

Н. Е. ВЬЮН

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АВТОРСКОЙ ПУБЛИКАЦИИ В КИТАЕЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

На сегодняшний день социальные сети твёрдо вошли в нашу повседневную жизнь, люди практически всех возрастных групп и различных профессий (юристы, учителя, руководители крупных компаний и т.д.) ежедневно используют социальные сети для решения рабочих и личных вопросов. Сегодня социальные сети являются незаменимой площадкой для предоставления товаров и услуг. Именно поэтому они используются все чаще и активнее в коммерческих целях. Социальные сети – один из основных источников привлечения новых клиентов. Написание публикаций в тематических ресурсах, создание аккаунта собственного бренда в различных социальных сетях, размещение комментариев на форумах не требует крупных бюджетных затрат, однако обеспечивает приток клиентов. Преимущество социальных сетей состоит ещё и в том, что многие эти задачи предприниматели могут делать самостоятельно, изучив необходимый материал.

Китайскоязычные социальные сети не раз становились объектом исследования многих лингвистов. В частности, В. В. Данков, А. В. Кислов, Е. Н. Колпачкова изучали влияние Интернета на современный китайский язык; Е. Ж. Баяртуева провела исследование на тему неологизмов современного китайского языка в интернет-коммуникации; Чжан Кэ анализировала развитие заимствованных слов в русскоязычном и китайскоязычном интернете; А. Н. Сбоев изучил анализ лексики китайского интернета с точки зрения словообразования; Е. А. Строгонова провела сравнительный анализ словообразовательных моделей интернет-сленга в русском и китайском языках в контексте влияния социальной среды; А. С Архангельская и И. Б Архангельская исследовали социальные сети как площадку для бизнес-коммуникаций; В. М. Сидоркина, К. А. Данилкина изучали роль социальных сетей и интернета в жизни студентов.

Актуальность данного исследования заключается в выявлении лексико-семантической специфики создания авторской публикации на китайском языке. Кроме этого, данное исследование позволит расширить кругозор, углубит понимание китайской культуры через детальное ознакомление с различными лексико-семантическими средствами, используемыми в китайскоязычном интернет-пространстве. Знание отдельных тонкостей языка – это один из способов интеграции в систему мировой и национальной культуры.

Материал нашего исследования составил 48 авторских публикаций, что соответствует 35 062 словоупотреблениям, отобранных путём сплошной выборки из Интернет-источников («Instagram», «HelloTalk» и «Sina Weibo»). В выбранных нами публикациях, китайские пользователи делились своими эмоциями, обращались к своим подписчикам с вопросами, рассказывали истории из жизни и писали философские изречения, поздравления с днём рождения своим родным.

Анализ материала исследования показал, что китайскоязычные пользователи в своих публикациях используют разнообразные лексико-семантические средства, такие как фразеологизмы, эмфазы, звукоподражания, неологизмы, различные заимствования и др. Так, например, наиболее релевантными средствами являются звукоподражания и эмфаза. Нами было выявлено, что слова, имитирующие звуки, издаваемые человеком, как 哈哈 hāhā (более 70% от общего числа найденных звукоподражаний) и 嘿嘿 (почти 30%), используются в китайскоязычных авторских публикациях чаще всего. Например, *第一次拍这么低的角度双下巴都快要出来了哈哈* 'Мой второй подбородок почти стал заметным, когда я сделала фотографию с такого низкого ракурса ха-ха-ха'. Следует заметить, что в звукоподражаниях, имитирующих смех человека, выделяются различные оттенки семантики. Например, по степени громкости 哈哈 hāhā соответствует хохоту и громкому смеху, а по степени эмоциональной наполненности 嘿嘿 hēihēi соответствует озорному смеху.

На сегодняшний день социальные сети представляют собой место, где люди, как правило, делятся своими положительными эмоциями и впечатлениями, и среди звукоподражаний нами не было выявлено оноματοпоэтических слов, отражающих плач, рыдание или другие негативные эмоции. Во всём материале исследования присутствуют только звукоподражания, выражающие положительные эмоции, а именно смех человека.

Эмфаза – эмоционально-логическое выделение компонентов синтаксических структур, членов предложения. Существует в любом языке, передается различными средствами. Задача эмфазы – подчеркнуть и эмоционально окрасить часть предложения [1, с. 55]. Средствами эмфазы являются интонация (используется во всех языках), инверсия и использование служебных слов, модальных, усилительных частиц.

