектом исследования являются дискурсивные практики проявления патриотизма в китайском кроссмедийном пространстве. **Предметом** – вербальные и визуальные средства репрезентации патриотических настроений граждан КНР в китайских социальных сетях.

Материалом для исследования послужили 150 публикаций и 200 комментариев китайских интернет-пользователей в социальных сетях Weibo,

Vilibili и Douyin за период 2022-2024 гг. При отборе материала использовался метод сплошной выборки.

Цель работы – выявить способы вербализации и мультимодальной репрезентации патриотических настроений граждан Китая в кроссмедийном пространстве на примере публикаций и комментариев пользователей китайских социальных сетей.

Для реализации цели были поставлены следующие **задачи**:

- 1) исследовать понятие интернет-дискурса и его особенности, выявить специфику китайского интернет-пространства;
- 2) рассмотреть понятие «патриотизм» в парадигме гуманитарного знания и в китайской лингвокультуре;
- 3) провести анализ текстового материала публикаций и комментариев граждан Китая в социальных сетях, а также сопутствующих фото- и видеоматериалов;
- 4) выявить и классифицировать языковые и визуальные средства репрезентации патриотических настроений жителей КНР в кроссмедийном интернет-дискурсе.

В ходе исследования были использованы **общенаучные методы** теоретического обобщения, анализа и синтеза, метод сплошной выборки, а также частные **методы** лингвистического исследования: дискурс-анализ и мультимодальный анализ, лексический и стилистический анализ.

Методологическую базу исследования составили труды таких учёных, как О.А. Блинова, Е.Н. Галичкина, Е.И. Горошко, М.В. Загидуллина, А.А. Кибрик, В.К. Криворученко, В.К. Левашов, Я.В. Лексютина, О.В. Лутовинова, И.В. Лысак, И.Г. Нагибина, Е.В. Свиридкина, Н.А. Селиверстова, Т. Хуан, 张千帆 / Чжан Цяньфань, 陈旋 / Чэнь Сюань и др.

Во **Введении** приводится обоснованность выбора темы, актуальность работы, объект, предмет, цели и задачи, а также методы и материал исследования.

Первая глава посвящена анализу понятия интернет-дискурса в контексте смежных видов дискурса и выявлению ключевых характеристик современного Интернета. Часть теоретического исследования посвящена рассмотрению специфики китайского интернет-пространства. Глава также содержит исследование концепта «патриотизм» и попыток его объяснения в гуманитарной науке, описание особенностей восприятия концепции патриотизма в китайской языковой картине мира.

Вторая глава отражает результаты работы с практическим материалом, то есть анализ текста публикаций и комментариев и описание вербальных и визуальных средств репрезентации патриотических настроений китайских интернет-пользователей.

В **Заключении** обобщаются полученные результаты, соотносимые с обозначенными во введении целью и задачами.

Апробация: основные положения работы были изложены в докладе, представленном на научном онлайн-семинаре «Восточный вектор образовательного и научного контента: дискурсивные практики современного Китая» (02.12.2023 г.) и на XXI международных Березинских чтениях «Языковое бытие человека и этноса» (17–18.05.2024 г.).

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПАТРИОТИЗМА И КИТАЙСКОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА

1.1. Определение и особенности интернет-дискурса в рамках гуманитарной науки

Объектом настоящего исследования является дискурсивные практики выражения патриотизма в китайском интернет-дискурсе, что требует рассмотрения определения понятия «интернет-дискурс» в рамках научного знания в сфере виртуальных дискурсов, а также его основных особенностей и значения для современной коммуникации.

Стремительное развитие современных информационных технологий и возникновение интернета коренным образом изменили информационную среду и способствовали появлению нового поля публичного дискурса, получившего соответственно название «интернет-дискурс».

Значение возникновения интернет-дискурса сложно переоценить. Интернет предоставил человеку ранее немислимые возможности межличностной и массовой коммуникации, а также ускорил процессы передачи и распространения информации [Солянка, 2020: 75]. Что не менее важно, интернет стал обширной площадкой для выражения людьми собственного мнения, взгляда на события актуальной действительности, вербализации в различных формах чувств и эмоций, вызванных фактами и явлениями внешнего мира. Развитие в среде социальных сетей, форумов и иных интернет-площадок фактора анонимности в значительной степени способствовали демократизации политического интернет-дискурса: пользователи интернета более открыты в своих суждениях, выражают свое честное мнение, пользуясь предоставленной им свободой самовыражения.

Исследователи не достигли консенсуса в определении данного термина, который в научных работах сопряжен со смежными понятиями, такими как: «виртуальный дискурс», «электронный дискурс» и «сетевой дискурс».

Наиболее широким понятием, включающим в себя все другие разновидности, в том числе и интернет-дискурс, принято считать виртуальный дискурс. О.В. Лутовинова предлагает рассматривать его как «текст, погруженный в ситуацию общения в виртуальной реальности, т.е. особой модели реальности, возникающей на основе новых информационных технологий при помощи компьютерной и некомпьютерной техники и реализующей такой принцип взаимодействия пребывающих в ней субъектов, как коммуникация образов» [Лутовинова, 2009: 3]. Разграничение всех входящих в виртуальный дискурс понятий проводится главным образом на основе технических отличий способа их организации.

Особенностью интернет-дискурса как составляющего компонента виртуального дискурса является его функционирование в глобальной сети Интернет. А.В. Соколов дает понятию «Интернет» следующее определение: «Интернет – это глобальная социально-коммуникационная компьютерная сеть, предназначенная для удовлетворения личностных и коммуникационных социальных потребностей за счет использования телекоммуникационных технологий» [Соколов; цит. по: Мельникова, 2018: 31].

Непосредственно интернет-дискурс может быть определен как особый вид коммуникации, осуществляемый посредством Интернета, который является каналом связи и обмена информацией между участниками общения [Там же]. Однако некоторыми отечественными исследователями данный вид дискурса также рассматривается как «речевая ситуация (текст), погруженная в ситуацию общения в пределах пространства всемирной паутины» [Глущенко, 2015: 1107]. В целом, интернет-дискурс – это многогранный термин, представляющий собой и особый вид общения, и текст, погруженный в различные ситуации данного общения.

Существуют определенные характерные особенности интернет-дискурса, отличающие его от других видов коммуникации. Определением основных признаков данного вида дискурса занималась исследователь специфики компьютерного общения Е.Н. Галичкина. Перечислим некоторые

из рассматриваемых Е.Н. Галичкиной характеристик компьютерного дискурса, которые в равной степени применимы к интернет-дискурсу:

1. статусное равноправие участников общения в сети;
2. высокая степень проницаемости, т.е. помимо непосредственных участников коммуникации, как правило существуют так называемые «пассивные участники» – слушатели или соучастники, которыми может оказаться любой интернет-пользователь;
3. комбинирование субдискурсов (бытового, делового, научного, политического и др.);
4. креолизованность текстов – наличие собственно буквенных, образно-зрительных и образно-слуховых компонентов, то есть использование невербальных средств и дополнений: картинок, аудио– и видеовставок;
5. специфическая интернет-этика и др. [Галичкина, 2004: 57].

Кроме того, говоря о современном интернет-дискурсе, исследователи указывают на процесс сближения источника информации и ее реципиента, поскольку интернет-среда позволяет пользователям не только потреблять контент, но и взаимодействовать с его отправителем, давать обратную связь. В свою очередь большое количество каналов обмена контентом даже в рамках одной интернет-платформы делают распространение информации наиболее быстрым и эффективным [Мажинский, Нагибина, Чжан, 2023: 906].

Как отдельный вид дискурса, интернет-общение обнаруживает определенные лингвистические особенности, которые можно проследить на разных уровнях: лексическом, синтаксическом, стилистическом. Наиболее характерными чертами коммуникации в интернет-дискурсе можно считать большое число заимствований, широкое распространение сокращений, создание и популяризация неологизмов и сленговых единиц, тяготение к аграмматизму, использование специальных пиктограмм, заменяющих вербальные средства общения: смайлики, стикеры и пр.

Интернет-коммуникации на современном этапе ее развития свойственно задействование в общении не только вербальных, но и

невербальных средств, то есть образно-зрительных и образно-слуховых компонентов. Для обозначения данного явления в русистике используются такие понятия, как «креолизированность» и «поликодовость», однако некоторые исследователи признают их устаревшими [Омельяненко; цит. по: Блинова, 2019: 82]. Другой широко распространенный в научной среде термин «мультиmodalность» является частью зарубежной терминологии и соотносится некоторыми учеными с отечественным понятием «поликодовость». Противопоставление двух близких по значению терминов основывается том, с какой стороны рассматривается объект исследования: со стороны семиотических кодов самого текста или же способа восприятия сообщения реципиентом. Главной задачей при изучении поликодового текста является «выявление взаимосвязей во взаимодействии знаков и символов с различными кодами», в то время как «текст мультиmodalного характера апеллирует к психологическому термину modalности как принадлежности к определенной сенсорной системе, а поэтому связан с актуализацией нескольких перцептивных каналов» [Алиев, 2021: 95].

Мультиmodalность основана на понимании modalности, изначально принятом в психологии, нейрофизиологии и информатике. В них modalность или модус – это «тип внешнего стимула, воспринимаемого одним из чувств человека, в первую очередь зрением и слухом» [Кибрик, 2006: 135]. В свою очередь префикс «мульти» указывает на то, что объектом воздействия сигнала становятся сразу несколько органов чувств человека. В лингвистике мультиmodalность предполагает использование в одном сообщении нескольких способов коммуникации, в качестве которых, как правило, выступают текст, аудио и видео-контент. При этом, мультиmodalность не означает просто набор различных компонентов, воздействующих на разные каналы восприятия, а представляет собой неразрывное единство. «По мнению Лоренца Мондады, мультиmodalность осуществляется в целостности и симультанности работы разных модусов» [Mondada; цит. по: Загидуллина, 2019: 182]. На данный момент в лингвистике

помимо вербального текста, внимание уделяется в основном только двум модальностям: вокальной (слуховой) и кинетической (зрительной), а остальные модальности, например, обоняние или осязание, остаются за рамками исследований [Загидуллина, 2019: 182].

На протяжении веков основные направления лингвистики рассматривали преимущественно вербальные языковые знаки, то есть вербальный канал становился главным, если не единственным, предметом большинства исследований. Другим каналам отводилась роль вспомогательных компонентов, дополняющих вербальный текст. Однако данные, фигурирующие в ряде научных работ (Mehrabian, 1971, Эльберт, 2007; Кибрик, Эльберт, 2008), указывают на то, что доля информации, которая приходится на визуальный и просодический каналы сопоставима по степени информативности с вербальным модусом, иногда даже выходя на первый план [Кибрик, 2006: 143]. В целом, есть основания полагать, что каждый из каналов воздействия сообщения достаточно информативен как по отдельности, так и в сочетании с другими, хотя мультимодальные тексты в большинстве случаев не совмещают более двух-трех различных модусов.

Изобразительные (визуальные) составляющие вербальной коммуникации стали предметом пристального внимания ученых лишь на рубеже XX–XXI веков. На данном этапе исследователи пришли к выводу, что изолированные языковые средства недостаточны для полноценного дискурс-анализа, а без контекста декодировать значение языковых единиц не представляется возможным. В связи с этим Г. Кресс и Т. ван Леувен впервые ввели термины «мультимодальность» и «мультимодальный текст» [Блинова, 2019: 82]. Основываясь на определении первого из вышеперечисленных понятий, второе представляет собой некоторый текст, восприятие которого требует от реципиента задействования сразу нескольких органов чувств, то есть вербального и зрительного каналов. Оба компонента мультимодального текста (вербальный и визуальный) содержат ключевые элементы информации для декодирования смысла сообщения [Блинова, 2019: 83].

В контексте интернет-коммуникации мультимодальность является неотъемлемой частью дискурса социальных сетей: тексты публикаций и комментариев зачастую сопровождаются изображениями (в том числе анимированными), а также аудио- и видеоматериалами, дополняющими смысл сообщения или усиливающими его эмоционально-экспрессивную нагрузку. Кроме того, исследователи относят эмодзи и хэштэги, также популярные в дискурсивных практиках социальных сетей, к проявлению мультимодальности интернет-коммуникации.

Таким образом, можно сделать вывод, что интернет-дискурс является частью более широкого понятия, виртуального дискурса, и представляет собой особый вид коммуникации, происходящей в виртуальной реальности посредством совокупности каналов связи в сети Интернет. К особенностям интернет-дискурса можно отнести высокую проницаемость, близость и равноправие участников, опосредованность, большую скорость распространения информации, совмещение различных видов дискурса и специфическая этика. Общение в интернет-среде предполагает лексические, синтаксические и стилистические особенности языка, которые отличают данный вид дискурса от других. Неотъемлемой частью современного интернет-дискурса является мультимодальность. Данный термин, пришедший в лингвистику из психологии, обозначает использование в одном сообщении нескольких модусов или перцептивных каналов. Мультимодальный текст включает в себя не только вербальные средства языка, но и, как правило, аудиальные и визуальные компоненты (изображения, аудио- и видеоматериалы), чем одновременно воздействует на различные органы чувств человека.

