

Мемы о России в китайском сегменте сети Интернет.

Научный руководитель – Павловский Иван Игоревич

Надежкина Екатерина Сергеевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

E-mail: nadezhkina.cathrine@yandex.ru

В XXI веке в эпоху бурного развития информационных технологий возрастает научный интерес к восприятию информации, распространяемой по сети Интернет, а также феноменам медиасреды и информационного общества. Одним из таких феноменов являются мемы. Несмотря на то, что понятие мем было известно с начала XX века, в научный обиход для анализа культурных процессов оно было введено Р. Докинзом в 1976 году. Мем определяют как коммуникативную единицу или единицу культурной информации, которая направлена на быстрое распространения и развитие конкретной идеи, сохраняющейся в сознании пользователей [Докинз, 1989, с.179]. В настоящее время благодаря возможностям сети Интернет масштабы распространения мемов растут с колоссальной скоростью, а форма самих мемов меняется с появлением новых средств передачи информации - от текстов к изображениям и видео.

Согласно «Статистическому отчету о состоянии развития Интернета в Китае №48» Информационного центра интернет-инфраструктуры Китая [Статистический отчет CNNIC №48, 2021], опубликованному в сентябре 2021 года, в июне 2021 года количество пользователей Интернета в Китае достигло 1,011 миллиарда, уровень проникновения Интернета достиг 71,6%, доля пользователей Интернета, использующих мобильные устройства для выхода в Интернет, составила 99,6% (на декабрь 2021 года общее количество пользователей мобильной связи в КНР достигло 1,643 миллиарда). В общемировом рейтинге по количеству пользователей Интернета в настоящий момент Китай занимает первое место. Сегодня существенная часть страны с самым большим населением в мире проводит значительную часть своего времени в социальных сетях и на медиа-платформах китайского сегмента сети Интернет. За последние годы роль общественного мнения в китайском сегменте сети Интернет значительно выросла, также отмечается возросший интерес китайских пользователей к вопросам международных отношений. Изучение современных Интернет-мемов о России и русских в КНР способствует анализу представлений граждан КНР об имидже современной России и устоявшихся стереотипах в китайском обществе.

Среди устойчивых мемов о России в китайском сегменте сети Интернет особое внимание заслуживают следующие популярные мемы: «народ-воин», «белый медведь», «меховые/шерстяные». Данные мемы в основном связаны с политической компонентой и образовались на разных исторических этапах, однако все они ассоциируются с Россией и русским народом в XXI веке.

Словосочетание «народ-воин» используется в СМИ КНР с начала 2000 годов. На основе анализа статистической информации, предоставляемой Index.Baidu.com, автором сделаны выводы, что рост частоты использования поисковых запросов ключевого слова «народ-воин» начинается в 2012 году, при этом пики запросов практически совпадают с пиками запросов по ключевому слову «Россия»; выражение «народ-воин» при составлении поисковых запросов используется преимущественно аудиторией от 20 до 39 лет, а также пользователями моложе 19 лет чаще, чем ключевое слово «Россия», указывая на его использование в молодежном сленге [Статистика Index.Baidu, 2022]. Для анализа использования

и семантики мема был проведен контент-анализ 73 статей и лент сообщений. Мем «народ-воин» опирается на исторически сложившийся образ «северного соседа», чья история состоит из постоянных войн и стремления выжить в сложных климатических условиях Севера. Представление о России, транслируемое через данный мем, является двойственным, что в целом характерно для оценки Китаем России и русских: в меме заложено представление о грубом, агрессивном, свирепом, но при этом непреклонном, мужественном, трудолюбивом, патриотичном и сильном народе. Китайские исследователи Лю Дэцзянь и Ма Цзяньгуан считают, что прозвище «народ-воин», характерное для русских только в КНР, используется для описания России в позитивном ключе, имея оттенок «почитания силы» и демонстрируя уважительное отношение [Лю Дэцзянь, Ма Цзяньгуан, 2016, [эл. ресурс]: https://www.sohu.com/a/74617826_362122]. Другим часто используемым мемом в отношении русских и России, особенно правящей партии и президента страны, является «белый медведь» («полярный медведь»), который прочно ассоциируется в Китае с современной Россией под руководством Президента В.В. Путина. [Надежкина Е.С., Кириллина Н.В., 2020, с.186] Для анализа использования и семантики мема был проведен контент-анализ 55 статей и лент сообщений. По мнению Интернет-пользователей КНР символом России с середины 2000-х годов становится белый медведь, который, по мнению многих Интернет-авторов, отражает огромные размеры и географическое положение России, стойкость и «холодный» характер русского народа. Данное прозвище также подразумевает выделение негативных аспектов русского характера - свирепость, воинственность и агрессивность, которые, по мнению ряда пользователей, подходят имиджу, который пытается продвигать современная Россия. Еще одним мемом в отношении русских и России является прозвище «шерстяные люди» («большие/старые меховые»). Для анализа использования и семантики мема был проведен контент-анализ 63 статей и лент сообщений. Данный мем чаще используется в негативном контексте и, по мнению ряда Интернет-авторов, возник в конце династии Цин, придя в китайский язык (путунхуа) из северо-восточного диалекта Китая на смену прозвища «ракшасы», которым в буддизме обозначали демонов-людоедов. Мем «шерстяные» также связывают с отличием русских от китайцев, в частности, большим количеством растительности на теле.

Проведенное исследование показало двойственность восприятия имиджа России в Китае в XXI веке, а также выявило основные черты русского характера и современного имиджа России, выделяемые Интернет-пользователями КНР.

Источники и литература

- 1) Докинз Р. Эгоистичный ген. Corpus (АСТ), 1989
- 2) Надежкина Е.С., Кириллина Н.В. Северный сосед: мемы о народе и власти как инструмент формирования имиджа России в цифровом пространстве Китая // Коммуникология. Том 8. 2020. №2, с. 182–193.
- 3) Liu Dejian, Ma Jianguang. Guanyu Eluosi de xuanyi: E daodi shibushi zhandou minzu? (Лю Дэцзянь, Ма Цзяньгуан. Вопросы о России без ответа: являются ли русские народом-воином или нет?) 2016. Sohu.com. URL: https://www.sohu.com/a/74617826_362122
- 4) Статистический отчет о состоянии развития Интернета в Китае №48. 2021. CNNIC.CN URL:http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxyzbg/hlwtjbg/202109/t20210915_71543.htm
- 5) Статистика Index.Baidu за период 2011-2022 <http://index.baidu.com/v2/index.html#/>