

6. «AliExpress Россия» увеличил общий оборот на 46% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/61fb960f9a7947566b5e4017> – Дата доступа: 21.02.2023.

УДК 81'373'42:004.4'412:004.738 (510)(045)

С. Е. ОЛЕЙНИК, Я. А. ФИЛИППОВА S. E. OLEINIK, YA. A. FILIPPOVA

ЛЕКСИКА УБЕЖДЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМАЯ В ОНЛАЙН-СТРИМАХ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАВИЛЬОНА БЕЛАРУСИ НА КИТАЙСКИХ ПЛАТФОРМАХ

В статье рассматривается коммуникативная стратегия Национального павильона Беларуси на китайских платформах (JD.com, Douyin), открытого в июле 2022 года для продвижения белорусских товаров на китайском рынке. Основное внимание уделяется лингвистическому аспекту: на основе анализа онлайн-стримов выявляются и классифицируются лексические единицы убеждения, используемые ведущими.

Ключевые слова: Национальный павильон Беларуси, китайские платформы, онлайн-стрим, лексика убеждения, частотность употребления.

PERSUASIVE LEXICON USED IN ONLINE STREAMS OF THE BELARUS NATIONAL PAVILION ON CHINESE PLATFORMS

The article examines the communication strategy of the Belarus National Pavilion on Chinese platforms (JD.com, Douyin), which was launched in July 2022 to promote Belarusian goods on the Chinese market. The primary focus is on the linguistic aspect: based on the analysis of live streams, the persuasive lexical units used by the hosts are identified and categorized.

Keywords: Belarus National Pavilion, Chinese platforms, live streaming, persuasive lexicon, frequency of use.

6 июля 2022 года в Китайско-Белорусском индустриальном парке «Великий камень» торжественно открылся Национальный павильон Беларуси на китайских платформах 京东 Jingdong и 抖音 Douyin. Инициатива была приурочена к 30-летию установления дипломатических отношений между Китаем и Беларусью и направлена на стимулирование торгового сотрудничества между двумя странами. Открытие национального павильона Республики Беларусь является очередной мерой реализации положений директивы Президента № 9 от 3 декабря 2021 года «О развитии двусторонних отношений Республики Беларусь с Китайской Народной Республикой» и способствует популяризации белорусских товаров, соответствующих вкусам китайских потребителей и удовлетворяющих потребности китайского рынка, а также их свободному и быстрому выходу на китайский рынок. Белорусский национальный павильон функционирует при поддержке организации ежедневных прямых эфиров, которые начинаются в 12 часов дня и продолжаются до 24.00 ночи (часовой пояс Пекина). Команда состоит из нескольких ведущих славянской внешности, которые меняются каждый 2-4 часа, а также из китайских коллег, которые за экраном отвечают на вопросы зрителей в режиме реального времени. Популяризация проекта происходит и за счет короткометражных видео на различную тематику, а также публикаций, размещенных в социальных сетях и в упомянутых выше приложениях.

Для привлечения внимания китайских пользователей во время проведения прямых трансляций белорусского Национального павильона используются определенная лексика убеждения для привлечения внимания китайских потребителей.

В ходе анализа онлайн-стримов, проведенных 9, 10, 11 мая 2025 года в таких социальных сетях, как 抖音 Douyin, 快手 Kuaishou, 小红书 Xiaohongshu, 微信 Wechat, отмечаются частотные лексические средства, которые можно распределить по нескольким тематическим группам (см. таблицу):

Таблица – Частотность употребления лексических единиц

Тематическая группа	Частотность в час	Количество единиц	Пропорция
Коммерческая деятельность	25–30	91	37,8 %
Авторитет и престижность	15	48	20 %
Доверие	10–15	23	9,5 %
Национальный характер	10	23	9,5 %
Дефицит	15	20	8,3 %

Как показал проведенный в ходе онлайн-стримов анализ, в связи с поставленной задачей данного проекта (реализация товаров, развитие сотрудничества двух стран) ведущие уделяют большую часть времени презентации белорусской продукции, используя определенную профессиональную коммерческую лексику (91 единица). Частота ее употребления составляет в среднем 25-30 раз за час ведения трансляции.

