

**Ли Пэйяо**  
*магистрант филологического факультета*  
*УГИМ УрФУ, 1 курс*

**Li Peiyao**  
*master's student of the Faculty of Philology*  
*UrIH UrFU, 1<sup>st</sup> year*

## **КЛЮЧЕВЫЕ СМЫСЛЫ И ИХ ЯЗЫКОВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ В КИТАЙСКОЙ РЕКЛАМЕ И ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ**

**Аннотация:** Работа посвящена выявлению ключевых смыслов в китайской рекламе автомобильного бренда «NAVAL» и их отражению в интернет-комментариях. Также описаны языковые средства репрезентации некоторых ключевых смыслов, выявленных в комментариях.

**Ключевые слова:** китайская реклама, ключевые смыслы, интернет-комментарий.

## **KEY MEANINGS AND THEIR LINGUISTIC EXPRESSION IN CHINESE ADVERTISING AND ONLINE COMMENTS**

**Annotation:** The work is devoted to identifying the key meanings in the Chinese advertising of the Naval automobile brand and their reflection in Internet comments. The linguistic means of representing some of the key meanings identified in the comments are also described.

**Keywords:** Chinese advertising, key meanings, Internet commentary.

Реклама как один из маркетинговых инструментов направлена на продвижение товара или услуги, ее цель – воздействовать на сознание потребителя. Реклама в Китае – это «向公众介绍商品、服务内容或文娱体育节目的一种宣传方式，一般通过报刊、电视、广播、网络、招贴等形式进行» ‘это метод публичности, который знакомит общественность с товарами, услугами или развлекательными и спортивными программами. Обычно она размещается в газетах, на телевидении, радио, в интернете и т. д.’ (*перевод Ли Пэйяо*) [Современный словарь китайского языка, 2016: 488]. «广告语言是广告生命的支点，是广告中最重要和最有效的元素之一，语言在广告中的应用直接影响了广告作品的成功与否以及面向受众的传播效果» «Рекламный язык в основном относится к тексту, звуковому языку и визуальному языку в рекламе» (*перевод Ли Пэйяо*) [Ван Ли 2016: 189]. В содержательном плане рекламный текст концентрирует в себе набор смыслов, значимых для той или иной товарной категории. Ключевым смыслом в тексте как «результате целенаправленного творчества, целостного речевого произведения, коммуникативно обусловленного речевой реализацией авторского замысла» [Матвеева 2003: 352]. Ключевой смысл при реализации в текстах приобретает вербальную оболочку, оформляется в виде лексической единицы (это могут быть как обычные слова, так и ключевые). В данной работе ключевые слова будут рассматриваться как репрезентанты ключевых смыслов.

Комментарий представляет собой замечания, пояснения к какому-либо тексту, «в широком же смысле комментарий – выражение отношения, мнения, критики, рассуждения в отношении объекта» [Танабаева 2017: 207]. Обращение к интернет-комментариям позволяет

выявлять через языковые средства «ценности, транслируемые комментаторами» [Черкасова 2012: 165].

Цель работы – выявить и проанализировать в китайской рекламе автомобиля «HAVAL» некоторые ключевые смыслы, проследить их отражение в интернет-комментариях. Материал исследования – интернет-реклама автомобилей китайского бренда «HAVAL», видеообзоры, посвященные автомобилям данного бренда, а также интернет-комментарии к видеообзорам, размещенным на различных китайских видеохостингах. Общее количество единиц – 100.

В китайской рекламе мы выявили ключевые смыслы, такие как «комфорт, надежность, интеллектуальность, страсть, свобода, вызов» [Ли 2022: 44–45]. В рамках данной работы обратимся к анализу ключевых смыслов «комфорт», «интеллектуальность».

**Ключевой смысл «Комфорт».** В китайском языке комфорт означает «чувствовать себя расслабленным и счастливым физически или умственно» [Современный китайский словарь, 2016]. Мы выявили, что в китайской рекламе бренда «Haval» ключевой смысл репрезентирован лексемами *комфорт* и ее производными, зачастую это прилагательные: «*夏日出行, 惬意舒适, 哈弗枭龙MAX, 驭享清凉*» («летнее путешествие, **комфортное** и благоустроенное, Haval Xiaolong MAX, наслаждайтесь прохладой»); «*哈弗猛龙系列, 硬核之上, 舒适有余*», («серия Haval Raptors, выше хардкора, более чем **комфортна**»). При этом наблюдаем, что лексема обычно используется в своем прямом, абстрактном значении – комфортное путешествие, комфортная серия.