1.2. Специфика китайского интернет-дискурса

Для того, чтобы рассмотреть особенности мультимодальной репрезентации патриотических настроений представителей китайской

лингвокультуры, следует принимать во внимание специфику китайского интернет-пространства.

Интернет появился в материковом Китае в середине 1990-х гг., а уже к 2000-м годам доступ к высокотехнологичному средству общения получили широкие массы – появились миллионы первых интернет-пользователей из Китая. С тех пор развитию Интернета в КНР уделялось большое внимание как со стороны государственной власти, так и частных компаний, закладывающих основы интернет-коммерции. В настоящее время уровень вовлеченности населения КНР в интернет-среду достаточно высок. К середине 2022 года коэффициент доступа населения страны к глобальной сети достиг 74,4%, включая жителей сельских районов. Согласно докладу Китайского сетевого информационного центра (CNNIC), общее число интернет-пользователей в Китае к концу июня 2022 года превысило 1,05 млрд человек [China Daily, 2022].

Стоит отметить, что китайский сегмент Интернета значительно отличается от глобальной виртуальной среды, привычной пользователям во всем мире. Наиболее очевидная особенность китайского Интернета – это использование отечественных интернет-ресурсов при ограничении работы международных сервисов. Так, наиболее популярной поисковой системой Китая является сервис Baidu (百度), который является аналогом Google или Yandex и обрабатывает около 3,5 млрд пользовательских запросов в год. Наиболее распространенной и самой посещаемой платформой в Китае является мессенджер WeChat (微信), совмещающий в себе функционал как приложения для обмена текстовыми и голосовыми сообщениями, так и социальной сети с каналами и блогами, включающими большое количество разнообразного контента. Сервис микроблогов Sina Weibo (新浪微博) – другая популярная социальная сеть, сравнимая с западной платформой Twitter и предлагающая пользователям большой выбор тематического контента по заданным хэштэгам. К развлекательным сервисам и социальным

сетям также относятся, сервис мгновенного обмена сообщениями QQ, видеохостинг Bilibili (哔哩哔哩) и Xiaohongshu (小红书) – аналоги YouTube и Instagram соответственно и другие. Кроме того, некоторые соцсети, например, Douyin (抖音), наоборот, были изначально созданы исключительно для китайских пользователей, а затем адаптированы под западную аудиторию в виде аналога TikTok.

Использование большинства китайских интернет-сервисов требует предварительной регистрации, которая зачастую доступна только самим жителям КНР. Например, верификация аккаунта в социальной сети Weibo возможна только с использованием китайского номера телефона или электронной почты. Следствием такой политики является такая характеристика китайского Интернета, как отсутствие анонимности.

Вышеперечисленные особенности китайских интернет-ресурсов главным образом обусловлены спецификой государственной системы регулирования интернет-пространства. Среди внутривластных задач, стоящих перед Коммунистической партией Китая, одной из главных установок является поддержание политической стабильности в государстве, борьба с вызовами дестабилизации политической ситуации в стране посредством использования Интернета для распространения внешними и внутренними оппозиционными силами определенных идей [Лексютина, 2015: 203]. Для ограничения и фильтрации «вредоносного контента» в интернете существует специальная программа под названием «Золотой щит» (金盾工程), разработанная в 1998 году Государственным Советом КНР и вступившая в силу в 2003 году. Программа представляет собой масштабную систему мониторинга и блокировки нежелательных элементов для своевременного реагирования на опасности киберпреступлений и распространения опасного для общественной безопасности контента.

Отношение китайских интернет-пользователей к «Золотому щиту» неоднозначно. Некоторые граждане КНР считают программу проявлением

цензуры и ограничением их конфиденциальности, свободы слова и других гражданских свобод. В то же время китаевед Н. Вавилов отмечает, что жители Китая в целом достаточно трепетно относятся к своей безопасности в сети, а государственный контроль в интернете необходимым для предотвращения паники от различных информационных атак и распространения недостоверных материалов [Белта, 2022].

Частично в целях обхода цензуры и ограничений в интернете китайские интернет-пользователи используют определенные способы кодирования сообщений, один из которых получил название «марсианский язык». Данный метод шифрования текста представляет собой совокупное использование китайских, корейских, японских, латинских знаков письменности, пиньиня, арабских цифр и общеупотребительных символов [Wang, 2015: 225]. В пример специального кодирования текста для обхода законов, цензурирующих посты в интернете, можно привести такие языковые единицы как сокращения «zf» и «jc», представляющие собой первые буквы пиньиня слов «правительство» (政府 [zhèngfǔ]) и полиция (警察 [jǐngchá]). Кроме того, термин «национальное сокровище» (国宝) или изображения панд символизируют государственный орган, Управление обеспечения внутренней государственной безопасности (国内安全保卫局) [ЭКД, 2020].

Беря свое начало в игровом интернет-дискурсе, наибольшее распространение «марсианский язык» получил в период 2000-х – середины 2010-х гг., когда он стал основным средством избежания государственной фильтрации нежелательной информации в соцсетях. Однако и в настоящее время, особенно в последние годы, можно проследить стремление пользователей интернета к упрощению письменного языка и использованию вербальных и невербальных единиц, замещающих более длинные лексемы.

Строение китайского языка делает возможным использование уникальной системы записи и прочтения фраз с использованием иероглифов,

цифр и вербальных знаков других языков. В китайском языке иероглифы как графические формы отражают некоторое лексическое значение и имеют фонетическое оформление, однако в связи с ограниченностью возможных звуковых сочетаний омонимия среди языковых единиц – чрезвычайно распространенное явление. Именно факт созвучия слов и словосочетаний в китайском языке используется интернет-пользователями для творческого преобразования языка в целях экономии времени и языковых средств. Большое распространение в интернет-коммуникации получил способ замены иероглифов цифрами, основанный на омофонии. Например, 88 [bābā] используется вместо 拜拜 [bàibai] / пока-пока, 987 [jiǔ bā qī] заменяет 对不起 [duìbuqǐ] / извини, 5230 [wǔ èr sān líng] – 我好想你 [wǒ hǎo xiǎng nǐ] / очень по тебе скучаю и т.д. Подобным образом могут быть преобразованы как отдельные слова, так и целые фразы и даже предложения.

Другой часто встречающийся метод сокращения слов – это использование первых букв пиньиня слова или начальных букв лексемы на английском языке. Например, mm образовано от [mèimei] 妹妹 / девушка или подруга, xswl – от 笑死我了 [xiào sǐ wǒ le] / умираю со смеху. Активно используются в китайском интернет-общении и буквенные сокращения фраз из английского языка. Например, встречаются такие сочетания как cu (see you / увидимся) или lol (laugh out loud / очень смешно). Более того, буквенные и цифровые сокращения нередко комбинируются в сочетания по типу 3Q [sān] Q / спасибо (от англ. thank you) [Yang, 2007].

Стоит отметить, что помимо сокращений, для китайского интернет-дискурса характерно большое количество заимствований (преимущественно из английского языка как интернационального), а также использование сленговых выражений, как пришедших из иностранной интернет-среды, так и образованных на базе родного языка.

Кроме собственно языковых средств онлайн-коммуникации, китайские интернет-пользователи используют невербальные (неязыковые),

паралингвистические средства: смайлики, стикеры. Более того, среди публикаций и комментариев в социальных сетях мы можем наблюдать большое число мультимодальных текстов, что преимущественно проявляется в использовании изображений, gif-анимаций, интернет-мемов, видеороликов и аудиозаписей. На сегодняшний день именно видеоконтент является самым популярным из визуальных способов донесения информации на большинстве китайских социальных платформ [Мажинский, Нагибина, Чжан, 2023: 910].

Подводя итог, можно сказать, что китайское интернет-пространство и соответствующий дискурс представляет собой уникальную в своем роде и специфическую среду, отличающуюся некоторой закрытостью от Интернета за пределами КНР. Китайский интернет характеризуется преобладанием в использовании отечественных интернет-ресурсов, фильтрацией контента и контролем со стороны государства. В связи со стремлением китайских пользователей Интернета к экономии языковых средств, а также с попытками обойти ограничения цензуры, в китайском интернет-дискурсе большое значение имеет факт сокращения языковых единиц различными способами, например, использование пиньиня, цифр и их комбинаций. Большое число заимствований, сленга, высокая степень мультимодальности коммуникации также отражают современное состояние интернет-дискурса в КНР.

1.3. Термин «патриотизм» в парадигме гуманитарного знания

Идея патриотизма во все времена занимала особое место не только в духовной жизни общества, но и в важнейших сферах его деятельности – в идеологии, политике, экономике и культуре. С древних времён преданность Отечеству являлась фундаментом для консолидации различных слоев общества, а также выполняла функции, необходимые для построения устойчивых взаимоотношений государства и его граждан. Так, по мнению Н.М. Ильичева, одна из важнейших функций патриотизма, регулятивная, выражается в добровольном выполнении личностью и различными

социальными группами патриотических норм и принципов, обуславливающих развитие страны [Ильичев; цит. по: Кузьмин, 2017: 13]. Таким образом, патриотизм выступает мощным и универсальным средством регулирования деятельности как отдельных людей, так и всего народа, основываясь на осознании субъектами принадлежности к своей этнокультурной общности и соответствии своих действий интересам Отечества, а также на уважении к прошлому страны и заботе о ее будущем.

В общепринятом смысле патриотизм понимается как общественный и нравственный принцип, характеризующий отношение граждан к своей стране. В реальности же – это отношение характеризуется целым комплексом чувств, знаний, ценностных установок, ориентаций и действий, обычно артикулируемым как любовь к Родине [Левашов, 2006: 68]. Именно идея любви к Родине как основы патриотизма закреплена в обыденном сознании россиян и содержится в большинстве словарей русского языка. В современных энциклопедических словарях под патриотизмом понимается любовь к Родине, стремление своими действиями служить ее интересам, а также привязанность к месту своего рождения или месту жительства.

Понятие «патриотизм» в наши дни – это, с одной стороны, термин, вошедший в активное словоупотребление и интуитивно понятный каждому, с другой стороны – достаточно сильно идеологизированный и политизированный концепт, зачастую используемый как инструмент политических игр. О незавершённости процесса концептуализации патриотизма как категории говорит и большое число даваемых данному термину определений, а также подмена его близкими по смыслу понятиями. Патриотизм до сих пор остаётся одной из наиболее дискуссионных тем в гуманитарной науке в связи с огромным количеством смыслов этого понятия, которые зависят от исторической эпохи, культуры, политического режима и множества других факторов.

История осмысления и попыток объяснения сути патриотизма восходит ещё к временам античности, когда данный концепт исследовался с позиции

источника мировоззренческих установок. Позднее, процесс исследования патриотизма был дополнен взглядами на него с религиозной точки зрения, само явление любви к Родине наделялось сакральным содержанием. «В эпоху Просвещения и в Новое время в связи с формированием наций как политических общностей можно констатировать рационализацию в исследовании патриотизма как социально-политического феномена. При этом особое исследовательское внимание уделялось метафизическим аспектам патриотизма, его сущностным чертам и нравственным противоречиям» [Беспалова, Свиридкина, 2019: 10]. Изменения в восприятии содержания патриотизма в XVIII–XIX вв. были связаны с поиском определённой системы ценностей, образа жизни отдельно взятого человека. В этот период научное сообщество перешло от социально-политического измерения патриотизма к антропологическому и аксиологическому. Конец XIX – начало XX вв. ознаменовались перемещением фокуса внимания исследователей на осмысление патриотизма со стороны классовости, более выраженной стала связь данного понятия с государством.

Так, английский ученый Э. Хобсбаум рассматривал формирование «национального патриотизма» как важнейшее средство создания национальных государств. По мнению исследователя, патриотизм является чрезвычайно мощной политической силой. Одной из причин данной характеристики Э. Хобсбаум называл то, что в мировой истории чувство коллективной принадлежности было не раз использовано государствами и национальными движениями в определенных целях, результатом чего нередко становились крупномасштабные изменения в политической жизни страны [Лысак, Наливайченко, 2013: 17].

Один из крупнейших представителей немецкой классической философии Г.Ф. Гегель утверждал, что патриотизм – это чувство, непосредственно связанное с героической составляющей народного характера и проявляющееся в критических для государства ситуациях. Он также связывал патриотизм с чувством доверия граждан к государству:

«Готовность отдать свое достоинство и жизнь ради целого в народе тем больше, чем больше отдельный человек может ради общего дела действовать по собственной воле и самостоятельно, и чем больше доверия испытывает он к государству» [Гегель; цит. по: Лысак, Наливайченко, 2013: 7].