В их число входят лексические единицы, непосредственно связанные со сферой торговли, логистики и продвижения товара. Это такие слова, как: 产品 ‘продукция’, 库存 ‘складские запасы’, 订单 ‘заказ’, 咨询 ‘консультация, запрос’, 清关 ‘таможенная очистка’, 畅销 ‘хороший сбыт’, 快递 ‘быстрая доставка’, 新品 ‘новый товар’, 小黄车 ‘желтая корзинка’ и др.

Значительную часть речи ведущих онлайн-стримов составляет лексика, описывающая свойства и спецификации товара, которые призваны подчеркнуть его уникальность: 价值高 ‘высокая ценность’, 口感 ‘вкусовые ощущения’, 质量 / 品质 ‘качество’, 标准 ‘стандарты’, 热量很低 ‘низкая калорийность’, 很有新意 ‘оригинальный’ и т.д.

Кроме того, для усиления достоверности описания продукции стримеры часто апеллируют к точным цифровым данным: 100 克 ‘100 грамм’, 46.8 米 ‘46,8 юаней’ на сленге, 90% 苦巧克力 ‘горький шоколад 90%’, 热量是 2 两米饭的五分之二 ‘калорийность составляет две пятых от двух порций риса’ и т. п.

С целью убеждения китайских потребителей во время онлайн-стрима частотной лексикой является слова, апеллирующие к авторитету, престижу и репутации, при этом описываются характер отношений двух государств, участие в проекте высокопоставленных лиц, что оказывают положительное влияние на развитие проекта. Частотность использования данной лексики 15 раз в час. К их

числу относятся следующие лексические единицы: 大使馆 ‘посольство’, 大使 ‘посол’, 习近平主席 ‘Председатель Си Цзиньпин’, 卢卡申科总统 ‘Президент А. Г. Лукашенко’, 全天候全面战略合作伙伴关系 ‘отношения всеобъемлющего всестороннего стратегического партнёрства’, 正统官方 ‘подлинный и официальный’, 高级 ‘первоклассный’, 白俄罗斯 ‘Беларусь’, 一带一路” ‘«Один пояс, один путь»’ и др.

Доверие подписчиков, их уверенность в добросовестности производителя, в качестве белорусской продукции, доброжелательность к белорусскому бренду достигаются использованием в ежедневных трансляциях, видео и ответах на комментарии лексических единиц, убеждающих потенциальных китайских покупателей в том, что организаторы проекта несут все гарантийный обязательства перед продавцом, обещают передачу товаров в надлежащем качестве и в срок. Частотность употребления таких лексем составляет 10-15 раз в час: 真正 ‘неподдельный’, 保证 ‘гарантия’, 保障 ‘ручаться’, 保真 ‘подлинность’, 不会骗 ‘не врать’, 保质期 ‘срок годности’, 正品 ‘оригинальный товар’, 突破 ‘превосходить, превышать (например, показатели)’, 安全 ‘безопасный’ и т.п.

Одной из задач проекта является углубление взаимоотношений народов двух стран, а также культурный обмен и взаимодействие, поэтому для привлечения внимания аудитории часто используются описательные обороты, наименования, связанные с Республикой Беларусь, позволяющие пользователям убедиться в подлинности продукции и искренних намерениях ведущих и организаторов проекта. Частотность использования данного пласта лексики составляет 10 употреблений в час. Например: 白俄 ‘Беларусь’, 白俄罗斯人 ‘белорусы’ 传统节日 ‘традиционный праздник’, 文化展示 ‘демонстрация культуры’, 旅游兴趣 ‘туристический интерес’, 斯拉夫人 ‘славяне’, 历史悠久 ‘многовековая история’, 文化丰富 ‘богатая культура “土豆人” «бульбаши»’, 气候 ‘климат’, 很冷 ‘холодно’, 独特 ‘самобытность’, 传统习俗 ‘традиционные устои’, 传承 ‘передаваться (по наследству)’, 美女 ‘красавицы’, 乡愁 ‘тоска по родине’, 自豪 ‘чувствовать гордость’.