В интернет-комментариях мы также встречаем данный репрезентант: «*2023款哈弗二代大狗还配备了可开启全景天窗, 车内空间感较好, 座椅尺寸宽大、填充柔软, 乘坐舒适性表现令人满意*» («второе поколение Haval big dog 2023 года также оснащено открывающимся панорамным люком на крыше, который обеспечивает лучшее ощущение пространства в автомобиле; широкий размер сидений, мягкая обивка и удовлетворительный **комфорт** в поездке»); «*另外主驾驶位还支持三组座椅位置记忆功能, 舒适性和实用性均有所保证*» («основное водительское сиденье также поддерживает три набора функций памяти положения сиденья, что гарантирует **комфорт** и практичность»). Отметим, что в данных текстах мы наблюдаем конкретизацию значения лексемы *комфорт* за счет синтагматических связей – комфорт создают детали: люк, удобные сидения, мягкая обивка, панорамные окна. Кроме того, в некоторых комментариях лексема *комфорт* отсутствует, но семантика единицы передается контекстуально: «*这辆车子的外观看起来不是特别的显大, 但是内部乘坐空间非常的宽敞, 前排驾驶席我坐进去调节到合适的位置上, 不管是腿部还是头部, 都能够做到伸展自如*» («внешне этот автомобиль не выглядит особенно большим, но **внутреннее пространство для езды очень просторное**; я сел на переднее водительское сиденье и отрегулировал его в нужном положении; будь то ноги или голова, его можно свободно вытянуть»); «*2023款哈弗二代大狗的乘坐空间表现相当出色, 身高为175cm的体验者坐进后排, 无论头部还是腿部空间, 均有较大余量*» («пространство для верховой езды у Haval второго поколения bigdog 2023 года выпуска просто выдающееся; опытные водители ростом 175 см сидят на заднем ряду, независимо от места для головы или ног, здесь большой запас»). Мы наблюдаем, что комфорт понимается как специфическое физическое ощущение, возникающее благодаря хорошо организованному пространству автомобиля.

**Ключевой смысл «Интеллектуальность».** Данный смысл в китайской рекламе автомобилей репрезентирован в основном прилагательным *интеллектуальный*: «*主驾驶座椅迎宾功能, 第二代全地形控制系统, L2 级自动驾驶辅助系统*» («функция приветствия главного

водительского сиденья, система управления вездеходом второго поколения, интеллектуальная система помощи при вождении уровня L22); «智能语音系统, 超高情商, 精准识别, 比男友更懂你» («интеллектуальная голосовая система – сверхвысокий эмоциональный интеллект, точное распознавание голоса»). В данных примерах рекламы мы наблюдаем сочетаемостные возможности лексем, что также конкретизирует ее семантику. Для целевой группы важно, что маркируется данным прилагательным – интеллектуальная система управления голосом (голосовая система), интеллектуальная система помощи и др.

В интернет-комментариях мы также встречаем данный ключевой смысл: «智能语音识别控制系统也比较强大, 支持分区语音识别、前后语义衔接理解、免唤醒以及可见即可说等丰富功能» («интеллектуальная система управления распознаванием речи также является относительно мощной, поддерживая множество функций, таких как сегментированное распознавание речи, понимание семантической конвергенции спереди и сзади, отсутствие пробуждения и видимая речь»); «主驾驶位还支持三组座椅位置记忆功能» («основное водительское сиденье интеллектуально – также поддерживает три набора функций памяти положения сиденья»). Так же, как и в рекламном тексте, данный смысл репрезентирован прилагательным, сочетаемость которого конкретизирует то, что является интеллектуальным, какая именно функция автомобиля или ее деталь. Таким образом, данный ключевой смысл транслируется в китайской рекламе и находит отражение в интернет-комментариях, языковое выражение его одинаковое.

Отметим, что в китайской рекламе актуальны ключевые смыслы «вызов», «свобода», «страсть»: «不停挑战极限, 超越自我» («продолжайте бросать вызов ограничениям и превосходить себя»); «每一次突破都让我澎湃» («каждый прорыв возбуждает меня»); «聆听车主声音, 打破自我» («прислушайся к голосу хозяина и сломай себя»); «用年轻, 拥抱自由» («примите свободу, пока вы молоды»); «是风传来的呼唤, 叫嚣着自由与热情» («это зов ветра, требующий свободы и энтузиазма»). Следует отметить, что данные смыслы часто используются авторами рекламного текста для воздействия на потребителя, при этом не находят отражение в интернет-комментариях. Комментарии показывают, что для китайца важны интеллектуальные качества автомобиля, создающие удобство, комфорт.

Таким образом, мы наблюдаем, что некоторые ключевые смыслы в китайской рекламе «NAVAL» и в интернет-комментариях, посвященных автомобилям данного бренда, совпадают, например смысл «интеллектуальность». Некоторые ключевые смыслы также находят отражение в комментариях, при этом их языковые репрезентанты, попадая в интернет-контекст, конкретизируют значение смысла («комфорт», «надежность»). Часть смыслов, характерных для китайской рекламы, не находит отражение в комментариях («страсть», «вызов», «свобода»).

## ЛИТЕРАТУРА

1. Ли П. Языковая репрезентация ключевых смыслов в русской и китайской рекламе автомобилей // Русский язык и лингвокультура в сопоставительном аспекте. 2022. С. 44–45.
2. Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М.: Флинта: Наука, 2003.
3. Танабаева И. Р. Комментарий как особый жанр в интернет-общении // Молодой ученый. 2017. № 51 (185). С. 207–210.

4. 新编汉语同义词词典。上海远东出版社, 2002 (Новый китайский словарь синонимов. Шанхайское Дальневосточное издательство, 2002)
5. 王丽. 创意广告语言研究, 才智杂志, 2016 (Ван Ли. Исследование языка креативной рекламы, 2016).
6. 现代汉语词典。商务印书馆, 2016 (Современный словарь китайского языка. Коммерческая пресса, 2016).