

## **ПОКАЗАТЬ ВЕЖЛИВОСТЬ: ПОЛИКОДОВЫЙ ТЕКСТ В КИТАЙСКОЙ БЛОГОСФЕРЕ**

**В. Е. Буденкова**

Томский государственный университет, Томск, Россия  
dissovet\_iik@mail.ru

**Е. Н. Савельева**

Томский государственный университет, Томск, Россия  
limi77@inbox.ru

**И. О. Краевская**

Томский политехнический университет, Томск, Россия  
irina\_kraevskaya\_00@mail.ru

**С. В. Горбунова**

Томский государственный университет, Томск, Россия  
post\_delo@mail.ru

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 24-28-01869, <https://rscf.ru/project/24-28-01869/>) в НИ ТГУ

Рассматриваются китайские блоги историко-культурного содержания просветительской направленности. Актуальность исследования связана с ролью сетевых коммуникаций в жизни современного человека, с одной стороны, и отсутствием работ, посвященных способам репрезентации вежливости в китайской блогосфере, – с другой.

Предметом анализа выступил поликодовый текст контентов, транслирующих традиционные художественные, трудовые и повседневные практики, относящиеся к культурному наследию Китая и отражающие национально-культурную идентичность. Цель статьи – показать, как посредством поликодового текста видеоблогов в онлайн-коммуникациях реализуется традиционное китайское понимание вежливости. Методологическую основу исследования составили методы семиотического и контент-анализа. Новизна исследования связана с выявлением трех типов контента, реконструирующего традицию как объект почитания (в этом их общность), различающихся по художественному уровню аудиовизуального языка. Высокий художественный уровень контента первого типа способствует мифологизации культурного наследия. Это позволяет рассматривать данный контент как средство поддержания и укрепления национальной идентичности. Видеотекст блогов второго типа не столь разнообразен в средствах художественной выразительности, и в этом плане маркеры вежливости в нем выражены слабее. В роликах блогов третьего типа отсутствуют специальные художественные средства и приемы, что

указывает на сосредоточенность авторов на самой практике и обуславливает их псевдодокументальность.

Тем не менее во всех трех типах видеоматериалов вежливость «встроенна» в процесс реконструкции культурных практик на разных уровнях поликода и манифестирует себя, во-первых, в самопрезентации блогера, соблюдающего принцип скромности, во-вторых, в предъявлении культурной практики в качестве знаково-символического объекта почитания / уважения, что предлагает пользователям новый формат следования принципам вежливости.

На основе анализа лингвистических и паралингвистических (иконических, индексальных, проксемических, кинесических и т. д.) знаков и образов, созданных при помощи кинематографических средств и приемов, выявлены сигналы вежливости в поликодовом тексте видеороликов китайской платформы Douyin.

**Ключевые слова:** видеоблоги, традиционные культурные практики, принципы вежливости, ритуал, реконструкция, онлайн-коммуникация, скромность, нематериальное культурное наследие

---

## **TO SHOW POLITENESS: MULTIMODAL TEXT IN THE CHINESE BLOGOSPHERE**

**Valeriya E. Budenkova**

Tomsk State University, Tomsk, Russia  
dissovet\_iik@mail.ru

**Elena N. Savelieva**

Tomsk State University, Tomsk, Russia  
limi77@inbox.ru

**Irina O. Kraevskaya**

Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia  
irina\_kraevskaya\_00@mail.ru

**Sofiya V. Gorbunova**

Tomsk State University, Tomsk, Russia  
post\_delo@mail.ru

The article explores Chinese blogs with historical and cultural content on the Douyin platform. The relevance of the study is related to the role of online communications in the life of a modern person, on the one hand, and the lack of works devoted to the methods of representing politeness in the Chinese blogosphere, on the other. Our analysis focuses on the multimodal text of video

blogs, which demonstrate traditional artistic, labor, and everyday practices related to China's cultural heritage and reflect national and cultural identity. The aim of this article is to show how traditional Chinese understanding of politeness is realized in online communications through the multimodal text of video blogs. The methodological basis of the study is formed by the methods of semiotic and content analysis. The authors consider politeness in Chinese culture in synchronic (intersubjective communication) and diachronic (attitude to the historical past) aspects. A polite attitude towards cultural heritage is manifested through: (1) adherence to the principle of modesty (self-humiliation) in the blogger's self-presentation; (2) presentation of traditional cultural practice as a sign-symbolic object suitable (relevant in the conditions of digital culture) for demonstrative observance of ethical norms and rituals. The principle of modesty in the blogger's self-presentation is manifested in three metaphorical images, which we have designated as "instrument", "learner", "part of the whole". To express each of these images, a system of linguistic, iconic, and indexical signs is used. These signs are created through various cinematographic elements such as plot, camera angles, details, staging, editing, audio, color, etc. As for labor actions, in the form of video blogs, they take on a symbolic rather than practical nature. They serve a similar purpose to a ritual, allowing individuals to connect with historical memory and national heritage. The novelty of the study is the identification of three types of content that reconstruct tradition as an object of veneration (this is their similarity), but differ in the artistic level of the audiovisual language. The high artistic level of the first type of content contributes to the mythologization of cultural heritage. This allows us to consider this content as a means of maintaining and strengthening national identity. The video text from blogs of the second type is not so diverse in the means of artistic expression; in this regard, the markers of politeness are less pronounced in it. The videos from blogs of the third type lack special artistic tools and techniques, which indicates the authors' focus on the practice itself and determines their pseudo-documentary style. Thus, the video content of blogs can be considered as a polycode text, transmitting examples of politeness in a special way: "inside" the process of reconstructing cultural practice and in relation to it as a representation of national tradition and identity. "Intrapolycode" demonstration of politeness is manifested in the fact that video bloggers strive to act politely, i.e., to be modest and observe rituals, which is confirmed by a complex of verbal (author's text) and non-verbal (setting, objects in the frame, movements and their rhythm, image of the high sky, etc.) elements included in the video text. "Extrapolycode" politeness is revealed in the process of reconstruction itself as a manifestation of a delicate and respectful attitude towards the history and culture of China.

**Keywords:** video blogs, traditional cultural practices, principles of politeness, ritual, reconstruction, online communication, modesty, intangible cultural heritage

## Введение

Вежливость – не только универсальный принцип коммуникации, но и отражение национальной идентичности, транслятор культурного кода и индикатор изменений практик поведения и общения. Нормы, правила и способы реализации вежливости могут многое рассказать об устройстве общества и отношении в нем к человеку. Данное обстоятельство обусловило выбор предмета исследования.

С одной стороны, «китайская вежливость» – тема достаточно популярная и неплохо изученная. Ключевые особенности и отличия «вежливости по-китайски» от «западного» понимания давно описаны и проанализированы как китайскими исследователями, так и их зарубежными коллегами. Но в подавляющем большинстве это работы, в которых обсуждаются особенности вежливости в дисциплинарном поле лингвистики, лингвокультурологии и, в первую очередь, вербальной коммуникации. Между тем современные коммуникативные практики и способы производства текста, помимо вербальных, включают широкий спектр невербальных средств (паралингвистических, проксемических, кинесических, эмотивных, визуальных, иконических и др.). В этой связи представляет интерес, как вежливость «оформляется» и транслируется «за пределами» речевого общения. Во-вторых, практики интернет-коммуникации существенно повлияли на формы и нормы вежливости. Опосредованный (не только техническими средствами, но и сетевым форматом) характер общения (возможность «спрятаться» за аватар и никнейм) снизил уровень формальности и «обязательности» соблюдения правил при онлайн-взаимодействии. В-третьих, китайское общество динамично развивается и модернизируется, включаясь в «глобальные контексты» экономической, социальной, культурной жизни, что не может не отражаться в практиках общения как внутри китайского сектора интернета, так и за его пределами. Как отмечает Richard (Jianxin) Liu, «...важность китайских блогов как средства информации, инструментов для бизнеса, образования и исследований, а также каналов для личного самовыражения, становится общепризнанной» [Liu 2014a, 68].

Таким образом, в фокусе нашего внимания оказывается блогосфера Китая, точнее, блоги историко-культурной тематики, репрезентирующие формы современной вежливости на материале традиционных художественных, трудовых и повседневных практик.

