**Национально-культурная специфика коммуникативного поведения носителей русского и китайского языков в интернет-общении (на примере речевых оборотов повседневной коммуникации)**

***Чжан Шипэн***

Аспирант МГУ имени М.В. Ломоносова, филологический факультет, Москва, Россия

shipengzhang9567@gmail.com

В условиях глобализации и стремительного развития цифровых технологий интернет-коммуникация стала неотъемлемой частью повседневного общения, образовательных процессов и профессиональной деятельности. Виртуальное взаимодействие между представителями разных культур требует не только знания языка, но и понимания национально-культурных особенностей речевого поведения.

Коммуникативное поведение в цифровой среде подвержено влиянию национальных культурных традиций, что особенно заметно в использовании речевых оборотов повседневного общения [Криштопина 2023: 89]. Российские и китайские интернет-пользователи демонстрируют различия в применении формул вежливости, стратегий выражения мыслей и выборе лексических средств для поддержания социального контакта.

В современном образовательном процессе, ориентированном на цифровые технологии, понимание специфики межкультурной коммуникации в онлайн-пространстве приобретает особую значимость. При обучении иностранному языку важно учитывать не только лексико-грамматические особенности, но и прагматические аспекты общения, включая использование речевых оборотов в интернет-дискурсе [Рымашевская 2017], однако в образовательных программах недостаточно внимания уделяется исследованию именно речевых конструкций, характерных для цифровой среды. Существующие исследования в основном фокусируются либо на традиционных аспектах межкультурной коммуникации, либо на отдельных элементах цифрового взаимодействия, таких как интернет-сленг, мемы или эмодзи [Копусь 2021; Камалидин кызы 2024; Шахова 2023 и др.].

В настоящем исследовании использованы методы корпусного анализа интернет-коммуникации, включающего анализ постов, комментариев и чатов, представленных на платформах WeChat, Weibo, QQ (для китайской выборки) и ВКонтакте, Telegram (для русской выборки). Статистический анализ, основанный на частотности употребления ключевых речевых оборотов в цифровой среде, позволяет выявить наиболее характерные выражения для каждой языковой группы.

Результаты корпусного анализа показали, что носители русского и китайского языков демонстрируют существенные различия в выборе лексических конструкций и речевых стратегий в цифровом дискурсе. В китайской интернет-коммуникации широко используются косвенные выражения, эвфемизмы и иероглифические сокращения. Одним из наиболее характерных явлений является применение числовых кодов, например, 2333 используется для обозначения смеха, а 520 передает значение «люблю тебя». Кроме того, китайские пользователи нередко предпочитают использовать эмоционально нейтральные фразы вместо прямых формулировок. Так, выражение «可以啊» («можно») обладает более вежливым и согласительным оттенком по сравнению с русским «да». В русской интернет-коммуникации, напротив, наблюдается прямолинейность, эмоциональность и широкое использование сарказма, выраженного через мемы, жаргонные слова и экспрессивные конструкции. Наиболее частотными являются выражения «жиза», «кек», «лол», «аха», которые используются для передачи эмоций и подчёркивания комического эффекта в общении.

Кроме того, в китайском интернет-дискурсе более распространены ритуальные и вежливые формулы, которые отражают коллективистский характер культуры. Частое употребление выражений «谢谢» («спасибо»), «麻烦你» («извините за беспокойство») подчеркивает важность сохранения социального баланса и гармонии в общении. В русской интернет-коммуникации, напротив, вежливость выражается более экономно, особенно в неформальной обстановке, где пользователи часто используют краткие и выразительные реплики, такие как «Ок», «Понял», «Ясно».

В ситуации спора китайские интернет-пользователи используют непрямые формы выражения несогласия, такие как «可能不是这样» («возможно, это не так»), тогда как русскоязычные пользователи склонны к прямому выражению критики и несогласия, например: «Нет, это неправильно».

Различается также подход к выражению эмоций. Китайские интернет-пользователи нередко используют метафорические и культурно обусловленные выражения, такие как «躺平» («лечь плашмя»), что отражает философию пассивного отношения к жизни. В русской интернет-коммуникации эмоции выражаются с помощью экспрессивных междометий и разговорной лексики, например, «жесть», «капец», подчеркивающих степень эмоциональной реакции.

Статистический анализ показал, что наиболее частотные выражения в китайском интернет-общении связаны с поддержкой собеседника и выражением согласия. Например, «哈哈哈» обозначает смех, а «好的» – выражает подтверждение и согласие. В русскоязычной среде, напротив, распространены ироничные и эмоциональные реакции, такие как «лол», «жиза», «рофл», которые часто используются в юмористическом контексте.

Кроме того, анализ частотности использования цифрового сленга выявил значимые различия между двумя языками. Если в китайском языке популярны числовые коды и сокращения, выполняющие функцию шифрования или упрощения общения, то в русском интернет-дискурсе распространены звуковые имитации и калькирование английского сленга. Например, широко используются заимствованные выражения, такие как «фейл» (от fail – «неудача»), «ОМГ» (от «Oh my God»), которые адаптированы русскоязычными пользователями в онлайн-коммуникации.

Проведенный анализ демонстрирует, что национально-культурная специфика оказывает значительное влияние на речевое поведение носителей русского и китайского языков в интернет-общении. Китайские пользователи тяготеют к вежливости, косвенным формулировкам и визуально насыщенным символическим выражениям, в то время как русскоязычные пользователи предпочитают прямолинейность, экспрессивность и элементы иронии. Эти различия формируют уникальные стратегии цифрового взаимодействия и оказывают влияние на восприятие информации в межкультурной коммуникации.

**Литература**

1. Криштопина О.Н. Влияние культурных особенностей на использование предметных метафор в китайском языке // Молодежный научный форум. – 2023. – С. 89.
2. Рымашевская И. О. Инструменты речевой манипуляции в интернет-дискурсе на материале французского и русского корпоративных сайтов автомобильных компаний // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2017. – № 4. – С. 68-72.
3. Копусь Т. Л. К вопросу об исследовании цифрового языка // Сервис plus. – 2021. – Т. 15, № 2. – С. 13-23.
4. Камалидин кызы Э. Язык и стиль общения в социальных сетях «ВКонтакте» и «WeChat» // Мир науки, культуры, образования. 2024. № 2 (105). С. 384-386.
5. Шахова В. А. Использование жаргонизмов в русском и английском языках // Молодые учёные России. – 2023. – № 3. – С. 116.