В российском и советском научном знании конца XIX – начала XX вв. можно было наблюдать стремление исследователей найти некое основание, определяющее патриотическое поведение человека в обществе. Например, российский философ И.А. Ильин ставил своей целью выявить взаимосвязь государства, Отечества и патриотизма, а также обнаружить связь патриотизма с духовностью. Согласно его трудам, патриотические настроения возникают как «неизбежный, целесообразный и жизненно полезный» результат социальной солидарности людей, объединившихся в «правовые и властвующие союзы» [Ильин; цит. по: Селиверстова, Курганская, 2017: 233]. Более того, И.А. Ильин отмечал, что такие понятия, как долг, честь и признательность, неразрывно связанные с любовью к Родине, способны возникнуть исключительно естественным путем и не могут быть обязательными или предписанными.

В последние десятилетия в отечественной науке активное развитие получил аксиологический подход к исследованию патриотизма, с позиций которого любовь к Отечеству рассматривается как одна из важнейших ценностей, без которой немислимо существование социокультурной общности. Именно с этой позиции рассматривает патриотизм доктор философских наук С.Ю. Иванова. Она понимает патриотизм как «отношение к отечеству, являющееся ценностным отражением в сознании и практических действиях людей связи человека с определенным пространственно-временным, социокультурным, национально-государственным континуумом». Патриотизм подразумевает собой важнейший компонент общенациональной идеи, то есть осознания человеком и обществом некой неразрывной связи с Родиной [Иванова, 2004: 13].

В целом, анализ концепций патриотизма позволил исследователям выделить семь основных подходов к определению понятия патриотизма [Селиверстова, Курганская, 2017: 233–234]. Данные подходы включают:

1) теологическая теория, в рамках которой патриотизм рассматривается как результат духовно-религиозного проявления божественной природы человека;

2) личностный подход, где патриотизм исследуется с позиций личности, которая трактуется как высшая ценность, интересам которой должен быть подчинен социальный порядок [Флоровский; цит. по: Там же];

3) трактовка патриотизма в соответствии с его этимологией (греч. πατριώτης – соотечественник, πατρίς – отечество) как возвышенное чувство любви к Отечеству, проявляющееся, как правило, в форме абстрактной любви к родной природе, краю, отчужденному дому, воспоминаниям детства и т. д.;

4) деятельностный подход, подразумевающий определение патриотизма как мощного и долговременного мотива к социальной деятельности [Макаров; цит. по: Там же];

5) марксистская теория патриотизма как обусловленного особенностями исторического развития общества, государства и политикой правящей элиты общественного явления;

6) «этатистская» теория, сосредоточивающая внимание на государстве как на единственном объекте патриотизма. В данном определении акцент делается на том, что интересы государства ставятся в приоритет перед интересами общества и отдельной личности;

7) социокультурный подход, определяющий патриотизм как одновременное проявление общественного и индивидуального сознания, самосознания, культуры, истории, а также психологии и идеологии.

Наиболее убедительным из предложенных подходов к определению понятия патриотизма, на наш взгляд, является последний. Патриотизм представляет собой комплексное явление, которое связано с личной и этнокультурной идентичностью человека, и с общественно-политической

сферой жизни общества. Таким образом, характеристика патриотизма может быть сведена к следующему определению:

Патриотизм – одна из ведущих ценностных ориентаций личности, комплекс знаний, оценочных суждений, социальных установок, проявляющихся в привязанности человека к месту рождения и (или) проживания, причастностью к определенным культурным ценностям, которые воспринимаются как «свои», осознанием ответственности за сегодняшнее и будущее состояние Родины.

Несмотря на различия в понимании значения самого термина «патриотизм», его объектом во все времена признавалась Родина – в широком смысле это страна, в которой человек родился и, как правило, проживает, в узком смысле – конкретное поселение, более мелкая часть вышеупомянутой страны. В условиях активной глобализации, присущей XXI веку, мы можем наблюдать процесс трансформации образа Родины как объекта патриотизма. «Родина больше не воспринимается как данность, ее образ начинает позиционироваться как бренд, постоянно напоминающий о себе, связанный с позитивными эмоциями и яркими визуальными образами» [Лысак, Наливайченко, 2013: 88]. В современных условиях патриотизм не ориентирован на национальную замкнутость и самодостаточность, наоборот, он нацелен на презентацию культурных достижений той или иной нации всему миру. Подобное желание поделиться результатами собственной культурной деятельности удовлетворяется использованием современных информационно-коммуникационных технологий.

Большинством исследователей патриотизм рассматривается как многоуровневое явление. Так, одна из классификаций выделяет два основных уровня: чувственный и рациональный. Чувственный уровень всегда первичен, то есть отношение человека к Родине носит, прежде всего, эмоциональный характер, что соотносится с чувствами любви, гордости и т.д. На рациональном уровне важным условием формирования патриотизма является

осознание национальных интересов и соотнесение личных интересов с нуждами государства [Лысак, Наливайченко, 2013: 22].

Подводя итог, можно сказать, что представление о патриотизме на протяжении истории развития гуманитарной науки было различно. Исследователи выделяют несколько основных подходов к определению данного понятия: теологический, личностный, социокультурный и другие. Определение понятия «патриотизм» может быть рассмотрено как целостный комплекс знаний, оценок и установок, ценностных ориентиров человека, отражающих позитивное отношение к собственной стране, связанное с любовью к Родине, гордостью за ее достижения и участием в ее развитии.

1.4. Концепция патриотизма в китайской языковой картине мира

Понятие «патриот» и его дериваты во многих лингвокультурах являются общеупотребительными и имеют существенное значение при формировании соответствующей языковой картины мира. То, какую роль играет концепт «патриотизм» непосредственно в китайской языковой картине мира и какова его национальная специфика, в настоящее время является предметом пристального внимания исследователей.

Словарь современного китайского языка Сяньдай ханьюй цыдянь (现代汉语词典) дает рассматриваемому понятию такое определение: «Патриотизм – это чувство преданности и любви к Родине» [现代汉语词典, 2004]. Данная дефиниция соотносится с общепринятым пониманием концепции патриотизма и отражает идею любви человека к месту своего рождения и проживания. Однако немаловажно и то, что именно вложено в понятие Родины в китайской лингвокультуре и с каким образом проявляются положительные эмоции человека по отношению к ней.

Китайский термин «патриотизм» на письме передается двумя иероглифами – 爱 и 国. 爱 может употребляться в виде сразу нескольких

самостоятельных частей речи. В качестве глагола он прежде всего означает «любить», а также «жалеть и беречь друг друга, усердно работать на общую пользу, обожать, привыкать». Глагол 爱 широко используется в составе словосочетаний, выражающих тёплые чувства, привязанность человека к кому-либо или чему-либо или просто позитивное мнение об объекте речи, часто используется для описания интересов и увлечений. В роли имени существительного слово 爱 имеет значение «любовь, страстное желание, стремление, предпочтение» и употребляется в схожих с вышеперечисленными контекстах.

Иероглиф 国 в современном китайском языке обозначает «военное суверенное общество с независимыми границами», «географическое пространство», «регион». Лексема как правило используется в качестве компонента в сложных словах: страна, государство, государственный, Родина [Хуан, Лю, 2021: 129].

Китай – это страна, имеющая чрезвычайно давнюю и устоявшуюся традицию автократии, понятие «государство» может восприниматься как нечто неоспоримое, представляющее собой концепцию самодержавной верховной власти, которая полностью подавляет частных лиц. Однако на самом деле «государство» не равно «власти», а существование государства невозможно без конкретных людей и их деятельности. Именно поэтому понятие «государство» по мнению ряда китайских ученых должно рассматриваться именно как совокупность индивидуумов, а любовь к нему вовсе не означает поддержку существующего правительства и беспрекословное ему подчинение [张千帆, 2016].

Вместе иероглифы образуют собой лексему 爱国, которая может выступать в качестве существительного «патриотизм», а также прилагательного «патриотический». Поскольку основой государства являются люди, его населяющие, то и «корнем патриотизма можно считать любовь к людям» [张千帆, 2016]. Слово 爱国 зачастую выступает

компонентом сочетаний, отражающих смежные с элементами значения теплых чувств по отношению к Родине. Среди них можно выделить такие лексические единицы, как 爱国主义 (патриотизм), 爱国精神 (патриотический дух), 爱国心 (патриотические чувства) и т. д.

Анализ материалов словарей китайского языка позволил исследователям выделить следующие компоненты концепта «патриотизм» в китайском языке [Хуан, Лю, 2021: 130–131]:

1) патриотизм – это чувство любви к Родине и забота о ней, например: 最崇高的爱情是爱祖国 / «Самая благородная любовь – это любовь к Родине»;

2) патриотизм как любовь к дому и семье, например: 烈士之爱国也如家 (西晋 – 葛洪) / «Любовь героев к своей Родине подобна любви к семье» [Гэ; цит. по: Там же];

3) патриотизм как неразрывная связь между страной, ее героями и народом, например: 英雄热爱人民, 人民热爱祖国 / «Герои любят народ, а люди любят свою Родину»;

4) патриотизм – долг и честь каждого гражданина страны, например: 国家是大家的, 爱国是每个人的本分 (陶行知) / «Страна принадлежит всем, любовь к стране – долг каждого» [Тао; цит. по: Там же];

5) патриотизм как любовь к родной земле (территории), например: 祖国更重于生命, 是我们的母亲, 我们的土地 (摄鲁达) / «Родина важнее жизни, это наша мать, наша земля» [Не; цит. по: Там же].

На основании языкового материала китайских словарей можно сделать вывод, что в китайской лингвокультуре понятие «патриотизм» тесно связано с такими концептами, как «дом», «семья», «земля», «народ», «герои», «долг». Стоит признать, что такие ассоциации с родной страной не являются спецификой исключительно китайской языковой картины мира, однако они очень характерны для Китая. Так, например, в КНР чрезвычайно развита идея уважения к исторической судьбе страны и ее героям.

Немаловажной особенностью лингвокультуры народа Китая является то, что еще во времена древности, благодаря конфуцианству в национальном самосознании китайцев закрепилось представление о Родине как о некоем «островке цивилизации в море варваров», что культивировало в них чувство исключительности и превосходства нации [Кузнецова, 2014: 189]. Ши Цзе, ученый эпохи Сун, утверждал, что Китай – государство, находящееся в середине мира, а некитайские народности (四夷) живут на его окраинах. «Древние китайцы классифицировали народы, обитавшие на рубежах Китая, по сторонам света и считали их подверженными всяческим крайностям и излишествам, неспособными к мудрой размеренной жизни» (Малявин, 2001: 31). Такое отношение к Китаю как центру мира непосредственно отражалось в языке, например, в названии страны – 中国 (Срединное государство), что обосновывалось «этически и даже космологически: именно на него (Китай), согласно легенде, спустилась небесная благодать, или моральная сила Дэ» [Салицкий, Семенова, 2019: 52]. Другое, на данный момент устаревшее, название государства, 天下 (Поднебесная) также определяло Китай как своего рода центр, благословленную небесами территорию, где проживал китайский император, Сын Неба. Несмотря на то, что в современном языке лексическая единица 天下 используется для обозначения всего мира, его изначальная семантика отражена в китайских литературных памятниках. В целом, данные лексические единицы указывают на наличие в коллективном сознании китайцев сформированного исторически образа Китая как особой, древней и исключительной цивилизации, которой стоит гордиться.

Таким образом, в языковой картине мира жителей Китая патриотизм – глубокое и сильное чувство привязанности к Родине, которая представляет собой землю предков, место подвигов героев и единения всего народа, родной дом. Патриотизм представляет собой внутренний долг граждан перед своей страной и нацией, их обязательство к сохранению исторической памяти и участию в развитии государства в настоящем.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Для лингвистического анализа проявления патриотических настроений жителей КНР в интернете, рассмотрено понятие интернет-дискурса. Интернет-дискурс может быть определен как особый вид коммуникации, происходящей в виртуальной реальности посредством совокупности каналов связи в сети Интернет, или как речевая ситуация, погруженная в ситуацию общения в пределах интернет-пространства. К особенностям интернет-дискурса относятся высокая проницаемость, близость и равноправие участников, высокая скорость распространения информации, совмещение различных видов дискурса и специфическая интернет-этика.

Одной из характерных черт современного интернет-дискурса также является мультимодальность онлайн-коммуникации, то есть использование в одном сообщении нескольких модусов или перцептивных каналов. Мультимодальный текст включает в себя не только вербальные средства языка, но и аудиальные и визуальные компоненты (изображения, аудио- и видеоматериалы), чем одновременно воздействует на различные органы чувств человека. Мультимодальность предполагает не просто комбинацию нескольких каналов, но и целостность и симультанность их воздействия.

Что касается специфики китайского интернет-пространства, соответствующий дискурс представляет собой уникальную в своем роде среду, отличающуюся преимущественным использованием отечественных интернет-ресурсов, фильтрацией контента и контролем со стороны государства. В связи со стремлением китайских пользователей Интернета к экономии языковых средств, а также с попытками обойти ограничения цензуры, в китайском интернет-дискурсе большое значение имеет факт сокращения языковых единиц различными способами, например, использование пиньиня, цифр и их комбинаций. Большое число заимствований, сленга и высокий уровень мультимодальности коммуникации также отражают современное состояние интернет-дискурса в КНР.