Цель данной статьи – показать, как посредством поликодового текста видеоблогов в онлайн-коммуникациях реализуется традиционное китайское понимание вежливости.

Авторский подход к проблеме сформирован под влиянием теоретико-методологических работ по лингвистике и лингвокультурологии [Ларина 2009; Ерзинкян 2018; Брагина и др. 2021; Хуан 2022], а также концепций «коммуникативной этностилистики» [Вежбицкая 2001; Ларина 2009], согласно которым «каждый народ вежлив по-своему с точки зрения своих национальных норм поведения...» [Ларина 2009, 22], что подтверждает сравнительный анализ универсального и специфического в лингвокультурах [Улимашева 2003; Leech 2007; Павлова 2019; Шабан, Хомутова 2019; Яо 2019]. Отмечается, что в онлайн-коммуникациях «асинхронность онлайн-реакций между собеседниками, нехватка релевантных контекстов и анонимность собеседников порождают совершенно новые трактовки вежливости и невежливости» [Xiang, Jia, Bu 2024, 120]. Вместе с тем наличие определенной культурной основы позволяет воспроизводить конвенциональные формулы вежливости, соблюдать ее нормы в виртуальной среде [Башканкова, Хроменков 2020; Eslami, Larina, Pashmforoosh 2023; Xiang, Jia, Bu 2024].

Отдельное направление в литературе связано с исследованиями национально-специфического содержания концепта «вежливость», укорененного в китайской традиции и охватывающего широкий спектр значений. Подавляющее большинство авторов сходится во мнении, что «вежливость для китайца – строго обязательная коммуникативная составляющая, детерминированная господствующими философскими учениями, реализующаяся в определенных ритуалах, независимая от условий общения» [Яо 2019, 17], «проявление скромности, уважения и почитания в речи и поступках, выражение степени почтения» [Ларина 2009, 130].

Быть вежливым по-китайски – это значит соблюдать обряд (ритуал) и иметь внешний вид, соответствующий ситуации [Яо 2019, 76]. Тесная семантическая связь концепта «вежливость» с соблюдением обрядов / ритуалов («ли»), обеспечивающих порядок и нормы социальной иерархии, связана с тем, что «идея вежливости в Китае берет свое начало из конфуцианского представления о гармоничных отношениях между людьми, которые регулируются правилами поведения» [Фанг 2017, 158]. Подчеркивая религиозно-философские основания и консолидирующую функцию вежливости в поддержке «вертикальных отношений» [Мартьянова,

Хоу 2017; Фанг 2017], исследователи анализируют вербальные и невербальные средства выражения [Ван-Чан-Жоу 2017], структурно-содержательную специфику значений лексем вежливости и динамику их изменений [Яо 2019]. К принципам вежливого поведения как стратегии и тактики коммуникации относят соблюдение иерархических различий, почтительность к старшим и положению, скромность, соответствие внешнего вида ситуации, уважение границ и т. д.

Несмотря на широту семантических компонентов концепта, Яо Чжипэн рассматривает вежливость как морально-этическую категорию с позиции исторически заложенных и поддерживаемых этикетом моделей поведения представителей китайской культуры, которые «не говорят о вежливости, не оценивают содержание этой категории – они *действуют* вежливо» (курсив наш. – В. Б. и др.) [Яо 2019, 91]. Автор пишет о ее включенности в сознание китайцев на уровне неосознаваемых, операциональных действий, что свидетельствует о «вращенности» вежливости в поведенческие реакции. Для китайской культуры практически синонимичны слова 礼貌 / *вежливость* и 礼节 / *этикет* [Яо 2019, 92]. Особого внимания в контексте нашего исследования заслуживает принцип уважения к традиции и акцент на том, что важно продемонстрировать это в действии.

Неменьший интерес представляют исследования, выявляющие национальную специфику невербальной семиотики и визуальной репрезентации в поликодовых текстах китайских печатных СМИ и интернет-медиа [Рубец 2018; Ван, Ремчукова 2021; Цзоу, Новоспасская 2021; Цюй 2021; Дубинина 2023; Хрипля, Иссерс 2023], а также работы, анализирующие видеоролики разной тематики, размещенные на китайских платформах Douyin и Weibo [Liu 2014a, Liu 2014b; Wei 2022; Xie 2022].

Несмотря на актуальность и перспективы развития, анализ контента, продвигающего проекты популяризации нематериального культурного наследия, способные «не только лучше отражать историю, традиционную культуру и искусство, но и стать источником переосмысления и создания нового типа Китая с китайскими культурными особенностями» [Zhang, Yousaf, Xu 2017, 63], представлен весьма незначительно. И практически полностью отсутствуют исследования репрезентаций концепта вежливости в поликодовых текстах китайской блогосферы. Последнее обстоятельство определило направление нашего исследования и новизну результатов.

## Возвышенное и земное традиционных культурных практик Китая в онлайн-коммуникации

Учитывая поликодовый характер текстов (функционирующих по принципу взаимодействия различных семиотических систем, порождающих новое смысловое поле), мы расширили пространство поиска сигналов вежливости, включив в анализ как вербальные (речь автора блога и комментарии зрителей), так и невербальные компоненты (комплекс иконических и индексальных знаков), образующие целостную систему поликода.

В поддержку данного выбора говорят исследования, подчеркивающие особое значение визуальных средств в китайских коммуникативных практиках (Jianxin Liu, М. В. Рубец, М. Н. Дубинина), роль нюансов в невербальной коммуникации, соблюдения ритуала и правил, внешнего вида (Яо Чжипен, Е. Г. Мартыанова, Хоу Цзюэ), приоритетное использование графики [Liu 2014a, 69] и «привычку» оперировать образами (графемами), обусловленную распространением в китайской цифровой среде «пространственно-образного когнитивного стиля» [Рубец 2018].

Главным сообщением в рассматриваемых нами видеоблогах является информация просветительского историко-культурного характера. Именно эта информация кодируется разными семиотическими системами. Но нужно учесть, что ее организация автором<sup>1</sup> детерминируется коммуникативными кодами национально-культурных традиций и норм, обеспечивающих понимание реципиентом. Если на формальном и содержательно-смысловом уровнях внимание зрителя фокусируется на определенном культурном феномене, то в коммуникативном аспекте (прагматика текста) способы подачи материала обусловлены укорененными в китайской культуре нормативами вежливости. Наряду с заботой о «правильной» интерпретации, к примеру, процесса создания кукол для театра теней, транслируется почтительное (вежливое) отношение к традиционной художественной практике. Это «артикулируется» с помощью разных коммуникативных и художественных средств. В результате декодирование означающих в пространстве поликода сопрягается с погруженным в предзаданную ценностную систему означаемым, запуская процесс национально-культурной идентификации.

<sup>1</sup> Или тем, кто выступает от его имени, поскольку в виртуальной среде идентификация авторов проблематична.

Другой аргумент в пользу избранной авторами исследовательской стратегии – анализа видеоблогов (влогов) культурной тематики – можно сформулировать следующим образом. Обсуждение вежливости в китайской культуре не стоит ограничивать синхроническим аспектом, рассматривая ее только как характеристику межкультурной коммуникации, участники которой имеют возможность непосредственного общения. Вежливость может проявляться и диахронически в контексте отношения к историческому прошлому. В нашем случае речь идет о вежливом – деликатно-уважительном – воспроизведении культурного наследия и традиции (со стороны автора-«рассказчика»), что демонстрируется на разных уровнях поликодового текста. Соблюдение норм вежливой коммуникации распространяется также на межличностное общение в конструируемой реальности видеосюжетов.

В качестве материала для анализа были выбраны видеоролики, размещенные на платформе Douyin<sup>2</sup>, посвященные традиционным ремеслам и видам искусства, относящимся к культурному наследию Китая и отражающим национально-культурную идентичность. Просмотренный материал систематизирован по художественному уровню и особенностям киноязыка, на основании чего выделено три типа видеороликов.

Ролики *первого* типа (I) отличают высокий художественно-эстетический уровень демонстрируемого аудиовизуального материала, профессиональный подход к его созданию в режиссерской, сценарной, операторской работе, а также в использовании кинематографических средств, приемов и технологий, требующих значительных финансовых затрат.