Отличительной особенностью проекта является использование фраз из русского или английского языков, что подтверждает интерес жителей КНР к налаживанию контактов с белорусами и приобретению нашей продукции. *Welcome to ‘Beautiful Belarus!’* ‘Добро пожаловать в Беларусь!’, ‘товарищ’, ‘*Катюша*’.

С целью привлечения внимания покупателей стримеры также используют в своей речи особую профессиональную лексику, связанную с дефицитом товара (до 10 употреблений в час). Например: 难得一见的机会 ‘редкая возможность’, 礼物 ‘подарок’, 机遇 ‘шанс’, 短缺 ‘быть в недостатке’, 限时 ‘ограничивать (по времени)’, 催促 ‘торопиться’, 有限 ‘лимитированный’, 福 ‘выгода’ и т. п.

Вместе с тем, важной особенностью проведения трансляций является запрет на использование определенных лексических единиц. В ходе подготовки стримера к онлайн-трансляции на специальных курсах ведущие информируются о таких единицах, которые могут «разубедить» потребителя. Некоторые из них связаны с предельными характеристиками продукции или являются выражениями, обладающими признаками, проявляющимися в наибольшей или наименьшей степени: 最高级 ‘первоклассный’, 第一 ‘первый’, 销量冠军 ‘лидер по продажам’, 最先进 ‘передовой’, 最受欢迎 ‘больше всего пользующийся спросом’,

绝对 ‘абсолютный’, 大牌 ‘известная марка’, 原价 ‘первоначальная цена’, 特价 ‘специальная цена’, 成本价 ‘цена производства’.

Категорически запрещается использовать термины, утверждающие, что качество продукции не подлежит проверке, что требуется проведение национальной инспекции качества. Существует запрет на употребление определенной лексики при стриме медицинских товаров, которая может вызвать сомнения у аудитории, например: 助眠 ‘помогающий заснуть’, 失眠 ‘страдать бессонницей’, 滋阴补阳 ‘питающий Инь, восполняющий Ян’, 壮阳 ‘возбуждающее (о лекарстве)’, 减肥 ‘похудение’, 长高 ‘для роста’, 清热解毒 ‘устранение жара и обезвреживание яда’, 清热祛湿 ‘устранение жара и удаление влаги’, 治疗 ‘лечиться’.

Аналогично существует категорическое ограничение на использование эпитетов в ходе рекламы косметики: 特效 ‘специальные эффекты’, 高效 ‘высокая эффективность’, 全效 ‘полный эффект’, 速效 ‘быстрый эффект’, 强效 ‘мощный эффект’ и т.д.

Отдельно представлены лексические единицы, не рекомендуемые для употребления в ходе стрима, что обусловлено национально-культурными особенностями страны, в которой проводится вещание. Так, для китайской аудитории нежелательна лексика, связанные с феодальными суевериями, например: 带来好运气 ‘принести удачу’, 增强第六感 ‘обострить шестое чувство’, 化解小人 ‘устранить злодея’.

Категорически запрещается использовать этнические и сексистские термины, некультурные высказывания, клевету и оскорбления в адрес других лиц. Запрещено говорить о политике и политических событиях.

Учет данных правил и ограничений является обязательным условием использования платформ, одобренных организаторами проекта на момент его создания для формирования благоприятной среды и здоровой конкуренции. Нарушение этих правил может привести к блокировке прямых трансляций на период от нескольких часов до нескольких дней, а также к штрафным санкциям или закрытию проекта.