Понятие «патриотизм» в парадигме гуманитарного знания трактуется как комплекс положительных чувств и эмоций, артикулируемый как любовь к Родине. В последние десятилетия большое распространение в отечественной науке получили социокультурный и аксиологический подходы к рассмотрению данного явления, характеризующие патриотизм как одну из ведущих ценностных ориентаций личности, комплекс знаний, оценочных суждений и социальных установок, обеспечивающих положительное отношение субъекта к Родине и чувство причастности к культурным ценностям, воспринимаемым как «свои». В современных условиях патриотизм не ориентирован на национальную замкнутость и самодостаточность, а нацелен на презентацию культурных и иных достижений собственной нации всему миру, что реализуется с помощью современных информационно-коммуникационных технологий.

В китайской лингвокультуре понятие патриотизма определяется как «чувство любви и преданности Отечеству». Анализ словарных статей, проведенный в рамках исследования Хуан Тяньдэ и Лю Хэншуан, показал, что концепция патриотизма тесно связана с концептами «дом», «семья», «родная земля», «народ», «герои» и «долг». В национальном сознании жителей КНР понятие Родины сопряжено с образами земли предков, местами подвигов героев и единения всего народа, родного дома. Патриотизм в свою очередь – это внутренний долг граждан Китая перед своей страной и нацией, их обязательство к сохранению исторической памяти и участию в развитии государства в настоящем.

ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВАЯ И НЕЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПАТРИОТИЧЕСКИХ НАСТРОЕНИЙ В КИТАЙСКОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

2.1. Дискурсивные контексты проявления национального патриотизма жителей КНР

Характерной чертой китайского патриотизма можно считать близость китайского понятия патриотизм 爱国主义 к понятию национализма 民族主义, которое понимается как «совокупность идейно-теоретических установок, идеология и политика, в соответствии с которыми китайская нация трактуется как высшая форма общественного единства, как гармоничное целое, объединяющими началами которого выступает культурное единство Китая» [Кузнецов, 2014: 459]. Объединяют эти две концепции такие понятия, как 民族利益 (национальные интересы), 独立自主 (национальная независимость) и 国家安全 (национальная безопасность) [Нагибина, Куликова, 2021: 140].

Для китайского народа патриотизм – один из фундаментальных компонентов национальной культуры, развивавшийся на протяжении тысячелетий, способствовавший сплочению нации и воодушевлявший миллионы людей на подвиги во имя страны. В современном Китае патриотизм, основанный на единстве и солидарности ханьцев и малых народов, является ключевой составляющей реализации «Китайской мечты о великом возрождении нации» [Shu, 2022: 86]. Концепция «китайской мечты», предложенная в 2012 году председателем КНР Си Цзиньпином, включает в том числе развитие патриотического воспитания молодежи, формирование в гражданах национального самосознания, укрепления чувства достоинства и гордости за страну [Си; цит. по: Там же].

Современные исследования и опросы населения демонстрируют, что в китайском менталитете чрезвычайно развиты чувства национального

самосознания, культурной принадлежности, глубокое почитание традиций и исторической судьбы страны. В основе патриотизма жителей КНР лежит гордость за достижение государственного суверенитета, утверждение Китая как одной из мощных экономических и политических мировых держав, а также прорывы в научной деятельности, развитие космической программы, военной мощи, успехи и достижения в области культуры и спорта.

Кроме того, причиной большого распространения идей патриотизма служит и закреплённая в коллективном сознании народа необходимость национальной независимости, освобождения от гегемонии других государств. Военное вмешательство и экономическая экспансия Запада в середине XIX века (поражение Империи Цин в Первой и Второй опиумных войнах), колонизация и раздел страны на «сферы влияния», японская интервенция XX века и последующее стирание национальной культуры остаются в исторической памяти китайского народа как трагичные этапы унижения и утраты чувства национальной гордости. С этим связаны и обращение жителей КНР к идее богатства собственной культуры, глубокое уважение к истории и внимание к достижениям страны в современности, и в то же время чувство неприязни и отторжения по отношению к попыткам насаждения ценностей других государств. Образом «врага» в сознании китайского народа традиционно наделяется Запад, как концепция, «картографическая категория», включающая прежде всего США и страны Западной Европы [Cheung, 2009: 224]. Исторически обусловленное напряжение в отношениях Китая и Японии также влияет на неприязнь китайцев в сторону японцев.

Для рассмотрения репрезентации патриотических настроений граждан КНР в интернет-пространстве мы выделили определенные контексты реализации анализируемого дискурса. Дискурсивные контексты трактуются как определенные ситуации, включающие в себя среду, время и место, в которые помещен текст, то есть совокупность обстоятельств, при которых осуществляется дискурс [Song, 2010: 876].

При анализе дискурсивных практик китайских интернет-пользователей в социальных сетях было выявлено, что выражение жителями КНР патриотических настроений как правило реализуется в следующих контекстах:

1) единство страны и независимость в решении внутренних конфликтов (на примере вмешательства руководства США в вопросы, касающиеся Тайваня);

2) достижения в сфере науки и техники, а именно в области космической промышленности, автомобилестроения, медицины и т.д.;

3) экономический рост страны и повышение уровня жизни в КНР;

4) военная мощь и техническое превосходство над другими странами;

5) культурные ценности и артефакты, память об исторических событиях и фигурах (например, почитание национальных героев);

6) реакция на высказывания, дающие негативную оценку Китаю или унижающие национальное достоинство.

Таким образом, репрезентация патриотических настроений китайских интернет-пользователей реализуется в рамках определенных дискурсивных контекстов, среди которых: единство, величие и мощь страны, историческая память и богатство культуры, достижения в различных сферах в настоящее время, а также ответная реакция на внешние раздражители – дискредитирующие высказывания в сторону Китая и его жителей. Основной задачей практического исследования является выявление и описание вербальных языковых средств и визуальных материалов, используемых китайскими интернет-пользователями при выражении патриотических настроений в вышеперечисленных контекстах в сети Интернет.

2.2. Тенденции проявления патриотизма в кроссмедийном пространстве

Помимо примеров непосредственно выражения пользователями своей гражданской позиции и патриотических чувств в тематических обсуждениях и соответствующих дискурсивных контекстах, в китайском интернет-дискурсе можно наблюдать формирование и активное распространение определенных тенденций, трендов, которые также являются формой репрезентации патриотизма китайских пользователей.

Одним из таких трендов является феномен 国风, или «национальный стиль». «Национальный стиль» характеризуется увлечением молодежи традиционной культурой Китая, обращением к достижениям древнекитайской цивилизации.

Изначально «национальный стиль» был нишевым трендом для энтузиастов, интересующихся древнекитайской культурой и коллекционирующих традиционные музыкальные инструменты, древние книги и т.д. С возникновением Интернета и формированием нового вида дискурса социальных сетей, культура «национального стиля» была возрождена пользователями Сети и приобрела широкую популярность [陈旋, 2023]. Контент с изображением традиционных китайских костюмов (например, 汉服 / ханьфу или 旗袍 / ципао) и макияжа, танцев и игры на традиционных музыкальных инструментах и сейчас получает огромный отклик среди интернет-пользователей, а обсуждения на тему истории и фольклора Китая представляют интерес для молодых людей, желающих узнать больше о национальной культуре [中国青年报, 2021]. Платформами, ставшим наиболее популярными площадками для публикации контента с подобной тематикой, стали видеосервисы Bilibili и Douyin. Именно там в огромном количестве пользователи делятся видео в традиционной одежде,

выражают восхищение атрибутами национальной культуры, а также обсуждают каллиграфию, литературу и живопись.

Похожей тенденцией, перекликающейся и непосредственно связанной с трендом на «национальный стиль» является феномен 国潮, или «мода на все китайское». Данное явление предстает в разных формах. Одна из них – это использование элементов китайской традиционной культуры в товарах и рекламных сюжетах, представляющих отечественную продукцию, и креативное сочетание исконно китайских атрибутов с современными модными направлениями и инновациями. Например, многие известные отечественные бренды используют классические элементы китайской поэзии, каллиграфии, традиционной живописи и пр. в дизайнах одежды, аксессуаров и косметики [新华网, 2023]. Другая форма 国潮 – это народная поддержка товаров отечественного производства и предпочтение их зарубежной продукции. В глазах молодых китайцев ярлык «сделано в Китае» больше не является синонимом низкого качества. Свой выбор в пользу китайских брендов и коллекций с культурной спецификой они активно выражают в социальных сетях и призывают других интернет-пользователей последовать их примеру.

Исследователи отмечают, что целевой аудиторией рассмотренных выше трендов становятся преимущественно молодые пользователи социальных сетей, родившиеся в период с 1995 по 2009 гг. и именуемые также «поколением Z». Примечательно, что современное молодое поколение китайцев в последние годы демонстрирует растущее чувство патриотизма. Так, например, в 2019 году опрос, проведенный центром социальных исследований China Youth Daily, показал, что оценка собственного уровня национальной гордости представителей поколений 90-х и после 2000-х годов даже выше, чем респондентов из других возрастных групп [新华网, 2022].

Повышенное внимание к национальному стилю и восхищение достижениями традиционной культуры среди молодежи основано на

самобытности духовного наследия Китая, очаровывающего молодых людей своей уникальной эстетикой [陈旋, 2023]. Подобная связь жителей Китая с собственной культурой и почитание традиционного стиля неразрывно связаны с национальной идентичностью и чувством гордости за богатство и достижения тысячелетней цивилизации. Кроме того, тренд на популяризацию «всего китайского» предоставляет жителям КНР множество возможностей для самовыражения и поиска своей национально-культурной идентичности. Такая прочная связь молодых людей с собственной культурой можно признать ключевым компонентом китайского патриотизма.

2.3. Вербальные средства репрезентации патриотических настроений китайских интернет-пользователей

В рамках работы в качестве эмпирического материала использовано 150 публикаций и 200 текстов комментариев на китайском языке в социальной сети Douyin (抖音), видеохостинге Bilibili (哔哩哔哩) и сервисе микроблогов Sina Weibo (新浪微博). Комментарии за период 2022-2024 гг. отобраны методом сплошной выборки среди новостных лент различных интернет-платформ, в том числе, при задействовании функции поиска по тематическим хэштэгам.

Примеры репрезентации патриотических настроений с использованием вербальных языковых средств разделены на две группы:

- интерпретация собственного государства, то есть выражение гражданами КНР чувств любви к Родине и национальной гордости, а также создание образа Китая как сильной и могущественной державы, активно развивающейся в различных сферах и занимающей ключевое положение на международной арене;
- интерпретация «внешнего врага», то есть реакция китайских интернет-пользователей на высказывания представителей других стран

(публичных фигур, компаний и других пользователей Сети), каким-либо образом оскорбляющее Китай и унижающее национальное достоинство граждан КНР. Образом «внешнего врага» наделяются представители других национальных групп, проявляющих агрессию или неуважение в сторону Китая, его истории, традиций и прочих элементов культуры, а также китайцев как этногруппы.

2.3.1. Интерпретация собственного государства

Рассматривая публикации и комментарии граждан Китая в социальных сетях, мы разделили их на две группы, разграниченные по характеру оценочной реакции на различные события действительности или высказывания других пользователей Сети.

Интерпретация собственного государства и положительные эмоции интернет-пользователей, выражаемые по отношению к родной стране, её истории и традиционной культуре, а также успехам в различных областях вербализуется с помощью лексем с позитивной коннотацией. Вербальные средства представляют собой единицы лексико-семантического и стилистического уровней, поэтому для их рассмотрения будут применяться методы лексического и стилистического анализа. Согласно уровням языка, текстовый материал может быть распределен по трем категориям: собственно выразительные средства языка, изобразительные средства языка (тропы) и чэньюи. Несмотря на то, что чэньюи принято относить к изобразительным средствам, мы считаем целесообразным исследовать их отдельно как уникальное явление китайского языка.

А) Собственно выразительные средства языка

На лексическом уровне в тексте комментариев китайских интернет-пользователей можно выделить большое количество собственно выразительных средств языка, которые передают чувственные, субъективно-оценочные отношения говорящего к предмету мысли, фактам окружающей

действительности, в данном случае – к своей Родине. Иными словами, это лексемы, семантика которых выражает позитивное эмоционально-оценочное значение. Так, говоря о Китае, комментаторы используют ряд глаголов, относящихся к аффективной лексике. Ожидаемо, наиболее часто в материалах исследования встречается глагол «любить» и его дериваты: 爱 – любить (我爱中华 / Я люблю Китай), 热爱 – горячо любить (我是中国人, 我热爱我的祖国 / Я китаец, и я горячо люблю свою Родину), 心爱 – любить всей душой (心爱国 / Всей душой люблю страну), 深爱 – глубоко любить (我深爱祖国, 愿祖国繁荣昌盛 / Я глубоко люблю Отечество и желаю ему процветания).