К данному типу относятся: цикл видеоблогера под ником Цзянь Сюньцзянь (江寻千; англ. – Jiang Xunqian) – художницы, имеющей свыше 7 млн подписчиков; цикл роликов «Тянь Гункайу» (по названию энциклопедии Сун Инсина 1637 г. – «Раскрытие природных вещей, явленных небом») от блогера Лю Лэй (鲁磊; англ. – Lu Lei; число подписчиков свыше 2 млн).

Для роликов *второго* типа (II) характерны более экономное использование коммуникативных и художественно-эстетических средств и приемов, опора на «подручные», естественные ресурсы. Профессиональное качество видеороликов позволяет предположить меньшие финансовые затраты (данных об этом нет).

---

<sup>2</sup> Китайская соцсеть (аналог TikTok), запущена в 2016 году, 755 млн активных пользователей в месяц (данные на февраль 2024 года). В Douyin доступно множество спецэффектов для видео, что позволяет создавать профессиональный контент.

Примером могут служить видеоработы блогеров Се Дапао (谢大炮; англ. – Xie Dapao, около 200 тыс. подписчиков), Чэнцзы Тань Шицзе (橙子探世界; англ. – Chenzi Tan Shijie, свыше 60 тыс. подписчиков), Наньсян Бу Ай Чифань (南翔不爱吃饭; англ. – Nanxiang Bu Ai Chifan), Дададэ Дадэ Сяо Фасьен (大大的大的小发现; англ. – Dadade Dade Xiao Faxian) и др.

В роликах *третьего* типа (III) наблюдаются отсутствие спецэффектов и художественных приемов, эстетизирующих материал, «вынужденная» псевдодокументальность, поскольку акцент делается на утилитарной стороне воспроизводимых практик. К таковым отнесены блогер «@Будин Таньсуо» (@布丁探索; англ. – @Buding Tansuo, свыше 40 тыс. подписчиков), Муюй Чуанцзян Гэ (木语创匠阁; англ. – Muuyu Chuangjiang Ge, 194 подписчика) и др.

Общее в роликах всех трех типов – это воспроизводство / реконструкция традиционных практик (художественных, трудовых, повседневных). Именно традиция является точкой схода аудиовизуального решения, общим объектом почитания. Различие же заключается в форме подачи: от эстетизированной конструкции, в большей степени ориентированной на обращение к аудитории и восхищение пользователей (I, II) и в этом контексте мифологизирующей практику (не требующую повторения и не рассчитанную на него), к псевдодокументальной (III), сосредоточенной на самом действии и менее коммуникативно-ориентированной. Уровень художественности контента и сакральности реконструируемого наследия (опыта) снижается от первого к третьему, а утилитарность, наоборот, возрастает.

### **Вежливые блогеры для вежливых пользователей (анализ видеоблогов)**

Как было отмечено выше, мы наблюдаем реконструкцию некой культурной практики (как означаемого на семантическом уровне). Наличие конкретного референта (театр теневых кукол, национальный костюм, игра Сянци, негаснущий фонарь и др.) и денотативный характер системы изображений вкуче с медийно-рекламным форматом репрезентации не предполагают содержательно-смыслового богатства и ансамбля глубоких значений. Максимум, что можно предположить: на семантическом уровне транслируется мотив актуальности / важности приобщения современников к культурной памяти, возможности воспроизвести нематериальное культурное наследие и традиционные практики.

Но, как заметил Барт, «задача денотативного сообщения состоит в том, чтобы натурализовать сообщение символическое, придать вид естественности семантическому механизму коннотации, особенно осязаемому в рекламе» [Барт 1989, 312]. Кажущаяся само-достаточность предъявленных в роликах «равных себе» трудовых практик и предметов не исключает «встроенности» в процесс их реконструкции «уроков вежливости».

Признаки вежливости как проявление уважительно-почтительного отношения к культурным практикам обнаруживают себя на уровне формальных приемов синтаксической конструкции. Вежливость оказывается дополнительной семантической функцией, которая «запускается» / включается коннотативным слоем поликода, фундированным национально-культурным контекстом, но легко ускользает от идентификации и успешно маскируется механизмами медийной трансляции.

*Вежливое отношение к культурному наследию* манифестируется в двух аспектах:

1) в соблюдении принципа скромности (самоумаления) в само-презентации блогера;

2) в предъявлении традиционной культурной практики в качестве знаково-символического объекта, пригодного (релевантного в условиях цифровой культуры) для демонстративного соблюдения традиционных этических норм и исполнения ритуалов.

Принцип скромности, или самоумаления, проявляется в самопрезентации авторов видеоблогов в трех образах-метафорах, которые мы обозначили «инструмент», «ученик», «часть целого»:

1. Я – не более чем часть производства, средство, с помощью которого создается прекрасный / полезный / удивительный предмет / продукт. Мое тело (ноги, руки, пальцы, глаза) – это орудия.

2. Я неопытен, но старательно учусь у мудрых наставников.

3. Я – часть коллектива и действую совместно с Другими – наставником, командой, зрителями.

Вербальные компоненты поликодового текста эту позицию не «проговаривают», но множество паралингвистических элементов (в том числе на уровне проксемических и кинесических средств) формирует смысловую систему, в которой отношение к означаемому может быть интерпретировано фразой: *«Вот объект культурного наследия, которое я уважаю, воспроизвожу и почтительно представляю».*

Рассмотрим, как транслируется скромность, на конкретных примерах видеороликов культурной тематики (серии «Немате-

риальное культурное наследие», «Раскрытие природных вещей, явленных небом», «Мастерская творений» и др.), где синтаксическая конструкция создается посредством системы лингвистических, иконических, индексальных знаков, выраженных с помощью кинематографических средств (сюжета, планов, деталей, мизансценирования, монтажа, звука, цвета и т. д.). Начнем с того, что выстраивается драматургия сюжета, структурообразующим стержнем которого является демонстрация трудового процесса и / или объекта культурной практики. Циклический сюжет строится по «схеме»: демонстрация готового продукта; обращение к наставнику и обучение; процесс создания; совместное потребление или индивидуальная демонстрация продукта. Линейный сюжет в общих чертах сохраняет ту же структуру.

Воплощение концепта «Я – инструмент» реализуется в преимущественной демонстрации автора именно в моменты трудовых действий. При разнообразии ракурсов визуальную доминанту составляют крупные планы и детали, выполняющие ключевую роль иконических означающих в поликодовом тексте, «излагающем» технологию изготовления. Большую часть поля кадра занимают изображения кистей рук и пальцев, выполняющих технологическую операцию, инструменты, фрагменты изготавливаемых предметов и т.п. (ил. 1).



Ил. 1. Ресурсы Douyin. Источники: № 14, 14, 13, 11, 7  
в Перечне электронных ресурсов, упомянутых в статье (С. 78–79)

Важнейшее значение имеет эстетизация объекта и трудовых действий (на уровне мизансценирования, цветового решения, монтажных приемов, архитектурного и предметного заполнения кадра и т. д.), подчеркивающая их главенствующую роль. Человек в кадре – хотя и важная, но всего лишь часть процесса, его индивидуальность детерминирована выполняемыми действиями и проявляется в уровне мастерства. Имперсональность и эмоциональная сдержанность – отличительные характеристики «фигуры автора» в подобных видеосюжетах.

Разумеется, речь не о «подлинной» личности автора-героя, а о способах конструирования «образов себя». Укорененный в китайской культуре ценностно-нормативный принцип вежливости требует скромности: личное не должно отвлекать от национально-культурного. Поэтому создатели контента «приглушают» виртуальное «Я», возвышая традиционные практики, отсылающие к коллективной памяти.

Следует отметить, что условность фигуры автора на фоне почитания традиции может привести к симуляции существования в культурном контексте прошлого. Показательный пример такого «слияния с эпохой» – самопрезентация Nanfu-блогера<sup>3</sup> “I am not Xiaoxin”, которая, цитируя древнюю поэзию, имитируя внешний вид женщин данной эпохи, передает зрителям «знаковую картину древней элиты, а также идеальное “Я”» [Xie 2022, 316]. Тем самым, полагает Yirong Xie, транслируются выдуманная традиция и ее ретроспективная романтизация в ответ на стрессы и изменения современного мира. Аналогичным образом поступают блогеры I и II групп в нашей типологии, конструирующие «выдуманную традицию как инверсию настоящего» (Yirong Xie), вежливо «умалчивая» про свои личные вкусы и предпочтения.