Таким образом, коммуникативная стратегия Национального павильона Беларуси в китайских стримах опирается на специальную лексику «убеждения» китайских потребителей, тематическая отнесенность которой обусловлена особенностями ведения коммерческой деятельности, авторитетом, престижностью и порядочностью проекта, доверием к товару и бренду, национальным колоритом.

ЛИТЕРАТУРА

1. «В «Великом камне» открыли национальный павильон Беларуси на китайских платформах электронной коммерции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/v-dobryu-sheikovyy-put.html>. – Дата доступа: 20.03.2025.
2. Минская городская организация Белорусского профсоюза работников торговли, потребительской кооперации и предпринимательства. «Национальный онлайн-павильон открыли в «Великом камне»». Белорусские товары станут ещё доступнее на рынке КНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.proftorg-minsk.by/news/nacionalnyj-onlajn-pavilon-otkryli-v-velikom-kamne-belorusskie-tovary-stanut-eshe-dostupnee-na-rynke-knr/>. – Дата доступа: 20.03.2025.
3. 百度. 抖音直播话术全攻略: 从聚人到锁客, 轻松提升转化率 [Electronic resource]. – Режим доступа: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1821012550489234522&wfr=spider&for=pc>. – Дата доступа: 27.04.2025

4. 百度文库. 世界电子商务的发展历程 [Electronic resource]. – Режим доступа: <https://wenku.baidu.com/view/6ef5f29551d380eb6294dd88d0d233d4b04e3f76.html?wkts=1748197610386&bdQuery=电子商贸全球历史&needWelcomeRecommand=1&unResetStore=1>. – Дата доступа: 14.04.2025.
5. 百度文库. 营销策略: 吸引目标客户的6种方法 [Electronic resource]. – Режим доступа: https://wenku.baidu.com/view/6ef5f29551d380eb6294dd88d0d233d4b04e3f76.html?wkts=1766684043927&bdQuery=吸引客户的方式理论&verifyType=undefined&_wkts_=1766684043927&bdQuery=吸引客户的方式理论&needWelcomeRecommand=1. – Дата доступа: 27.04.2025.
6. 网经社. 《2023年度中国电子商务市场数据报告》发布 [Electronic resource]. – Режим доступа: <https://www.100ec.cn/detail--6639728.html>. – Дата доступа: 02.04.2025.
7. 新华网客户端. 三部门发布“十四五”电子商务发展规划 [Electronic resource]. – Режим доступа: https://baike.baidu.com/reference/58447604/533aYdO6cr3_z3kATPCOnv3wNi3DM4z6vbCFWrJzzqIP0XOpSo_sUIEz6NYwsPvmHQ_e_pttbZkGyeGuB0pC7_MXcus2Q70rlX_4VjTDyb7wul9zl4MV-tEW. – Дата доступа: 02.04.2025.
8. 中白工业园. ““白俄罗斯国家馆”开幕仪式在中白工业园隆重举行” [Electronic resource]. – Режим доступа: <https://mp.weixin.qq.com/s?biz=MzI3MDk2NDYyNA=&mid=2247493305&idx=1&sn=24e670b1ce508e5330dc6b60456b0267&chksm=eacba446ddbc2d50500397025e65722f1a4ab6e4fb836210f0f9b845be7092a38aa10f02df23&scene=27>. – Дата доступа: 15.03.2025.
9. 中国互联网络信息中心发布的报告. 《中国互联网络发展状况统计报告》 [Electronic resource]. – Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/中国互联网络发展状况统计报告/8278359?fr=aladdin>. – Дата доступа: 30.03.2025.
10. 中华人民共和国商务部. 从“1”到“50万亿元”电子商务全面开花 [Electronic resource]. – Режим доступа: <http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/article/yanjiu/hangyezsk/202409/168235.html>. – Дата доступа: 25.03.2025.