Другие глаголы с позитивной оценкой, используемые китайскими интернет-пользователями по отношению к Китаю включают:

- 感谢 – благодарить (感谢我国 / Спасибо моей стране);
- 自豪 – гордиться (我为中国而自豪 / Я горжусь Китаем);
- 想 – скучать (中国, 我想你了! / Китай, я скучаю по тебе!);
- 相信 – верить (我相信我们的祖国 / Я верю в наше Отечество);
- 愿 – желать (愿祖国一切顺利 / Желаю Родине порядка во всем);
- 希望 – надеяться (我希望我们国家经济越来越好 / Я надеюсь, что экономика нашей страны станет еще лучше);
- 羡慕 – восхищаться (真是羡慕啊! / Я восхищен(а)!);
- 支持 – поддерживать (坚决支持国家的任何决定! / Твердо поддерживаю все решения нашей страны!);
- 拥 – поддерживать (拥我们军 / Поддерживаю нашу армию).

К лексике с положительным эмоционально-оценочным значением следует также отнести прилагательные, с помощью которых жители КНР характеризуют свою страну. Согласно нашим наблюдениям, одно из наиболее употребляемых прилагательных для описания Китая – это 强大 (могучий и великий, могущественный, сильный, огромный):

1. 谢谢我的祖国越来越强大 / Я благодарен, что моя Родина становится все более могущественной;

2. 我们祖国强大, 无人能挡 / Наша Родина великая и сильная, никто не сможет ее превзойти;

3. 所有的底气来源于强大! / Вся наша сила – в могуществе!

Синонимичные прилагательные, такие как 伟大 (великий), 威武 (могущественный, воинственный), также встречаются в текстах комментариев, подтверждая тот факт, что жители Китая видят свою страну большой и сильной державой, превосходящей другие государства и, что немаловажно, способной дать отпор противникам.

Кроме того, для создания образа Китая китайские пользователи Интернета используют ряд прилагательных с позитивным значением: 善良 (достойный, порядочный), 和平 (мирный), 坚决 (твердый, решительный), 统一 (единый). С одной стороны, это указывает на то, какими положительными характеристиками они наделяют свою родную страну, что является проявлением любви к Родине. С другой стороны, данные лексические единицы отражают ценностные ориентации жителей КНР. Так, например, для китайцев важно сохранение «лица», чести, соответственно, они акцентируют внимание на проявлениях достойного поведения, действиях, вызывающих гордость и уважение: 中国外长是非常善良的 / Министр иностранных дел Китая действительно очень порядочный.

Другой общенациональной ценностью для китайского народа является сохранение мира и спокойствия. В текстовом материале фигурируют такие единицы языка как мирное воссоединение (和平统一), мирное сосуществование (和平共处), вести мирный образ жизни (安居乐业), мир во всем мире (世界和平) и др. Китайские интернет-пользователи считают, что Китай – это то государство, которое ведет активную деятельность по

поддержанию мира на международном арене: 中国始终主张世界和平共处 / Китай всегда выступает за мирное существование стран всего мира.

Непреклонный и решительный подход китайского правительства к вопросам, например, внешней политики также является предметом гордости жителей КНР: 中国一直坚决抵制美国世界霸权 / Китай всегда решительно сопротивлялся мировому господству США.

Немаловажным критерием благополучия страны, по мнению жителей Китая, является государственное единство. Так называемый «тайваньский вопрос» – одна из наиболее острых тем для китайцев начиная с середины XX века и по настоящее время. Граждане КНР решительно выступают против таких концепций, как «тайваньский сепаратизм» (台毒), «Два Китая» (两个中国) или «Один Китай, один Тайвань» (一中一台), а также установления каких-либо форм официальных отношений между властями Тайваня и другими государствами. Вышеперечисленные явления жителями материкового Китая расцениваются как большое препятствие воссоединению Родины и серьезной скрытой угрозой для территориальной целостности и национальной безопасности [陆闻悦, 2022]. Мирное воссоединение Родины и возвращение Тайваня под контроль КНР отвечает интересам китайского народа, а обсуждения тайваньского вопроса содержат множественное упоминание лексемы 统一 (единый; единство, объединение), например:

- 祖国统一 / Родина едина;
- 和平统一是广大人民的心愿 / Мирное объединение – заветное желание всего народа;
- 早日实现祖国统一! / Скорее бы произошло объединение Родины!

В контексте обсуждения отношений с Тайванем китайские интернет-пользователи нередко обращаются к идее «Одного Китая», подчеркивая бескомпромиссность такого подхода с помощью ограничительной частицы 只 (только, лишь): 全世界只有一个中国! / Во всем мире есть *только* один

Китай! Это также показывает, насколько важны для жителей КНР целостность и суверенитет страны.

Прилагательные, в семантике которых заложено позитивное значение, нередко употребляются с наречиями превосходной степени, указывающими на высшую степень проявления признака или качества. Наиболее часто встречающееся наречие – это 最 (самый): 中国, 中国, 世界上最强大脑 / Китай, Китай, *самый* мощный «мозг» всего мира; 我祖国必定是世界最强大国 / Моя Родина – определено *самая* великая страна на свете; 中国大自然风景最美了 / Китайская природа *самая* прекрасная. Таким образом, интернет-пользователи подчеркивают превосходство страны в той или иной сфере.

Кроме того, внимания заслуживает и факт частого употребления китайскими пользователями личных местоимений первого лица (我, 我们) в контексте обсуждения Китая. В текстах публикаций и комментариев выражения по типу 我们祖国 / наша Родина или 我国 / моя страна преобладают над лексемами, обозначающими просто название Китая (中国, 中华) или, например, таких конструкций как «эта страна», увеличивающих дистанцию между говорящим и объектом высказывания. Притяжательные местоимения «мой/наш», напротив, позволяют говорящему выразить чувство принадлежности к родной стране.

Стоит отметить, что положительная реакция жителей КНР на новости о своей стране в Интернете часто эксплицируется с помощью использования сленга. Частотными являются такие выражения как 加油 (вперед!), 棒 (крутой, классный), а также специфический китайский сленг-сокращение 666 или 六六六 (отлично, здорово).

Б) Изобразительные средства языка. Тропы

Материал публикаций и комментариев китайских интернет-пользователей включает в себя примеры использования изобразительных средств языка, связанных с фигуральным, метафорическим использованием

языковых единиц. Для изобразительных средств языка, также называемых тропами, характерно использование лексем в переносном значении, расширение семантики слов с помощью добавления экспрессивных и эмоционально-оценочных значений. К тропам китайского языка относят сравнение и ее разновидность – метафору (比喻, 借喻), метонимию (借代), эпитет (移就), олицетворение или овеществление (拟人, 拟物), а также гиперболу (夸张) [Калинин, 2017: 73].

При анализе текстового материала было выявлено большое количество тропов с положительным значением. Приведем некоторые из них:

1. В комментариях китайских интернет-пользователей любовь к Родине рассматривается как некая физически неотделимая часть человека, принадлежащая ему с самого рождения. Например, 爱国是本能, 爱华夏这是刻在血液里的 / «Любовь к Родине – это врожденный инстинкт, любовь к Китаю – у нас в крови» (<https://weibo.com/1708575033/4980602556648638>). Автор комментария использует метафорическое выражение «быть в крови» (быть присущим от природы). Лексема 本能 – «врожденный инстинкт» по отношению к патриотизму также употреблена в переносном значении. Похожее использование метафоры «быть в крови» или буквально «быть кровью» можно увидеть в другой публикации: 爱国是流淌在每一个中国人的血脉 / Патриотизм – это кровь, текущая по венам каждого китайца (<https://v.douyin.com/ijaQhwvo/>). Здесь патриотизм рассматривается как некая неотъемлемая, жизненно важная часть человека, подобно крови, циркулирующей в человеческом организме. Оба примера относятся к скрытому сравнению (隐喻), разновидности 比喻, которая строится по принципу образования составного именного сказуемого: предмет А есть (是) предмет В.

2. Характерным для патриотических высказываний комментаторов является мотив преодоления китайским народом трудностей и преград на

пути к светлому будущему. Зачастую в основе метафорических единиц, отражающих препятствия, лежат природные явления. 百年斗争史, 什么风浪没有经过, 我们一路走到现在, 取得了令世人瞩目的成就 / Вековая история борьбы, какие только *шторма и бури* мы не перенесли, но мы *прошли весь путь* до настоящего момента и добились успехов, за которыми следит весь мир (<https://www.douyin.com/video/7127572503127510302>). В данном предложении используется выражение 风浪 (ветер и волны, шторм) для метафорического изображения невзгод, трудностей и потрясений. Лексема 路 (дорога) в свою очередь имеет значение исторического пути Китая, по которому страна пришла к успеху. Таким образом, автор комментария выражает гордость за Родину, которая сумела преодолеть все преграды и многого достичь. Другой пример: 我中华不畏俱风霜傲立东方! / Мой Китай не страшится никаких *вьюг* и гордо стоит на Востоке (URL: <https://v.douyin.com/ijaCEDgy/>)! В данном контексте метафора 风霜 (дословно – ветер и мороз) обозначает трудности и горести жизни, которые не страшны Китаю. С помощью метафоры комментатор выражает уверенность в том, что его страна способна справиться с любыми испытаниями.

3. Образ Китая как сильной и стабильной страны также создается с помощью метафорических выражений и олицетворений. 我的祖国, 永远屹立在东方! / Родина моя, вечно *стой непоколебимой скалой* на Востоке мира (<https://weibo.com/1708575033/4980602556648638>)! Языковая единица 屹立 (стоять твердо, прямо; как скала) используется как метафора, образно выражающая значение твердой и непоколебимой воли, устойчивости перед потрясениями и вызовами времени. 中国马步扎稳当走路一道光 / Китай устойчиво *сохраняет стойку всадника* и идет по дороге света (<https://v.douyin.com/ijV8891o/>). Выражение «идти по дороге света» метафорическое и используется в значении быть на верном пути, поступать правильно. Лексема 马步 имеет значение «стойка всадника» в китайских

традиционных боевых искусствах и применяется как правило к человеку. В данном случае автор комментария прибегает к использованию олицетворения (拟人), наделяя страну такими характеристиками, как сила и стойкость.

4. Говоря о причинах успеха и процветания страны, интернет-пользователи нередко создают метафорический образ «опоры» в виде многовековой культуры китайского общества. Рассмотрим пример:

Комментатор 1: 中国人的国家情怀很多国外的人不是太理解!

Комментатор 2: 不需要他们理解, 潇洒走自己的路, 我们有 5000 年文化底蕴和智慧做后盾 / 1: Многие иностранцы не понимают патриотических чувств китайцев! 2: Им и не надо понимать, пусть идут своим путем, а у нас есть *опора* в виде 5000-летнего культурного наследия и мудрости (<https://weibo.com/2281157913/5038972885796139>). Комментатор 2 использует лексему 后盾 (опора, поддержка с тыла) в переносном значении, подразумевая значимость древней китайской культуры, поддерживающей народ и способствующей его дальнейшему развитию.

5. Немаловажным компонентом китайского патриотизма и национальной гордости является глубокое почитание истории страны и ее народных героев. Например, в контексте обсуждения событий Корейской войны (1950–1953 гг.), пользователь призывает соотечественников не забывать о национальных героях, фигурально называя их «путеводными звездами»: 请致敬长津湖战役中被冻死的志愿军战士, 他们才是中国最耀眼的明星! / Пожалуйста, отдайте дань уважения солдатам-добровольцам, замерзшим насмерть в битве у озера Чосин, они – самые *ослепительные звезды* Китая (<https://v.douyin.com/ijV8MmDc/>)!

В) Фразеологические средства. Чэньюи

Большое распространение в китайском интернет-дискурсе получили фразеологические обороты – семантически неделимые, устойчивые сочетания, которым свойственно постоянство особого целостного значения и

компонентного состава. Специфические фразеологические единицы китайского языка называются «чэньюй» (成语/ букв. готовое выражение). Чэньюй – устойчивое фразеологическое сочетание, состоящее, как правило, из четырех морфем и построенное по нормам древнекитайского языка. Эмоционально-оценочное значение чэньюев может быть как положительным, так и отрицательным. По отношению к своей Родине пользователи китайского Интернета используют чэньюи с положительной семантикой:

1. Чэньюй 繁荣昌盛, упомянутый впервые в речи Мао Цзэдуна «Китайский народ встал на ноги», обозначает процветание и развитие страны: 愿我华夏繁荣昌盛!!! / Желаю моему Китаю процветания и могущества!!!

2. 振兴中华 – устойчивое выражение, политический лозунг, предложенный Сунь Ятсеном, означающий возрождение китайской нации и стремление к прогрессу. 我爱中华, 振兴中华! / Я люблю Китай, да здравствует возрождение Китая!

4. Поскольку китайская культура достаточно коллективистская, характерной чертой патриотичных высказываний китайцев является обращение внимания на единство и взаимопонимание людей. 心心相印 – чэньюй, обозначающий родственность душ, взаимопонимание и близость. 让亿万赤子心心相印 / Пусть сердца сотен миллионов граждан бьются в унисон.

5. Чэньюй 万众一心 также используется для описания единства широких масс людей, в данном контексте – всего китайского народа. 谢谢我的同胞在困难面前万众一心 / Спасибо моим соотечественникам за то, что сплотились перед лицом трудностей (<https://v.douyin.com/ijVLH9tg/>).