Усиливает метафору «Я – инструмент» демонстрация использования себя в качестве объекта или материального ресурса: отрезание пряди волос для изготовления теневой куклы, фрагментация тела в кадре, безразличие к травмам (кровь на сбитых пальцах) (ил. 2).



Ил. 2. Ресурсы Douyin. Источники: № 19, 9, 19, 16  
в Перечне электронных ресурсов, упомянутых в статье (С. 78–79)

Показательно, что элементы видеоряда повседневной среды (глазеющие женщины, ревящиеся собаки, гуси в траве, взметнувшаяся стайка птиц, включая «бесконечных» котиков, а также отдых блогера в салоне дорогого автомобиля, просторный дом с

<sup>3</sup> Nanfu – социально-культурное движение, продвигающее традиционную культуру, способствующее возрождению китайского исторического костюма, пропагандирующее ношение традиционной одежды.

библиотекой и добротной мебелью, современный планшет и т. д.) нисколько не дополняют характеристики «Я» в самопрезентации. Но они также «не означают» части и / или этапы производственного процесса, не уточняют технологию. Их роль (помимо «вшитой» рекламы<sup>4</sup>) – облегчить интеграцию исторической (древней) традиции в пространство современной культуры, установить связь времен посредством узнаваемой и дружелюбной среды, в которой воспроизводится культурная практика.

Неслучайно блогер Наньсян Бу Ай Чифань называет древним способом 3D-печати искусство «украшения лакированными линиями», изобретенное китайцами 6 000 лет назад (ресурс № 8), а блогеры под никами Цзян Сюньцзянь (ресурс № 19) и Юэюэцзы (ресурс № 21) называют театр теней «искусством кинематографа» и «фильмом тысячелетней давности».

Быть скромным и обратить внимание на собственную «неопытность» и готовность учиться у мастеров удается за счет присутствия в кадре наставников, инструкторов, оказывающих косвенную помощь в деле (ил. 3, ресурсы № 18, 8). Наставников могут дополнять либо замещать означающие символы и атрибуты: изображение выкройки исторического национального костюма в книге, на экране смартфона или развернутом постере; образ мудрого старца, межкадровая заставка древнекитайской живописи со сценой катящегося фонаря и т.д. (ил. 3, ресурсы № 12, 14).



Ил. 3. Ресурсы Douyin. Источники: № 18, 8, 12, 14  
в Перечне электронных ресурсов, упомянутых в статье (С. 78–79)

Сигналы вежливости присутствуют и в речи блогеров, демонстрирующих уважение к культурным традициям и гордость историческим наследием страны. Так, на разных этапах трудовых действий обязательно дается короткая историческая справка либо обширный комментарий относительно возникновения практики,

<sup>4</sup> Среди многоуровневых паралигвистических средств поликода находят место иконические знаки рекламно-коммерческого содержания: марки смартфонов, влажные салфетки и проч.

<sup>5</sup> Здесь и далее перевод наш. – В. Б. и др.

технологий подготовки материалов, уникальных свойств изготавливаемой вещи / продукта. В серии «Катящийся фонарь» Цзян Сюньцзянь говорит<sup>5</sup>, что каждый из нас может сделать «кусочек древности» своими руками и поддержать самобытные китайские практики, не дать забыть культурное наследие страны (ресурс № 14). Зачастую подчеркивается, что лучше учиться у мастеров, что необходимы долгая тренировка и ежедневная практика (ресурс № 17). Особенно ярко эта мысль выражена в видеоролике, где отмечается, что из-за высокой опасности ремесла (речь о древнем китайском способе создания фейерверка из «железных цветов» – расплавленного железа) людей, практикующих его, не очень много. Выразительный диалог между Учителем («за 1 000 лет не было ни одной девушки, которая бы обучалась фейерверку из «железных цветов») и блогером Цзян Сюньцзянь («я хочу попробовать!») подчеркивает самоотверженность последней (ресурс № 18).

В видео «Где потерялось более двух тысяч культурных реликвий?» блогера Го Сяоцзин (ресурс № 2) девушка начинает с заявления о том, что китайские национальные реликвии разбросаны по всему миру, а в конце говорит, что их настоящую красоту смогут показать только дома (в Китае).

Наконец, скромность «заслуг» автора нередко подчеркивается встроенными в сюжет коллективными действиями при работе над вещью и / или демонстрации готового результата (ил. 4). И даже случай, когда все делается в одиночку (ресурсы № 4–6), не является содержательно-смысловым исключением, поскольку за действиями человека в кадре подразумевается коллективный субъект в виде накопленного культурного опыта.



Ил. 4. Ресурсы Douyin. Источники: № 11, 18, 14, 19  
в Перечне электронных ресурсов, упомянутых в статье (С. 78–79)

В плане воздействия (прагматический аспект) рассматриваемые контенты не ориентированы на непосредственное вовлечение адресантов в производство культурных продуктов. Предлагается не мастер-класс, не четкая пошаговая инструкция для профессионального воспроизведения, а символическая игра, демонстрация знаков

производства. Такая демонстрация нацелена на просвещение, на расширение и визуализацию предметного поля культурных традиций, уважительное отношение к которым издревле укорено в национально-культурной идентичности китайского народа.

Второй аспект проявляется в том, что сетевые коммуникации не только трансформируют и разрушают этикетные нормы, но и модернизируют их [Eslami, Larina, Pashmforoosh 2023]. В анализируемых видеоблогах обнаруживаются новые форматы следования этикету (принципам вежливости), которые, во-первых, представляют подходящий объект для проявления норм вежливости – культурную практику. Во-вторых, реконструируемую практику для этого преобразуют, переводя практическую функцию в знаково-символическую имитацию. В цифровой среде это вполне комфортно для соблюдения ритуалов вежливости (уважения национальных традиций, почтения к старшим и т. д.) как со стороны блогеров, создающих по этим принципам медиапродукт, так и со стороны пользователей, его потребляющих.

Трудовые действия в формате контента видеоблога приобретают не столько практический, сколько знаково-символический характер – по аналогии с ритуалом (обрядом), позволяющим приобщиться к исторической памяти, национальному достоянию, духовному наследию<sup>6</sup>. И если рассматривать труд с позиции некоего «социального ритуала», обеспечивающего производство общественной жизни [Рагозина 2020, 165], то реконструкция культурных практик – хороший тому пример. Воспроизведение ритуала в форме симуляции и театрального действия играет свою роль в сохранении культурного наследия аналогично «истинному» ритуалу, который, «будучи внешней формой фиксации и сохранения способа совместных действий людей, является таким внешне функционирующим механизмом преемственного существования человеческого общества, для обозначения и фиксации сущности которого в современной литературе было специально выработано понятие культурной памяти» [Рагозина 2020, 166].

Каким образом функциональное содержание культурной практики утрачивает значение, и трудовые действия ритуализируются? Это происходит благодаря кинематографическим прие-

<sup>6</sup> На это указывают и отзывы пользователей, обращающихся с просьбой уточнить технологию, оставляющих критические замечания относительно производственного процесса и в целом не столько стремящихся повторить действия блогеров, сколько восхищающихся ими и выражающих глубокую благодарность за знакомство с культурным наследием, ведь «откуда они теперь еще узнают о традиционных китайских практиках» (ресурс № 20).

мам, обусловленным прагматическими задачами, эстетическими ориентирами, а также ресурсами производителя.

Так, на уровне монтажных построений устанавливается монотонный ритм действий, равномерное чередование основных этапов производства. Причем экранное время не совпадает с реальным временем, потраченным на ту или иную операцию, что ставит под сомнение документальную точность, обязательную для строгой инструкции. Зато мерную ритмизацию дополняют музыкальное сопровождение и естественные (диегитические) звуки.

Другим средством перевода трудового действия в статус ритуала (обряда, почитаемого символического объекта) является его художественно-образная интерпретация. Речь об эстетизации визуального ряда, «подтягивающей» демонстрацию культурной практики до исторической достоверности, одновременно лишая ее утилитарности.