Среди средств эмфазы в отобранном нами материале исследования чаще всего встречались усилительные частицы, которые были использованы для выделения различных частей предложения, а также эмоционально-окрашенные слова (одной из наиболее широко распространённых является частица 啦, обозначающая появление нового момента, переход из одного состояния в другое (22%). Например, *高考加油各位统考生明天加油啦! Удачи на экзамене! Всем абитуриентам удачи завтра на экзамене!*. Кроме эмфазы и звукоподражаний в китайскоязычных авторских публикациях нами были зафиксированы разряды таких фразеологических единиц, как чэньюй, сравнения-фразеологизмы, а также гуаньюньюй.

Самый распространенный тип фразеологизма в китайском языке – чэньюй (成语). Это устойчивое фразеологическое словосочетание (чаще четырехсловное), построенное по нормам древнекитайского языка, семантически монолитное, с обобщенно переносным значением, носящее экспрессивный характер, функционально являющееся членом предложения [1, с. 39–40]. Например, *经历了沧海桑田, 蓦然回首发现还未到不惑之年* *Пережив житейские бури, я оглянулся и понял, что мне ещё даже нет сорока лет.* Малую представленность фразеологизмов можно, с одной стороны, объяснить тем, что активными пользователями социальных сетей преимущественно является

молодое поколение, которое, возможно, не знает всего многообразия фразеологических единиц, таких как чэньюй. С другой стороны, это может быть вызвано тем, что в настоящее время темп и ритм жизни постоянно растёт, пользователям социальных сетей нужно быть активными и уметь быстро описывать свои эмоции, чувства и мысли, чтобы сразу же поделиться ими со своими подписчиками. В целях экономии своего времени молодёжь не использует эти фразеологические единицы в своих авторских публикациях, ограничивается лаконичными фразами и выражениями.

Гуаньюньюй – это разряд фразеологических единиц современного китайского языка, обладающий всеми основными свойствами, присущими фразеологическим единицам. Важнейший признак гуаньюньюй как фразеологической единицы – целостность значения. В материале нашего исследования зафиксирован пример этой фразеологической единицы, а именно 加油 ‘поддать жару’. Например, 高考加油各位统考生明天加油啦! *Удачи на экзамене! Всем абитуриентам завтра удачи на экзамене!*

Таким образом, лексико-семантические средства широко используются в китайскоязычных авторских публикациях в социальных сетях и делают речь более яркой, образной, насыщенной, помогают передать настроение автора и более точно декодировать его сообщение. Используя многообразие лексико-семантических средств, автору легче воздействовать на воображение читателей своих публикаций посредством особого речевого манипулирования. Благодаря языковым средствам, использованным в китайскоязычных авторских публикациях в социальных сетях, устанавливается контакт между автором и читателем и достигается успешное эмоциональное воздействие на адресата сообщения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горелов, В. И. Стилистика китайского языка: учеб. Пособие. / В. И. Горелов. – М. : «Просвещение», 1979. – 192 с.
2. Воронина, М. К. Тенденции развития китайской интернет-лексики. Научная статья по языкознанию и литературоведению [Электронный ресурс] / М. К. Воронина, С. Ю. Глушкова, Р. Р. Хайрутдинов. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-kitayskoj-internet-leksiki/viewer/>. – Дата доступа: 10.12.2019.
3. Горелов, В. И. Лексикология китайского языка: учеб. пособие / В. И. Горелов. – М. : «Просвещение», 1984. – 216 с.
4. Данков, В. В. Влияние интернет-языка на современный китайский язык. Текст научной статьи по специальности «Языкознание и литературоведение» [Электронный ресурс] / В. В. Данков. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-internet-yazyka-na-sovremennyy-kitayskiy-yazyk-1/viewer/>. – Дата доступа: 10.12.2019.
5. Сбоев, А. Н. Анализ лексики китайского интернета с точки зрения словообразования. [Электронный ресурс] / А. Н. Сбоев. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-leksiki-kitayskogo-interneta-s-tochki-zreniya-slovoobrazovaniya/viewer/>. – Дата доступа: 12.12.2019.