6. Особым предметом гордости для жителей Китая является многовековая история и культура страны. Идиома 博大精深 – обширный и глубокий – используется интернет-пользователями для акцентирования внимания на уникальности китайской цивилизации. 中国语言文化非常博大精深 / Китайские язык и культура очень глубокие и многогранные.

7. Как было упомянуто ранее, китайский народ очень трепетно относится к теме истории собственной страны и глубоко уважают национальных героев. Одно из выражений, применяемых по отношению к героическим личностям, звучит так: 永垂不朽 – жить в веках, бессмертный, вечная слава. Например, 我们都该致敬先烈, 英雄永垂不朽! / Мы все должны чтить память павших героев, вечная слава героям (<https://weibo.com/6085375409/5037859786721153>)!

8. Чэньюй 擎天一柱 дословно переводится как столб, поддерживающий небо. Используется в качестве метафоры для обозначения кого-либо или чего-либо, способного брать на себя очень важные обязательства. 中国始终是维护世界和平、人类和谐的中。擎天一柱! / Китай всегда отстаивает мир во всем мире и гармонию среди людей. Словно столб, держащий небо (<https://v.douyin.com/ijaQhwvo/>)! Таким образом, по мнению комментатора, Китаю отводится ведущая роль в мире.

На основе анализа текстового материала можно сделать вывод, что репрезентация патриотических чувств китайских интернет-пользователей выражается использованием слов (преимущественно, глаголов и прилагательных) и выражений, относящихся к эмоционально-окрашенной, аффективной лексике, наречий превосходной степени, а также сленга. Средства изобразительности (в большинстве случаев, метафора или олицетворение) с позитивной коннотацией, употребляемые китайскими интернет-пользователями, создают образ Китая как культурно богатой, развитой и мощной державы, способной преодолевать различные преграды на пути к светлому будущему. С помощью фразеологических единиц в виде чэньюев с положительной семантикой жители КНР выражают свою гордость за достижения в развитии и культурное наследие страны, любовь по отношению к соотечественникам.

2.3.2. Интерпретация «внешнего врага»

Один из контекстов, в которых особенно ярко проявляется патриотизм жителей КНР в Интернете, представляет собой реакцию интернет-пользователей на действия или высказывания, характеризующие Китай в негативном ключе и оскорбляющие национальное достоинство.

Более того, в китайском кроссмедийном интернет-пространстве существует уникальный феномен, получивший название 辱华 (букв. «оскорблять Китай»), то есть высказывания и действия, очерняющие или принижающие Китай и все китайское. К 辱华 относятся публичные высказывания или посты в социальных сетях частных лиц, а также рекламные кампании брендов, каким-либо образом унижающие национальное достоинство китайских граждан [人民网, 2022]. Ответом интернет-пользователей на публикации, уничижительно отзывающиеся о Китае и китайском народе стал одноименный хэштэг в сети микроблогов Weibo, который также распространился и на другие онлайн-платформы. В публикациях и комментариях под хэштэгом #辱华# китайские интернет-пользователи используют различные языковые средства для оправдания своей страны и речевой агрессии в сторону отдельных личностей или брендов [Nikkei, 2022].

Особенно остро китайцами воспринимаются резкие суждения и неуважение по отношению к их истории и культурным особенностям. Одним из самых известных примеров резко негативной реакции китайских интернет-пользователей на кампанию бренда является бойкот бренда Dolce&Gabbana после серии рекламных роликов, изображающих расистские стереотипы о культуре Китая: в коротких видео актриса в китайском традиционном костюме тщетно пыталась есть палочками итальянские блюда [Blueprint, 2018]. Огромное количество жителей Китая восприняли это как прямое оскорбление Китая и его традиций. Возмущение в социальных сетях

было настолько велико, что бренд столкнулся с бойкотом своей продукции и потерпел огромные экономические потери. Несмотря на публичное принесение извинений, даже спустя года Dolce&Gabbana не смог восстановиться на китайском рынке [CNN, 2021].

Некоторые исследователи считают феномен 辱华 деструктивным, поскольку он способствует лишь углублению межкультурных конфликтов и разжиганию межнациональной розни [人民网, 2022]. Однако мы считаем целесообразным проанализировать и такие, более радикальные, проявления патриотизма. Стоит отметить, что в данном исследовании не рассматривались примеры немотивированной речевой агрессии китайских пользователей в сторону других стран или отдельных личностей. Объектом исследования становились только те тексты, которые происходили в контексте реакции на оскорбительные высказывания в сторону Китая.

А) Собственно выразительные средства языка

Комментируя уничижительные высказывания о Китае, пользователи китайского Интернета не только стремятся оправдать свою страну и создать более позитивный ее образ, но и выражают негативную оценочную реакцию в сторону тех, кто оскорбил их чувство национальной гордости. Экспликация отрицательных чувств содержит неодобрительную оценочную лексику, также обозначаемую терминами «пейоративная» или «дерогативная». Пейоративная лексика – это слова и словосочетания, выражающие отрицательную оценку чего-либо или кого-либо, неодобрение, порицание, иронию или презрение [Академик, 2000].

Используемые языковые единицы с отрицательной экспрессивно-оценочной коннотацией:

- 疯 – безумный, сойти с ума: 美国疯了拜登疯了!! / Америка сошла с ума, Байден – сумасшедший (<https://v.douyin.com/ijVNJ3un/>)!!;

▪ 邪恶 – отвратительный, гнусный: 邪恶的美国佬这种老古董拿出来吓谁呢? / Гнусные [американцы], кого они пытаются напугать этим старьем (<https://v.douyin.com/ijaQfNQ2/>)?

▪ 该死的 – проклятый: 该死的奸人 / проклятые негодяи;

▪ 可恨 – возмутительный: 真是可恨! / Это возмутительно!

▪ 强盗 – разбойники, бандиты: 世界强盗太多, 只有中国能打败一切敌 / В мире слишком много разбойников, только Китай способен разбить всех врагов (<https://v.douyin.com/ijaQXJVV/>).

К числу пейоративных языковых единиц относятся также этнофолизмы – экзоэтнонимы, т.е. не употребляющиеся местным населением названия для какого-либо народа, этноса, используемые с отрицательной коннотацией. Примерами такой лексики служат такие слова как 美国佬 – (унич. американцы), 小日本 – (унич. японцы).

В качестве отдельного вида пейоративной лексики можно выделить уничижительные прозвища, которыми интернет-пользователи наделяют личностей, слова или действия которых вызывают у них чувства злости и презрения. Как правило, такие прозвища состояются из преобразованного имени собственного и морфемы, несущей негативное лексико-семантическое значение. Ряд уничижительных прозвищ был придуман китайскими пользователями интернета для американского политика Нэнси Пелоси, чей официальный визит на Тайвань вызвал сильную реакцию неодобрения со стороны как правительства, так и простых жителей КНР, воспринявших этот шаг как оскорбление и неуважение к суверенитету Китая. Таким образом, для представительницы США были изобретены прозвища 老猪佩奇 – старая свинка Пеппа и 佩老妖 – старая ведьма Пелоси. В обоих лексемах присутствует морфема 佩 (pèi), обозначающая фамилию Пелоси, и элементы, несущие негативную коннотацию.

Б) Изобразительные средства языка. Тропы

Выражая негативную оценочную реакцию по отношению к другим странам и их действиям в сторону Китая, граждане КНР используют изобразительные средства языка, абсолютное большинство которых можно отнести к метафорическим выражениям. Рассмотрим несколько наиболее ярких из них:

1. 美国**就是**世界的**毒瘤**，唯恐天下不乱！ / США – действительно *злокачественная опухоль* всего мира, они стремятся к созданию хаоса на Земле (<https://v.douyin.com/ijVNI8jV/>). В данном случае автор комментария использует лексему **毒瘤** не в прямом, а переносном значении, которое в метафорическом смысле может быть интерпретировано как некий вредоносный объект, несущий угрозу для общества. Контекст ситуации заключается в том, что комментатор таким эмоциональным образом выражает негативную оценку в сторону недружественной страны в ответ на критику своей собственной Родины. Более того, экспрессивность в этом примере достигается с помощью эмпазы, создаваемой с помощью выделительной частицы **就** (就是 – действительно).

2. 两兄弟吵架，她一个外人不但不劝，反而跑过来**递刀子**。居心何在?! / *Два брата в ссоре*, а она, иностранка, не только не помогает помириться, но и прибегает *вручить им ножи*. Чего она добивается (<https://v.douyin.com/ijaQfNQ2/>)?! В приведенном примере можно отметить сразу две метафорических единицы. **两兄弟吵架** является олицетворением, создающим образ КНР и Тайваня как двух «братьев», таким образом подчеркивается историческая близость двух конфликтующих сторон. Иностранка (в данном случае в лице Нэнси Пелоси) не способствует их примирению, а еще больше усугубляет ситуацию, провоцируя стороны на агрессию друг к другу. Это отражено в метафоре «подать ножи», что как бы побуждает к «драке». Данный комментарий демонстрирует недовольство

китайских интернет-пользователей вмешательством иностранных политиков во внутренние дела страны.

В) Фразеологические средства. Чэньюй

Фразеологические обороты в виде чэньюев с негативной коннотацией также используются интернет-пользователями для экспликации отрицательной оценочной реакции на высказывания о Китае извне:

- Чэньюй с негативной семантикой 耀武扬威 – бряцать оружием, хвастаться собственной силой: 美国佬又在耀武扬威了 / [Американцы] снова бряцают оружием (<https://v.douyin.com/ijVN5w5w/>);

- Чэньюй 一塌糊涂 – хаос, неразбериха: 它们的内部已经一塌糊涂是真实的, 别干涉中国的内政 / У них в стране настоящий бардак, пусть не вмешиваются во внутренние дела Китая (<https://v.douyin.com/ijVNpHJg/>).

Таким образом, для выражения негативной оценки в ответ на унижение национального достоинства, китайские интернет-пользователи используют пейоративную лексику, включающую в себя этнофолизмы и уничижительные прозвища, а также средства изобразительности (тропы) и фразеологические единицы языка с отрицательной коннотацией.

2.4. Визуальные средства репрезентации патриотических настроений китайских интернет-пользователей






Анализируя публикации и комментарии в китайском интернет-дискурсе, стоит также обратить внимание на паралингвистические средства репрезентации патриотических настроений пользователей Сети. Невербальные или визуальные средства используются в интернет-коммуникации самостоятельно, передавая законченное смысловое сообщение, а также совместно с языковыми средствами, внося в создаваемое сочетание дополнительные значения и экспрессивные оттенки содержания.


Невербальные средства не входят в систему языка и не являются речевыми единицами.


Интернет-дискурс характеризуется мультимодальностью текстов, то есть помимо собственно вербальных знаков, в публикациях и комментариях можно отметить наличие образно-зрительных (изображения) и образно-слуховых (аудио-, видеовставки) компонентов. Эти элементы являются неотъемлемой частью дискурса и выполняют ряд функций: аттрактивную, смысловыделительную, экспрессивную и др. За дополнительную эмоциональную составляющую коммуникации в интернете также отвечают графические знаки и символы.

Содержание рассмотренных комментариев включало в себя целый ряд невербальных знаков, «смайликов» или «эмодзи», которые передают как позитивные, так и негативные эмоции отправителя сообщения. Используемые китайскими пользователями графические знаки подразделяются на несколько категорий: смайлики (изображение лица с соответствующей мимикой), жесты (изображение знаков руками), растения и животные, флаги, символы (буквенно-цифровые обозначения) и пр.

Наиболее распространенными эмодзи, представленными в тексте комментариев, выражающих позитивную оценку пользователей к своей Родине стали:

1.  «большой палец вверх» – знак согласия и одобрения (72 примера употребления);
2.  «сердце» – выражение любви (66 примеров употребления);
3.  «хлопающие ладони» – имитация аплодисментов, одобрение (48 примеров употребления)
4.  «улыбающееся лицо с глазами-сердечками» – изображение восторженных чувств, любви, обожания (39 примеров употребления);
5.  «две сложенные руки» – знак благодарности, в некоторых случаях – пожелание (35 примеров употребления);

6.  «флаг КНР» – государственная символика (31 пример употребления);




7.  «улыбающееся лицо в солнечных очках» – знак уверенности в себе, гордости (18 примеров употребления).

Стоит отметить, что для повышения экспрессивности, в большинстве примеров авторы публикаций и комментариев использовали несколько идентичных эмодзи в ряд: от 2 до 5 знаков. Характерной особенностью китайского интернет-пространства является также использование уникальных эмодзи, в том числе отражающих сленг современного китайского языка. К ним, например, относятся текстовый эмодзи 加油 – вперед! (знак поддержки и одобрения), цифровой эмодзи «666» – сленговое выражение «круто, здорово». Анализ материала показал, что около 70% комментариев включают только один вид эмодзи, 30% – набор смешанных символов из различных категорий.

Примеры комментариев с использованием вышеперечисленных символов представлены в Таблице 1.