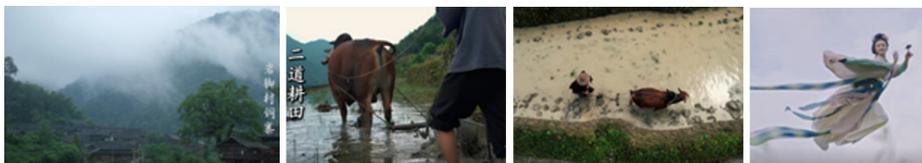
Посредством иконических знаков и образов, отсылающих к этнокультурным означаящим традиционного народного быта и повседневности, воссоздается аутентичная среда: демонстрируются национальные пейзажи, архитектура, утварь, предметы обихода, уместные атрибуты (вазы с национальным орнаментом, керамические плитки для краски на старинной подставке), одежда (костюмы соответствуют эпохе либо близко стилизуются), ручные инструменты и используемые материалы. Расширяется спектр индексальных компонентов: к фиксации естественных звуков, сопровождающих трудовые действия (шуршание счищаемой кожицы фрукта, хруст при разрезании, льющаяся в металлический таз вода и т. д.), зачастую присоединяются музыкальное сопровождение, всплывающие надписи и титры, вербальный компонент (комментарии автора, поясняющего ход дела) и паралингвистические средства, оказывающие информационную поддержку<sup>7</sup> (ил. 5).

Перечисленные профессиональные приемы повышают убедительность авторской картины реальности с предписанной нормой «почтительного отношения к культурному наследию» как проявления вежливости. Но важно иметь в виду, что только ролики первого типа (I) полноценно реализуют подобную стратегию, задействуя гораздо больше элементов поликода (лингвистических,

---

<sup>7</sup> Например, Блогер Лю Лэй выводит на экран пояснения к предметам, находящимся в кадре, а также краткие инструкции по изготовлению некоторых частей приспособлений и по процессу помолы риса, а в конце видео предоставляется краткая историческая справка о земляных рисовых мельницах (ресурс № 6).

иконических, индексальных), чем в видео II и III типов. Такие особенности могут быть обусловлены финансовыми возможностями создателей.



Ил. 5. Ресурсы Douyin. Источники: № 17, 5, 5, 15  
в Перечне электронных ресурсов, упомянутых в статье (С. 78–79)

Показательный пример – блог Лю Лэй (ресурс № 5), где за восемь минут демонстрируется весь цикл традиционной практики возделывания и переработки риса (от посадки, уборки до приготовления готового блюда). «Реальность» происходящего задают национальные ландшафты, орудия труда (с «приклеенным» к их изображению деревянным звуком постукивания, перекатывания и т. п.), одежда и прочие знаковые атрибуты традиционного крестьянского труда (см. ил. 5). Однако неспешный ритм, восхитительные дальние планы, изысканность цветового решения, разнообразие ракурсов и деталей, использование приемов *timelapse photography*, замедленной киносъемки (на 01:56 видеоресурса Douyin № 5 рисовые колосья эффектно подрастают за секунды экранного времени) переводят трудовой процесс в формат художественно-образной символизации.

По этой же модели конструируется аудиовизуальный текст в ролике Цзян Сюньцзянь (ресурс № 15), где используется полиэкран, а подготовка национального наряда завершается фантастическим полетом в духе Энга Ли (см. ил. 5, ресурс № 15).

«Постановочность» подобных роликов (I типа) особенно заметна на фоне видеоблогов II и III типов, в которых непроизводственным эпизодам уделяется меньше внимания и герои не «подстрахованы» целым спектром кинематографических приемов (архитектура, ландшафт, одежда, дизайн, «актерская» игра и пр.).

Так, при скромном бюджете в блогах второго типа (II) «правдивый» рассказ отличает визуально-художественный минимализм или поликодовый текст с ограниченным количеством лингвистических и паралингвистических элементов. Ритмизованная по планам и монтажу съемка трудовых действий не претендует на эффект исторической подлинности предметного ряда, одеж-

ды. За аутентичность «отвечают» сам воссоздаваемый объект, набор традиционных материалов, инвентаря, ручных инструментов (стамеска, ножовка, молоток, киянка и т. п.; ил. 6), а также звуковое сопровождение.



Ил. 6. Ресурсы Douyin. Источники: № 10, 9, 8, 12  
в Перечне электронных ресурсов,  
упомянутых в статье (С. 78–79)

Вербальный компонент, как правило, отсутствует, но важную роль берет на себя звук – индексальный элемент поликода, акцентирующий доминанту сюжета и отвечающий за достоверность происходящего благодаря своей натуралистической синхронности с источником. Минимализм эстетизации не гарантирует полного доверия пользователей, но ослабляет ощущение имитации, оставляя производственную суть. Наиболее очевидно это в роликах III группы (ил. 7).



Ил. 7. Ресурсы Douyin. Источники: № 1, 1, 7  
в Перечне электронных ресурсов,  
упомянутых в статье (С. 78–79)

Другим важным означающим следования социально-ориентированным нормам вежливой коммуникации является внутрикадровая расстановка участников практик. На знаковом уровне проксемических сигналов устанавливаются пространственные расположения фигур и дистанции, указывающие на иерархию возраста и статуса. Таковы «стандартные» мизансцены, включающие наставника и почтительно склонившегося ученика, наблюдающего за работой (ил. 8, ресурсы № 3, 19).



Ил. 8. Ресурсы Douyin. Источники: № 3, 19, 14, 19  
в Перечне электронных ресурсов, упомянутых в статье (С. 78–79)

Зато встреча с равным по статусу партнером не столь формальна и регламентирована (см. ил. 8, ресурсы № 14, 19). Это отражается и на уровне кинесики (поклоны, мимика): заходя в комнату к старшей по возрасту наставнице, ученица готовится учтиво склониться, в то время как к тренеру-ровеснику молодая девушка приближается вполне раскованно (на 04:16 видеоресурса Douyin № 14).

Нормы вежливости соблюдаются и на вербальном уровне. Так, Цзян Сюньцзянь почтительно называет мастера «учитель Ван Хай-ин», если говорит о ней в третьем лице, и обращается «учитель» в беседе с ней (ресурс № 19). Рассказывая, как «учитель терпеливо объяснила мне», автор одновременно демонстрирует свое уважение к мастеру и принижает себя как ученика (до учеников долго доходит, учитель тратит свое драгоценное время, чтобы объяснить), что соответствует традиции и нормам социальной и возрастной коммуникации.

Используемые кинесические средства в случае прямого обращения к зрителю также поддерживают закрепившиеся в культуре правила поведения и общения. Сдержанная мимика, спокойная интонация, выверенная жестикуляция, отсутствие бурных проявлений эмоций, панибратства и «заигрывания» с аудиторией – все эти визуальные сигналы легко декодируются пользователями – представителями китайской культуры.

Поскольку речь идет о блогосфере, нельзя не обратить внимания на такую составляющую, как комментарии пользователей. Разумеется, авторы блогов не несут ответственности за соблюдение норм вежливости зрителями, просматривающими контент и выражающими свое мнение по поводу увиденного. Тем не менее мы полагаем, что с точки зрения прагматики создаваемый поликодовый текст (видео) подразумевает «воспитательную» функцию, но без назидательности и излишней прямолинейности.

Основную массу отзывов пользователей составляют комментарии, выражающие восхищение как самим искусством, так и талантом блогера («ее изделия удивительны», «теперь-то я понимаю,

почему в старых рассказах пишут, что платье на мероприятие начинали готовить за несколько месяцев»), удивление богатством народной культуры, пожелание успехов и надежду на продолжение в новых видео. При этом для выражения положительных эмоций и гаммы чувств может использоваться обценная лексика (ресурс № 19). Это свидетельствует об узости ритуализированных норм и преувеличении их значения в интернет-коммуникациях, поскольку участники не воспринимают подобную лексику как оскорбление. Вместе с тем замечания, критика, похвалы в адрес других блогеров («конкурентов») достаточно корректны и дружелюбны, нередко ироничны, но не нацелены на негативную оценку или демонстрацию неуважения. «С точки зрения [пользователя с опытом] 30-летней профессиональной работы по дереву... плоскость в начале предназначена только для видеоэффектов» (никнейм ФуФу (англ. – FuFu); ресурс № 4); «Брат, какой, по-твоему, смысл делать это вручную? Я считаю, что ручная работа требует точности и машину ничто не заменит» (никнейм Цэн Мэнсян (曾梦想; англ. – Ceng Mengxiang); ресурс № 13). Это позволяет утверждать, что принципы вежливости, хотя и меняются под влиянием современных реалий, остаются ключевым основанием китайской коммуникативной культуры.

### Заключение

Изучение блогов культурной тематики в китайском секторе интернета показало продуктивность анализа видеоконтента, посвященного нематериальному наследию Китая как поликодового текста, транслирующего образцы вежливости особым образом: «внутри» процесса реконструкции культурной практики, когда «означающее порождается означающими» [Золян и др. 2024, 8]<sup>8</sup>, и по отношению к ней как репрезентации национальной традиции и идентичности.

«Интраполикодовая» демонстрация вежливости проявляется в том, что видеоблогеры стремятся действовать вежливо, то есть быть скромными и соблюдать ритуалы, что подтверждается комплексом вербальных (авторский текст) и невербальных (обстановка, предметы в кадре, движения и их ритмика, изображение высокого неба и т. д.) элементов, включенных в видеотекст. «Экстра-

---

<sup>8</sup> Означающее – поликодовый текст в формате видеоролика, посвященный реконструкции традиционной культурной практики (означающее № 1), порождает означающее № 2 – демонстрацию вежливости.

поликодовая» вежливость раскрывается в самом процессе реконструкции как проявление деликатно-уважительного отношения к истории и культуре Китая.

Реконструкция традиции как объекта почитания объединяет видеоблоги трех типов, отличающихся по художественному уровню и особенностям аудиовизуального языка. Контент блогов первого типа (I) отличается высоким уровнем художественности и эстетизации (как в исполнении, так и в интерпретации самого объекта реконструкции – художественной, трудовой или повседневной практики), вследствие чего объект рассмотрения мифологизируется и сакрализуется. Это позволяет говорить не только о проявлении вежливости, но и о включении подобного контента в «национальную мифологию», которая, в свою очередь, служит одним из базовых оснований идентификации. Блоги второго типа (II) занимают промежуточное положение между «художественностью» первого и «псевдодокументальностью» третьего типа (III). Создаваемый их авторами видеоконтент, хотя и содержит элементы разных семиотических систем и строится по принципу поликода, не столь разнообразен в средствах художественной выразительности, и в этом плане «внутренний» аспект вежливости акцентирован слабее. В роликах блогов третьего типа отсутствуют специальные художественные средства и приемы, что указывает на сосредоточенность авторов на самой практике и обуславливает их псевдодокументальность.

Но, так или иначе, вежливость «встроена» в процесс реконструкции культурных практик на разных уровнях поликода и манифестирует себя, во-первых, в самопрезентации блогера, соблюдающего принцип скромности, находящий отражение в образах-метафорах (инструмент, ученик, часть целого), во-вторых, в предьявлении культурной практики в качестве знаково-символического объекта почитания / уважения, что обеспечивает пользователям новый (цифровой) формат следования этикету (принципам вежливости).

Вместе с тем сконструированная «реальность» видеоконтента всех трех типов не дает ответа на вопрос, насколько искренни эти демонстрации вежливости. В контексте коммерческой составляющей, «борьбы» за аудиторию и других факторов, влияющих на деятельность блогеров, вежливость может хорошо продаваться. А это значит, что подобное конструирование культурных практик (символический объект почитания), реакция аудитории (восхищение, благодарность, гордость), прояв-

ляющей национально-культурную идентичность (уважение к традиции), как соблюдая нормы вежливой коммуникации, так и меняя их (в комментариях), вписывается в контекст культуры постправды, которая «фиксирует онтологическую проблематику достоверности любого образа или сообщения в современном мире», подчеркивая их принципиальную конструируемость [Якимов 2020, 3].

## БИБЛИОГРАФИЯ

- Барт 1989 – *Барт Р.* Избранные работы : семиотика, поэтика / пер. с фр.; ост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М.: Прогресс, 1989.
- Башканкова, Хроменков 2020 – *Башканкова Т. С., Хроменков П. Н.* Вежливость в интернет дискурсе // Вопросы прикладной лингвистики. 2020. № 37. С. 7–29. doi: 10.25076/vpl.37.01
- Брагина и др. 2021 – *Брагина Н. Г., Иссерс О. С., Мендоза И., Ратмайр Р.* Категория языковой вежливости и ее комплексное описание (к постановке проблемы) // Коммуникативные исследования. 2021. Т. 8, № 2. С. 217–232. doi: 10.24147/2413-6182.2021.8(2).217-232
- Ван, Ремчукова 2021 – *Ван Юйчжи, Ремчукова Е. Н.* Конфуцианство в национально-ориентированном рекламном тексте Китая // Научный диалог. 2021. № 8. С. 149–169. doi: 10.24224/2227-1295-2021-8-149-169
- Ван-Чан-Жоу 2017 – *Ван-Чан-Жоу А. А.* Вежливость в русской и китайской коммуникативных культурах // Актуальные проблемы филологии. 2017. № 14. С. 20–30.
- Вежбицкая 2001 – *Вежбицкая А.* Понимание культур через посредство ключевых слов / пер. с англ. А. Д. Шмелева. М.: Языки славянской культуры, 2001.
- Дубинина 2023 – *Дубинина М. Н.* Эмодзи как лингвокультурный феномен виртуальной языковой картины мира (на примере китайского языка) // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. 2023. № 3. С. 119–133.
- Ерзинкян 2018 – *Ерзинкян Е. Л.* Лингвистическая категория вежливости: семантика и прагматика. Ереван: Изд-во ЕГУ, 2018.
- Золян и др. 2024 – *Золян С. Т., Ильин М. В., Тесля А. А., Тульчинский Г. Л.* Где и как возникают смыслы (материалы круглого стола) // Слово.ру: балтийский акцент. 2024. Т. 15, № 1. С. 8–43. doi: 10.5922/2225-5346-2024-1-1

- Ларина 2009 – *Ларина Т. В.* Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009.
- Мартьянова, Хоу 2017 – *Мартьянова Е. Г., Хоу Цзюэ.* Негативное влияние этических аспектов конфуцианства на научно-техническое и инновационное развитие Китая // *Общество: философия, история, культура.* 2017. № 7. С. 63–67. doi: 10.24158/fik.2017.7.15
- Павлова 2019 – *Павлова А. В.* О некоторых особенностях категории «вежливость» в разных лингвокультурах // *Известия Юго-Западного государственного университета. Сер. Лингвистика и педагогика.* 2019. Т. 9, № 2 (31). С. 82–87.
- Рагозина 2020 – *Рагозина Т. Э.* Труд и ритуал: ритуал как превращенная форма объективной целесообразности труда // *Вестник МИРБИС.* 2020. № 1 (21). С. 162–172. doi: 10.25634/MIRBIS.2020.1.20
- Рубец 2018 – *Рубец М. В.* Визуальное оперирование письменными знаками в китайской культуре: от традиции к кибер-культуре // *Философские проблемы информационных технологий и киберпространства.* 2018. № 2 (15) С. 4–24. doi: 10.17726/philIT.2018.2.15.1
- Улимбашева 2003 – *Улимбашева Э. Ю.* Категория вежливости в разных лингвокультурных традициях (на материале русского, английского и кабардинского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2003.
- Фанг 2017 – *Фанг Т.* Понимание китайской культуры и коммуникации: подход «ИньЯн» // *Идеи и идеалы.* 2017. Т. 1, № 1 (31). С. 148–166. doi: 10.17212/2075-0862-2017-1.1-148-166
- Хрипля, Иссерс 2023 – *Хрипля Т. С., Иссерс О. С.* Общациональная идея «китайской мечты» в поликодовых текстах социальной рекламы КНР // *Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки.* 2023. № 16 (6). С. 973–990. EDN: ZIOXST
- Хуан 2022 – *Хуан Ш.* Особенности принципа вежливости в китайской и русской лингвокультурах // *Litera.* 2022. № 5. С. 176–183. doi: 10.25136/2409-8698.2022.5.37904
- Цзоу, Новоспаская 2021 – *Цзоу Х., Новоспаская Н. В.* Классификация элементов лингвокультурологической информации в поликодовом тексте печатной рекламы на материале русского и китайского языков // *Litera.* 2021. № 2. С. 1–10. doi: 10.25136/2409-8698.2021.2.35001
- Цюй 2021 – *Цюй Юнь.* Способы репрезентации моральной ценности «добросовестность» в китайской социальной рекламе как по-