Таблица 1. Невербальные языковые средства в тексте комментариев

Эмодзи	Значение символа	Пример использования	Перевод
	согласие, одобрение	只有祖国的强大,才有自豪的我们!  	Только когда Родина сильна и могуча, ею можно гордиться!  
	любовь	祝福祖国繁荣昌盛   	Желаю моей Родине процветания и могущества   
	аплодисменты, одобрение	我们展现中国力量!! 	Мы покажем силу и мощь Китая!! 
	восторженные чувства, любовь, обожание	人民有信仰,国家有力量。  国泰民安!  	У народа есть вера, а у государства – сила.  Государство спокойно, и народ наслаждается миром!  
	благодарность, пожелание	我相信我们的祖国,愿祖国一切顺利 	Я верю в свою Родину, желаю Отечеству удачи во всем 

Эмодзи	Значение символа	Пример использования	Перевод
	флаг КНР	我是中国人中国万岁! 	Я китаец. Да здравствует Китай! 
	уверенность, гордость	我为中国而自豪!!! 	Я горжусь Китаем!!! 
	сленг со значением «круто, здорово»	中国永远第一 	Китай всегда на первом месте 

Таким образом, можно сделать вывод, что китайские интернет-пользователи активно используют графические символы для усиления экспрессивного эффекта своих текстовых сообщений. Эмодзи выполняют как эмотивную функцию, так и несут дополнительное смысловое значение.

Помимо символов и знаков, текст публикаций и комментариев в некоторых случаях сопровождается изображениями. Среди рассмотренных комментариев можно выделить примеры использования изображений флага КНР, а также изображение флага и текст лозунга под ним (см. Рис. 1, 2). Интернет-пользователи также делятся личными фотографиями с государственным флагом (см. Рис. 3, 4).



Рисунок 1. Текст комментария «Я – китаец, да здравствует Китай, да здравствует Отечество» в сопровождении изображения флага КНР.



中国舞阿静



2022-11-25 回复

Рисунок 2. Комментарий с изображением флага КНР и надписью «Да здравствует Отечество!»



听风说.

党的恩情比海深，党的光辉照我心



04-27 · 河北 回复



Рисунок 3. Комментарий с изображением человека, отдающего честь перед флагом КНР.
Текст комментария: Любовь партии глубже моря, слава партии сияет в моем сердце.



: 夹心狗

中国人体内的基因觉醒了



06-24 · 浙江 回复

♡ 9.6万 ♡

Рисунок 4. Комментарий с изображением девушки, держащей в руках флаг КНР. Текст комментария: [Во мне] пробудились китайские гены.

Помимо непосредственно выражения патриотических чувств, китайские интернет-пользователи активно участвуют в трендах, в основе которых лежит любовь к национальной культуре и достижениям китайской цивилизации. В последние годы тренды 国风 («национальный стиль») и 国潮 («мода на все китайское» или поддержание отечественных брендов) получили огромную популярность среди пользователей различных социальных сетей, особенно часто встречаясь на площадках Douyin и Bilibili.

В основе феномена «национальный стиль» лежит повышенный интерес китайских молодых людей к традиционной одежде и макияжу различных династий, китайской литературе, живописи и каллиграфии. Контент, связанный с трендом 国风, представляет собой короткие видео с перевоплощением, то есть переодеванием в ханьфу и другие традиционные костюмы, видео с игрой на китайских музыкальных инструментах, изображения упражнений в каллиграфии и изобразительном искусстве (см. Рис. 5, 6).

Подобные видеоролики пользуются огромной популярностью именно на видеохостинговых платформах, так как визуальный компонент в

подобных трендах выступает на первый план и оказывается наиболее информативным. Создатели такого контента не только показывают красоту атрибутики китайской традиционной культуры, но и записывают tutorиалы, то есть обучающие видео для желающих еще глубже проникнуться «национальным стилем». В комментариях интернет-пользователи также делятся своим творчеством в рамках тренда (см. Рис. 7, 8).



Рисунок 5. Скриншот видео китайского блогера, танцующей в китайском платье под традиционную музыку.



Рисунок 6. Скриншот видео китайского блогера 十音 с нанесением традиционного китайского макияжа.



我是阿润吖mt686

国庆出行游玩穿着马面裙多好看啊🥰



09-26 · 河北 回复



Рисунок 7. Девушка в традиционном китайском платье эпохи Мин. Текст комментария: Путешествуя во время Дня образования КНР, надела юбку мамяньцунь, так красиво! (смайлик)



不会画画的雲shao

哇好书法。适合题款我的画



07-06 · 湖南 回复

❤️ 114

Рисунок 8. Комментарий с изображением картины, написанной в традиционном стиле, в ответ на видео с упражнениями в каллиграфии. Текст комментария: Вау, какая хорошая каллиграфия. Это было бы подходящей подписью к моей картине.

Так, пользователи китайских социальных сетей активно принимают участие в патриотических трендах, содержанием которых является

обращение к традиционной культуре Китая. Визуальные средства в виде изображений и видеороликов также можно считать репрезентацией патриотических настроений граждан КНР.

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что китайские интернет-пользователи используют в интернет-коммуникации не только вербальные средства, но и неязыковые (паралингвистические) единицы и визуальные средства. Неязыковые средства выполняют сопровождающую функцию, привнося в текст комментариев дополнительные оттенки смысла и экспрессивный компонент значения. Визуальный компонент мультимодальных текстов также отражает любовь китайцев к собственной культуре, а именно – традиционной одежде, макияжу, музыке и изобразительному искусству.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Во второй главе настоящей работы проведен анализ текстов публикаций и комментариев китайских интернет-пользователей в различных социальных сетях: Weibo, Douyin, Bilibili. В ходе исследования образцы комментариев разделены на две группы: тексты, выражающие положительное отношение пользователей к своей стране, и тексты, дающие негативную оценку лицам, критикующим Китай и оскорбляющим национальное достоинство китайского народа. Каждая категория исследована на предмет наличия разных видов языковых средств: собственно выразительных, изобразительных средств и фразеологических выражений. Кроме того, рассмотрены неязыковые (визуальные) средства, которые китайские граждане использовали в мультимодальных текстах или же употребляли изолированно, вне средств языка.

В результате сделан вывод, что для вербализации патриотических настроений, пользователи китайских социальных сетей употребляют слова и выражений, относящихся к эмоционально-окрашенной, аффективной лексике, наречия превосходной степени, а также сленг. Средства изобразительности (в большинстве случаев, метафора или олицетворение) с позитивной коннотацией, используемые жителями КНР, создают образ Китая как культурно богатой, развитой и мощной державы, способной преодолеть различные преграды на пути к светлому будущему. С помощью фразеологических единиц в виде чэньюев с положительной семантикой жители КНР выражают свою гордость за достижения в развитии и культурное наследие страны, любовь по отношению к соотечественникам.

Второй вид репрезентации патриотизма китайских пользователей, выраженный в контексте реакции на высказывания и действия, унижающие национальное достоинство китайцев, представляет собой использование пейоративной лексики, в том числе этнофолизмов и уничижительных прозвищ, выразительно-изобразительных средств языка и чэньюев с

негативной коннотацией для описания лиц и даже стран, имеющих отрицательный образ в китайском интернет-дискурсе.

К невербальным средствам, употребляемые китайцами для выражения любви к Родине, относятся графические символы (эмодзи) с различными значениями (любви, уважения, гордости и пр.). Визуальный компонент мультимодальных текстов, представленный изображениями и видео, также отражает любовь китайцев к своей стране, уважение к ее государственной символике и интерес к национальной культуре, а именно – традиционной одежде, макияжу, музыке и изобразительному искусству.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Патриотизм является неотъемлемой частью культуры и общественной жизни, вероятно, всех государств и наций. В некотором смысле это тот принцип, что позволяет стране сохранять порядок внутри и положительный образ на мировой арене. Патриотизм складывается из множества составных компонентов: любовь к родной стране и ее достижениям, гордость за богатство истории и достижения культуры, преданность интересам Родины, вера в свой народ и т.д. Современный Китай – безусловно сильное и развитое во многих сферах государство, а его жители – горячие патриоты своего Отечества. В настоящее время интернет-дискурс, в особенности социальные сети, выступают той средой, где можно наблюдать специфику репрезентации патриотических чувств жителей КНР.

Основным итогом настоящей работы является выявление и рассмотрение наиболее распространенных языковых и неязыковых средств репрезентации патриотических настроений граждан КНР в кроссмедийном интернет-пространстве на примере публикаций и комментариев китайских пользователей в нескольких социальных сетях: Weibo, Douyin, Bilibili. Материалом для исследования послужили тексты 150 публикаций и 200 комментариев в китайском Интернете за период 2022–2024 гг.

В ходе исследования рассмотрены теоретические основы изучения основных понятий: патриотизма и интернет-дискурса, особое внимание уделено и особенностям понимания феномена любви к Родине в китайской языковой картине мира, а также специфика функционирования интернета в Китае и аспекта мультимодальности современного Интернета. Результатом практического анализа материала стал вывод о том, что граждане КНР действительно очень активно выражают свою гражданскую позицию и положительные эмоции, обращенные к родной стране, и используют при этом широкий спектр языковых и неязыковых средств.

В настоящем исследовании выявлены определенные дискурсивные контексты, в рамках которых интернет-пользователи выражали свои патриотические чувства, среди них такие контексты как: единство и суверенитет страны; достижения в различных сферах жизни, а именно экономике, науке и культуре; культурные ценности и историческая память китайцев; реакция на высказывания, дающие негативную оценку Китаю или унижающие национальное достоинство. Кроме того, рассмотрены некоторые из популярных патриотических трендов, распространенных в китайском сегменте Интернета. К ним относятся 国风 («национальный стиль»), характеризующийся увлечением молодежи традиционной культурой Китая, и 国潮 («мода на все китайское»), которая заключается в поддержке отечественных брендов.

Таким образом, с помощью анализа положительных комментариев (обращенных к родной стране и народу) и комментариев с отрицательной оценкой (в виде реакции на оскорбления национальной гордости), выделены следующие языковые средства:

1. Собственно выразительные средства языка. По отношению к Китаю авторы комментариев использовали эмоционально-окрашенную, аффективную лексику, представленную в большей степени прилагательными (описывающими их Родину как мирное, развитое, мощное государство) и глаголами (называющие испытываемые ими чувства по отношению к стране), а также наречия в превосходной степени и сленговые единицы. В случае с реакционными высказываниями в сторону не одобряемых китайскими пользователями лиц наблюдалось употребление пейоративной лексики: этнофолизмов, уничижительных прозвищ в сторону людей, своими словами или действиями униживших чувство национального достоинства.

2. Выразительные средства языка (тропы), то есть такие языковые единицы, которые употребляются в фигуративном, переносном значении для усиления экспрессии. Наиболее часто используемым тропом по материалам

комментариев стала метафора. Посредством метафорических выражений и сравнений интернет-пользователями был создан образ Китая как сильной и стабильной страны, супердержавы, которая недвижима, словно скала, и способна преодолеть все трудности и быть опорой для своих граждан. В то же время, например, США (страна, обладающая в китайских медиа устойчивым образом врага) рассматривается комментаторами как враг и вредитель, «злокачественная опухоль». Само явление патриотизма китайскими гражданами сравнивается с физиологической потребностью, «врожденным инстинктом».

3. Фразеологические обороты (чэньюи), как с позитивным, так и негативным эмоционально-оценочным значением. Описывая свою Родину, китайские интернет-пользователи используют выражения, обозначающие процветание, развитие, единство и мощь. О других странах комментаторы отзываются, используя чэньюи с отрицательной коннотацией: хаос, бардак, пустое хвастовство.

Наблюдая за использованием китайцами неязыковых средств, мы отметили употребление ими большого числа эмодзи в различных комбинациях. Неязыковые единицы применялись как совместно со средствами языка, так и независимо от них, в изолированном виде. Во всех случаях, основной функцией таких единиц было добавление экспрессии. Визуальные средства мультимодальных текстов показали, что китайские интернет-пользователи очень бережно относятся к своей традиционной культуре и превращают ее в своего рода тренд в современности.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод, что проявления патриотизма граждан КНР очень разнообразно и специфично, репрезентация патриотических чувств китайских пользователей представлена в самых разных формах – с помощью языковых и неязыковых средств, в виде восхищения богатой историей и достижениями тысячелетней культуры, восхваления современных достижений, а также в виде активной защитной реакции в контексте критики или оскорблений в сторону Родины.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алиев Т.И. К вопросу о феноменологии поликодового текста / Т.И. Алиев // Вестник Псковского государственного университета. Сер.: Социально-гуманитарные науки. 2021. Вып. 12. С. 92–96.
2. Беспалова Т.В., Свиридкина Е.В. Культурно-цивилизационные смыслы государственного патриотизма: монография / Т.В. Беспалова, Е.В. Свиридкина; отв. ред. Т.В. Беспалова. М.: Институт Наследия, 2019. 212 с.
3. Блинова О.А. Мультиmodalность в сетевом политическом дискурсе: интернет-мемы о независимости Шотландии // Научный диалог. 2019. Вып. 10. С. 79–93.
4. Галичкина Е.Н. Характеристики компьютерного дискурса // Вестник ОГУ. 2004. Вып. 10. С. 55–59.
5. Глущенко А.Н. Интернет-дискурс, его статус во Всемирной паутине и влияние на повседневную жизнь // Молодой ученый. 2015. Вып. 8 (88). С. 1107–1109.
6. Долгина Е.С. Патриотизм: функционал, уровни / Е.С. Долгина, И.В. Демин. // Молодой ученый. 2015. № 22 (102). С. 976–978.
7. Загидуллина М.В. Мультиmodalность: к вопросу о терминологической определенности // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. Вып. 1 (31). С. 181–188.
8. Калинин О.И. Курс лекций по стилистике китайского языка: учебное пособие / О. И. Калинин, Л. А. Радус. М: ВКН, 2017. 344 с.
9. Кибрик А.А. Мультиmodalная лингвистика [Текст] / А.А. Кибрик // Когнитивные исследования: сборник научных трудов. М.: Ин-т психологии РАН. 2010. С. 134–152.
10. Кузнецов Д.В. Китайский национализм и внешнеполитическая составляющая массового сознания жителей КНР // Материалы

IV международной научно-практической конференции «Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества». 2014. Вып. 4. С. 455–468.