- ликодовом тексте // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2021. Вып. 2 (844). С. 277–286. doi: 10.52070/2542-2197\_2021\_2\_844\_277
- Шабан, Хомутова 2019 – Шабан А. К., Хомутова Т. Н. Семантика понятия «вежливость» в различных лингвокультурах: универсальное и культурно-специфическое // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2019. Т. 5, № 1. С. 85–95. doi: 10.18413/2313-8912-2019-5-1-0-8
- Якимов 2020 – Якимов А. Е. Постправда и повседневность. К проблеме определения понятия «постправда» // Философия и культура. 2020. № 9. С. 1–8. doi: 10.7256/2454-0757.2020.9.33801
- Яо 2019 – Яо Чжипэн. Содержательная специфика этического понятия «вежливость» / «礼貌» в русском и китайском языках: дис. ... канд. филол. наук. М., 2019.
- Eslami, Larina, Pashmforoosh 2023 – Eslami Z. R., Larina T. V., Pashmforoosh R. Identity, politeness and discursive practices in a changing world // Russian Journal of Linguistics. 2023. Vol. 27, № 1. P. 7–38. doi: 10.22363/2687-0088-34051
- Leech 2007 – Leech G. Politeness: Is there an East-West Divide? // Journal of Politeness Research. 2007. Vol. 3, № 2. P. 167–206. doi: 10.1515/PR.2007.009
- Liu 2014a – Liu J. The Chinese Blogosphere as a Site of Social Engagement and Contestation // Fast Capitalism. 2014. Vol. 11, № 1. P. 67–77. doi: 10.32855/fcapital.201401.009
- Liu 2014b – Liu J. Mediating the voice of personal blogging: an analysis of Chinese A-list personal blogs // Observatorio (OBS\*). 2014. Vol. 8, № 1. P. 121–143. doi: 10.15847/obsOBS812014682
- Wei 2022 – Wei X. Research on the Image of Female Food Bloggers on the Douyin Platform // SHS Web of Conferences. 2022. Vol. 148. Art. 03031. doi: 10.1051/shsconf/202214803031
- Xiang, Jia, Bu 2024 – Xiang M., Jia M., Bu X. Introduction to Pragmatics. Springer, 2024. (Peking University Linguistics Research; Vol. 9). doi: 10.1007/978-981-99-6464-2\_6
- Xie 2022 – Xie Y. An Exploration of the Identity of Contemporary Chinese Hanfu Enthusiasts On Chinese Social Platform Weibo // Advances in Social Science, Education and Humanities Research. 2022. Vol. 664. P. 313–318. doi: 10.2991/assehr.k.220504.05
- Zhang, Yousaf, Xu 2017 – Zhang Y., Yousaf M., Xu Y. Chinese Traditional Culture and Art Communication in Digital Era: Strategies, Issues, and Prospects // Journal of Media Studies. 2017. Vol. 32 (1). P. 61–75.

ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ,  
УПОМЯНУТЫХ В СТАТЬЕ

1. @Будин Таньсуо @布丁探索 @Buding tansuo. URL: <https://www.douyin.com/video/7313960721581231410> (дата обращения: 05.01.2024).
2. Го Сяодзин 果小菁. «Где потерялось более двух тысяч культурных реликвий?». URL: <https://www.douyin.com/video/7274960473915772172> (дата обращения: 12.01.2024).
3. Дададэ Дадэ Сяо Фасьен 大大的大的小发现 Dadade dade xiao faxian. URL: <https://www.douyin.com/video/6964683312946269470> (дата обращения: 07.01.2024).
4. Лю Лэй 鲁磊 Lu Lei. Серия 11 | 第11集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7318183958691319094> (дата обращения: 05.01.2024).
5. Лю Лэй 鲁磊 Lu Lei. Серия 9 | 第9集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7308352882661739791> (дата обращения: 05.01.2024).
6. Лю Лэй 鲁磊 Lu Lei. Серия 8 | 第8集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7303905756120730890> (дата обращения: 05.01.2024).
7. Муюй Чуанцзян Гэ 木语创匠阁 Muyu Chuangjiang ge. URL: <https://www.douyin.com/video/7314527443572870437> (дата обращения: 05.01.2024).
8. Наньсян Бу Ай Чифань. 南翔不爱吃饭 Nanxiang bu ai chifan. Серия 4 | 第4集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7310436920859954467> (дата обращения: 07.01.2024).
9. Се Дапао 谢大炮 Xie Dapao. URL: <https://www.douyin.com/video/7317945920216141095> (дата обращения: 11.01.2024).
10. Се Дапао 谢大炮 Xie Dapao. URL: <https://www.douyin.com/video/7330225250094943488> (дата обращения: 11.01.2024).
11. Чэнцзы Тань Шицзе 橙子探世界 Chenzi tan shijie. Серия 499 | 第499集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7316483043148025100> (дата обращения: 15.01.2024).
12. Чэнцзы Тань Шицзе 橙子探世界 Chenzi tan shijie. Серия 503 | 第503集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7317596019678596390> (дата обращения: 14.01.2024).
13. Цзян Наньсюнь 江南寻 Jiang Nanxun. URL: <https://www.douyin.com/video/7320938874836995382> (дата обращения: 07.01.2024).
14. Цзян Сюньцзянь 江寻千 (九月) Jiang Xunqian. Серия 17 | 第17集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7277178071113895223> (дата обращения: 13.01.2024).
15. Цзян Сюньцзянь 江寻千 (九月) Jiang Xunqian. Серия 19 | 第19集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7282665008440413476> (дата обращения: 10.01.2024).

16. Цзян Сюньцянь 江寻千 (九月) Jiang Xunqian. Серия 20 | 第20集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7298359342946979112> (дата обращения: 10.01.2024).
17. Цзян Сюньцянь 江寻千 (九月) Jiang Xunqian. Серия 15 | 第15集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7262705844830080267> (дата обращения: 12.01.2024).
18. Цзян Сюньцянь 江寻千 (九月) Jiang Xunqian. Серия 16 | 第16集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7244487332819225867> (дата обращения: 10.01.2024).
19. Цзян Сюньцянь 江寻千 (九月) Jiang Xunqian. Серия 18 | 第18集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7295277485460163855> (дата обращения: 13.01.2024).
20. Цзян Сюньцянь 江寻千 (九月) Jiang Xunqian. Серия 23 | 第23集 | URL: <https://www.douyin.com/video/7316145380649962792> (дата обращения: 07.01.2024).
21. Юэюэцзы. 悦悦子 Yueyuezi. URL: <https://www.douyin.com/video/7288683505830120763> (дата обращения: 10.01.2024).

#### REFERENCES

- Barthes, R. (1989). *Selected writings. Semiotics. Poetics*. Progress. (In Russian).
- Bashkankova, T. S., & Khromenkov P. N. (2020). Politeness in the Internet discourse. *Voprosy prikladnoj lingvistiky*, 37, 7–29. (In Russian). <https://doi.org/10.25076/vpl.37.01>
- Bragina, N. G., Issers, O. S., Mendoza, I., & Rathmayr, R. (2021). The category of linguistic politeness and its complex description: on the problem statement. *Kommunikationnye issledovaniya*, 8(2), 217–232. (In Russian). [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2021.8\(2\).217-232](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2021.8(2).217-232)
- Dubinina, M. N. (2023). Emoji as a linguacultural phenomenon of the virtual language picture of the world (on the example of the Chinese language). *Vestnik Krasnoyarskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. V. P. Astafeva*, 3, 119–133. (In Russian).
- Erzinkyan, E. L. (2018). *Lingvisticheskaya kategoriya vezhливости: semantika i pragmatika* [Linguistic category of politeness: semantics and pragmatics]. Yerevan State University.
- Eslami, Z. R., Larina, T. V., & Pashmforoosh, R. (2023). Identity, politeness and discursive practices in a changing world. *Russian Journal of Linguistics*, 27(1), 7–38. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-34051>
- Fang, T. (2017). Understanding Chinese culture and communication: the Yin-Yang approach. *Idei i idealy*, 1(31), 148–166. (In Russian). <https://doi.org/10.17212/2075-0862-2017-1.1-148-166>

- Huang, S. (2022). Differences in the principle of politeness in Chinese and Russian linguistic cultures. *Litera*, 5, 176–183. (In Russian). <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2022.5.37904>
- Khriplya, T. S., & Issers, O. S. (2023). The national idea of the “Chinese Dream” in the Multimodal texts of public service announcements of the people’s Republic of China. *Zhurnal Sibirskogo federal’nogo universiteta*, 16(6), 973–990. (In Russian).
- Larina, T. V. (2009). *Kategoriya vezhливости i stil’ kommunikacii: Sopostavlenie anglijskikh i russkikh lingvokul’turnyh tradicij* [Politeness category and communication style: comparison of English and Russian linguistic and cultural traditions]. Rukopisnye pamyatniki Drevney Rusi.
- Leech, G. (2007). Politeness: is there an East-West divide? *Journal of Politeness Research*, 3(2), 167–206. <https://doi.org/10.1515/PR.2007.009>
- Liu, J. (2014). The Chinese blogosphere as a site of social engagement and contestation. *Fast Capitalism*, 11(1), 1–23. <https://doi.org/10.32855/fcapital.201401.009>
- Liu, J. (2014). Mediating the voice of personal blogging: an analysis of Chinese A-list personal blogs. *Observatorio (OBS\*)*, 8(1), 121–143. <https://doi.org/10.15847/obsOBS812014682>
- Martyanova, E. G., & Hou Jue. (2017). Emoji as a linguacultural phenomenon of the virtual language picture of the world (on the example of the Chinese language). *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul’tura*, 7, 63–67. (In Russian). <https://doi.org/10.24158/fik.2017.7.15>
- Pavlova, A. V. (2019). About some aspects of the category “politeness” in different linguocultures. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta*, 2(31), 82–87. (In Russian).
- Qu, Yun (2021). Ways of representation of the moral value “integrity” in Chinese social advertising as a multimodal discourse. *Vestnik MGLU. Gumanitarnye nauki* [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities], 2(844), 277–286. (In Russian). [https://doi.org/10.52070/2542-2197\\_2021\\_2\\_844\\_277](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_2_844_277)
- Ragozina, T. E. (2020). Labor and ritual: ritual as a transformed form of objective expediency of labor. *Vestnik MIRBIS*, 1(21), 162–172. (In Russian). <https://doi.org/10.25634/MIRBIS.2020.1.20>
- Rubets, M. V. (2018). Visual manipulation with written signs in Chinese culture: from tradition to cyber-culture. *Filosofskie problemy informatsionnykh tekhnologij i kiberprostranstva*, 2(15), 4–24. (In Russian). <https://doi.org/10.17726/philIT.2018.2.15.1>
- Shaban, A. K., & Khomutova, T. N. (2019). Semantics of politeness in different linguacultures: universal and culture-specific characteristics. *Nauchnyy rezul’tat. Voprosy teoreticheskoy i prikladnoy lingvistiky*, 5(1), 85–95. (In Russian). <https://doi.org/10.18413/2313-8912-2019-5-1-0-8>

- Ulimbasheva, E. Yu. (2003). *Kategoriya vezhливости v raznykh lingvokul'turnykh traditsiyah (na materiale russkogo, anglijskogo i kabardinskogo yazykov)* [The category of politeness in different linguistic and cultural traditions (based on the material of Russian, English and Kabardian languages)]. Philology Cand. Diss. Nalchik.
- Van-Chan-Zhou, A. A. (2017). The politeness in Chinese and Russian communicate culture. *Aktual'nye problemy filologii*, 14, 20–30. (In Russian).
- Wang Yuzhi., & Remchukova, E. N. (2021). Confucianism in China's nationally oriented advertising Text. *Nauchnyi dialog*, 8, 149–169. (In Russian). <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-8-149-169>
- Wierzbicka, A. (2001). Understanding cultures through their keywords. YaSK. (In Russian).
- Xiang, M., Jia, M., & Bu, X. (2024). *Introduction to pragmatics*. Springer. (Peking University Linguistics Research (vol. 9)). <https://doi.org/10.1007/978-981-99-6464-26>
- Xie, Y. (2022). An exploration of the identity of contemporary Chinese Hanfu Enthusiasts on Chinese social platform Weibo. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 664, 313–318. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220504.05>
- Wei, X. (2022). Research on the Image of Female Food Bloggers on the Douyin Platform. *SHS Web of Conferences*, 148, Art. 03031. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202214803031>
- Yakimov, A. E. (2020). Post-truth and daily routine. To the problem of definition of the concept of “post-truth”. *Filosofiya i kul'tura*, 9, 1–8. (In Russian). <https://doi.org/10.7256/2454-0757.2020.9.33801>
- Yao Chzhipen. (2019). Content specificity of the ethical concept “politeness” / “礼貌” in Russian and Chinese languages. Philology Cand. Diss. Moscow. (in Russian).
- Zhang, Y., Yousaf, M., & Xu, Y. (2017). Chinese traditional culture and art communication in digital era: strategies, issues, and prospects. *Journal of Media Studies*, 32(1), 61–75.
- Zolyan, S. T., Ilyin, M. V., Teslya, A. A., & Tulchinskiy, G. L. (2024). Where and how meanings emerge (Proceedings of the round table). *Slovo. ru: baltiyskiy aktsent*, 15(1), 8–43. (In Russian). <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2024-1-1>
- Zou, H., & Novospasskaya, N. V. (2021). Classification of elements of linguocultural information in the Multimodal text of printed advertising based on the material of Russian and Chinese languages. *Litera*, 2. (In Russian). <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2021.2.35001>

ONLINE RESOURCES

1. <https://www.douyin.com/video/7313960721581231410> (Accessed: 05 January 2024).
2. <https://www.douyin.com/video/7274960473915772172> (Accessed: 12 January 2024).
3. <https://www.douyin.com/video/6964683312946269470> (Accessed: 07 January 2024).
4. <https://www.douyin.com/video/7318183958691319094> (Accessed: 05 January 2024).
5. <https://www.douyin.com/video/7308352882661739791> (Accessed: 05 January 2024).
6. <https://www.douyin.com/video/7303905756120730890> (Accessed: 05 January 2024).
7. <https://www.douyin.com/video/7314527443572870437> (Accessed: 05 January 2024).
8. <https://www.douyin.com/video/7310436920859954467> (Accessed: 07 January 2024).
9. <https://www.douyin.com/video/7317945920216141095> (Accessed: 11 January 2024).
10. <https://www.douyin.com/video/7330225250094943488> (Accessed: 11 January 2024).
11. <https://www.douyin.com/video/7316483043148025100> (Accessed: 15 January 2024).
12. <https://www.douyin.com/video/7317596019678596390> (Accessed: 14 January 2024).
13. <https://www.douyin.com/video/7320938874836995382> (Accessed: 07 January 2024).
14. <https://www.douyin.com/video/7277178071113895223> (Accessed: 13 January 2024).
15. <https://www.douyin.com/video/7282665008440413476> (Accessed: 10 January 2024).
16. <https://www.douyin.com/video/7298359342946979112> (Accessed: 10 January 2024).
17. <https://www.douyin.com/video/7262705844830080267> (Accessed: 12 January 2024).
18. <https://www.douyin.com/video/7244487332819225867> (Accessed: 10 January 2024).
19. <https://www.douyin.com/video/7295277485460163855> (Accessed: 13 January 2024).

20. <https://www.douyin.com/video/7316145380649962792> (Accessed: 07 January 2024).
21. <https://www.douyin.com/video/7288683505830120763> (Accessed: 10 January 2024).

*Материал поступил в редакцию 25.06.2024*

*Материал поступил в редакцию после рецензирования 20.11.2024*