11. Кузнецова Е.В. Источники формирования китайского менталитета // Вестник КемГУ. 2014. Сер.: Философия. Т. 1. Вып. 1 (57). С. 187–190.

12. Кузьмин А.В., Трифонов Ю.Н. Значение патриотизма в жизни российского общества: функциональный подход // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. 2017. Вып. 7. С. 38–54.

13. Левашов В.К. Патриотизм в контексте современных социально-политических реалий // Социологические исследования. 2006. Вып. 8. С. 67–76.

14. Лексютина Я.В. Политика китайского руководства в вопросах контроля и регулирования Интернета // Общество и государство в Китае. 2015. Т. 45. Вып. 1. С. 202–212.

15. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: автореф. дис ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. 43 с.

16. Лысак И.В., Наливайченко И.В. Патриотизм: отжившая ценность или актуальный тренд: монография / И.В. Лысак, И.В. Наливайченко; рец.: Е.Е. Несмеянов, О.А. Музыка. 2013. 120 с.

17. Малявин В.В. Китайская цивилизация. М.: ИПЦ «Дизайн. Информация. Картография»: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2001. 632 с.

18. Мельникова О.К. К вопросу об определении термина «интернет-дискурс» // Казанский вестник молодых ученых. Сер.: Языкознание и литературоведение. 2018. Т. 2. Вып. 4 (7). С. 30–33.

19. Мажинский С.В., Нагибина И.Г., Чжан Ю. Дискурсивное пространство ведущих китайских «новых медиа». *Oriental Studies*. 2023. Вып. 16(4). С. 903–913.

20. Нагибина И.Г., Л.В. Куликова. Китайский дискурс: концепция культурологического анализа: монография / И.Г. Нагибина, Л.В. Куликова; рец.: О.В. Магировская, Д.А. Савкин. 2021. 250 с.
21. Салицкий А.И., Семенова Н.К. Китайские представления о мироустройстве: традиция и современность // Перспективы. Электронный журнал. Серия: Политологические науки. 2019. Вып. 2. С. 50–60.
22. Селиверстова Н.А., Курганская М.Я. Патриотизм // Знание. Понимание. Умение. Сер.: Социологические науки. 2017. Вып. 1. С. 232–235.
23. Солянка Е.А. Особенности обиходно-бытовой интернет-коммуникации на китайском языке // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. Вып 4. С. 74–83.
24. Хуан Т., Лю Х. Концепт «ПАТРИОТИЗМ» в китайской языковой картине мира // Политическая лингвистика. 2021. Вып. 4 (88). С. 128–136.
25. Как работает интернет в Китае // Белта [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://www.belta.by/tech/view/kak-rabotaet-internet-v-kitae-rasskazal-kitaeved-vavilov-513385-2022/> (дата обращения: 07.03.2023).
26. Панды и вьетнамская лапша: как китайские интернет-пользователи обходят цензуру в обсуждениях коронавируса // ЭКД [Электронный ресурс]. 2020. URL: <http://ekd.me/2020/03/pandy-i-vetnamskaya-lapsha-kak-kitajskie-internet-polzovateli-obxodyat-cenzuru-v-obsuzhdeniyax-koronavirusa/> (дата обращения: 20.02.2023).
27. Имиджевый провал Dolce & Gabbana // Blueprint [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://theblueprint.ru/fashion/industry/dolce-and-gabbana-in-crisis> (дата обращения: 20.02.2024).
28. Song L. The role of context in discourse analysis // Journal of Language Teaching and Research. 2010. 1 (6). P. 876–879.
29. Cheung M. Introduction – Chinese discourses on translation // The Translator. 2009. 15:2. P. 223–238.
30. Shu D. Evolution of Chinese patriotism from past to present // Chinese Studies. 2022. 11. P. 79–89.

31. Wang L. The phenomenon of the Martian language // De Gruyter Mouton. 2015. P. 225–234.
32. Yang C. Chinese internet language: a sociolinguistic analysis of adaptations of the Chinese writing system // Language@Internet) [Электронный ресурс]. 2007. URL: <https://www.languageatinternet.org/articles/2007/1142> (дата обращения: 15.04.2023).
33. China's internet users exceed 1.05 billion by June // China Daily [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://www.chinadaily.com.cn/a/202208/31/WS630ecc10a310fd2b29e7530d.html> (дата обращения: 15.02.2023).
34. China's online nationalist army // Nikkei Asia [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://asia.nikkei.com/static/vdata/infographics/china-social-media/> (дата обращения: 26.04.2024).
35. Three years after ad controversy, D&G is still struggling to win back China // CNN [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://edition.cnn.com/style/article/dolce-gabbana-karen-mok-china/index.html> (дата обращения: 28.04.2024).
36. 陆闻悦。如何向外国人强调台湾是中国不可分割的一部分？ [Лу Вэньюэ. Как доказать иностранцам, что Тайвань – неотъемлемая часть Китая?]. [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/531805324> (дата обращения: 20.04.2022).
37. 张千帆。什么是真正的爱国主义？ [Чжан Цяньфань. Что такое настоящий патриотизм?]. [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://chinadigitaltimes.net/chinese/541123.html> (дата обращения: 20.11.2022).
38. 陈旋。“Z世代”青年“国风”文化热现象分析。 [Чэнь Сюань. Анализ феномена «национальный стиль» среди представителей «поколения Z»]. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.yhhlkj.cn/fanwendaquan/youxiufanwen/80632.html> (дата обращения: 27.01.2024).

39. 新时代的中国青年(双语全文) // 新华网 [Китайская молодежь в новую эпоху (полный двуязычный текст) // Синьхуа]. [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://language.chinadaily.com.cn/a/202204/21/WS62611ee0a310fd2b29e58788.html> (дата обращения: 31.11.2023).

40. 主流草根同频共振让 «国风» 从小众到流行 // 中国青年报 [«Национальный стиль» переходит из ниши в мейнстрим, привлекая как широкую аудиторию, так и «низы» // China Youth Daily]. [Электронный ресурс]. 2022. URL: https://zqb.cyol.com/html/2021-12/01/nw.D110000zgqnb_20211201_5-02.htm (дата обращения: 27.01.2024).

41. 国潮元素融入产品设计的价值和途径 // 新华报业网 [Значение и пути интеграции элементов национальных трендов в дизайн продукции // Синьхуа]. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.xhby.net/content/s65725be4e4b05189f88f5023.html> (дата обращения: 27.01.2024).

42. 从“辱华现象”探析跨文化冲突的深层次成因 // 人民网 [Анализ глубинных причин межкультурных конфликтов на примере феномена «оскорбление Китая» // Жэньминь жибао]. [Электронный ресурс]. 2020. URL: <http://js.people.com.cn/BIG5/n2/2020/1016/c360299-34354169.html> (дата обращения: 18.04.2024).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Академик [Электронный ресурс]. 2000. URL: <https://dic.academic.ru> (дата обращения: 01.04.2023).
2. БКРС [Электронный ресурс]. 2003. URL: <https://bkrs.info> (дата обращения: 01.04.2024).
3. 百度百科 [Электронная энциклопедия «Байду байкэ»]. [Электронный ресурс]. 2006. URL: <https://baike.baidu.com> (дата обращения: 10.04.2024).
4. 百度汉语 [Электронная энциклопедия «Байду ханьюй»]. [Электронный ресурс]. 2006. URL: <https://hanyu.baidu.com> (дата обращения: 29.04.2024).
5. 现代汉语词典 [Электронная энциклопедия «Сяньдай ханьюй цыдянь»]. [Электронный ресурс]. 2004. URL: <https://cidian.bmcx.com> (дата обращения: 20.02.2023).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

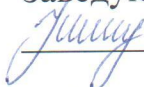
1. 抖音 [Сервис для создания и просмотра коротких видео «Доуинь»]. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com> (дата обращения: 16.03.2024).
2. 微博 [Сервис микроблогов «Вейбо»]. [Электронный ресурс]. URL: <https://m.weibo.cn> (дата обращения: 29.11.2023).
3. 哔哩哔哩 [Видеохостинг «Билибили»]. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bilibili.tv> (дата обращения: 03.02.2024).

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 И.Г. Нагибина

« 13 » июня 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**МУЛЬТИМОДАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ
ПАТРИОТИЧЕСКИХ НАСТРОЕНИЙ
В КИТАЙСКОМ КРОССМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Научный руководитель



канд. филол. наук,
доц., зав. каф ВЯ
И.Г. Нагибина

Выпускник



И.А. Гомзикова

Нормоконтролер



С.О. Мезенина

Красноярск 2024

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – «Мультимодальная репрезентация патриотических настроений в китайском кроссмедийном пространстве». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 68 страниц, включает в себя 1 таблицу, 8 иллюстраций, а также список использованной литературы, состоящий из 50 источников, 21 из которых на иностранных языках.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС, КИТАЙСКИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТЬ, ПАТРИОТИЗМ, КИТАЙСКИЙ ПАТРИОТИЗМ.

Цель: выявить способы вербализации и мультимодальной репрезентации патриотических настроений граждан Китая в кроссмедийном пространстве на примере публикаций и комментариев пользователей китайских социальных сетей.

Задачи: 1) исследовать понятие интернет-дискурса и его особенности, выявить специфику китайского интернет-пространства, 2) рассмотреть понятие «патриотизм» в парадигме гуманитарного знания и в китайской лингвокультуре, 3) провести анализ текстового материала публикаций и комментариев граждан Китая в социальных сетях, а также сопутствующих фото- и видеоматериалов, 4) выявить и классифицировать языковые и визуальные средства репрезентации патриотических настроений жителей КНР в кроссмедийном интернет-дискурсе.

Актуальность выбранной темы и сферы ее исследования обусловлена тем, что реакция китайского общества на события настоящего времени в контексте текущей геополитической обстановки, особенно ярко отражённая в интернет-дискурсе, является проявлением специфики китайского менталитета. Особый интерес представляют способы мультимодальной репрезентации патриотизма в одном из наиболее широко распространенных и быстроразвивающихся дискурсивных пространств – Интернете.

Основные выводы и результаты исследования:

1. Китайский интернет-дискурс характеризуется использованием отечественных интернет-ресурсов и фильтрацией контента. Ему также присущи такие особенности, как сокращение лексических единиц, большое число заимствований и сленга.

2. В национальном сознании граждан КНР понятие Родины сопряжено с образами земли предков, местами подвигов героев и единения народа. Патриотизм – это внутренний долг жителей Китая перед своей страной и нацией.

3. Патриотизм китайских интернет-пользователей проявляется в следующих дискурсивных контекстах: суверенитет и единство страны, достижения в сфере науки и техники, военная мощь, экономический рост, историческая память, культурное наследие, а также реакция на высказывания, оскорбляющие национальное достоинство.

4. Идеи обращения к достижениям китайской цивилизации и популяризации традиционной культуры, распространенные среди молодых интернет-пользователей, отражены в тенденциях 国风 / «национальный стиль» и 国潮 / «мода на все китайское».

5. С помощью собственно выразительных и изобразительных средств языка, а также фразеологизмов (чэньюев) пользователи китайских социальных сетей выражают любовь к Родине и создают образ Китая как культурно богатой, развитой и мощной державы, имеющей опору в виде тысячелетней культуры и сплоченности граждан и способной преодолеть различные преграды на пути к светлому будущему.

6. Визуальные средства, представленные эмодзи, изображениями и видео, также отражают патриотизм китайских пользователей, что выражается в проявлении уважения к государственной символике и интересе к национальной культуре.

Перспективы дальнейшего исследования: 1) более глубокое исследование вербальных средств выражения патриотизма в Сети, 2) расширение рамок изучения визуальных средств репрезентации патриотических настроений, включение в исследование большего числа мультимодальных текстов.