

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«МИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

УДК (811.161.1+811.581.11)'276(043.3)

ЧЖАН АНЬЦИ

**ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ:
СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ**

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

по специальности 10.02.20 – сравнительно-историческое,
типологическое и сопоставительное языкознание

Минск, 2023

Работа выполнена в учреждении образования «Минский государственный лингвистический университет»

**Научный
руководитель:**

Лукашанец Елена Глебовна,
кандидат филологических наук, доцент

**Официальные
оппоненты:**

Ратникова Ирина Энгелевна,
доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры, Белорусский
государственный университет, кафедра
русского языка

Михалькова Надежда Васильевна,
кандидат филологических наук, доцент, доцент
кафедры, УО «Минский государственный
лингвистический университет», кафедра
теории и практики китайского языка

**Оппонирующая
организация:**

УО «Белорусский государственный
экономический университет»

Защита диссертации состоится «11» октября 2023 года в 12.00 на заседании совета по защите диссертаций Д 02.22.01 в учреждении образования «Минский государственный лингвистический университет» по адресу: 220034, г. Минск, ул. Захарова, 21, ауд. Б-303, e-mail: info@m slu.by, тел. ученого секретаря (017) 289-46-41.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет».

Автореферат разослан «08» сентября 2023 года.

Ученый секретарь совета
по защите диссертаций
кандидат филологических наук, доцент

Р. В. Детскина

ВВЕДЕНИЕ

Развитие сети Интернет в последние несколько десятилетий вызвало к жизни такую коммуникативную подсистему, как сетевой жаргон / интернет-сленг. Это, в свою очередь, влечет за собой необходимость его описания с целью осмысления путей его развития, его внутреннего устройства – структурных и семантических характеристик, его функционирования и взаимодействия с другими подсистемами языка.

С самого начала своего зарождения русский и китайский интернет-сленги начали привлекать внимание ученых. Однако большинство опубликованных работ либо носят достаточно обобщенный характер, лишь констатируя появление такого типа сленгизмов в том или ином языке, либо посвящены лишь отдельным подъязыкам молодежных интернет-субкультур, профессиональным компьютерным языкам (терминологические сленгизмы – А. Б. Кутузов (2006); сленг хакеров и геймеров – П. А. Горшков (2007); сленг с эрративами в чинете – В. Ширяев (2007); «олбанский» язык – М. А. Кронгауз (2013); язык фикрайтеров – Н. В. Афанасова (2016)). Наконец, некоторые крупные исследования, хотя и закладывают определенные основы изучения интернет-сленга русского и китайского языков, ограничиваются лишь отдельными ракурсами жаргона Сети (репрезентация категории «человек» в сетевом жаргоне – А. А. Шиповская (2006), языковая игра в интернет-коммуникации – Е. В. Каллистратидис (2013), сленг в медиaprостранстве Интернета – Э. С. Карпов (2016), языковая рефлексия в интернет-жаргоне – Е. Б. Иванников (2006), постмодернистский характер интернет-сленга – Чэнь Гуанмин (2008), распространение интернет-сленга – Хуан Цзижань (2011)). Поэтому на сегодняшний день назрела необходимость выявления важнейших закономерностей внутреннего и внешнего строения интернет-сленга и его функционирования на базе проведения комплексного исследования русских и китайских интернет-сленгизмов. Именно этим трем основным сторонам сленга – структурной, семантической и функциональной – и посвящена данная диссертация, в которой делается попытка, во-первых, установления наиболее общих принципов сленгового словообразования; во-вторых, определения предметно-понятийной структуры сленга и, наконец, выявления социальных основ его употребления – в статике (связь с социальными характеристиками его носителей и их отношение к сленгу) и динамике (частотность сленгизмов в интернет-дискурсе в разные годы существования сленга); при этом важно, что в исследовании задействован материал двух разноструктурных языков: русского и китайского, что дает возможность рассмотреть вышеозначенные свойства сленга в сопоставительном аспекте.

Такое направление в исследовании является **актуальным**, так как делает возможным увидеть магистральные линии развития структуры и семантики сленгизмов, оценить лингвокреативные возможности носителей языка, уточнить место интернет-сленга среди других внелитературных подсистем языка. При этом сопоставление русского интернет-сленга с китайским придаст такому исследованию типологическую значимость, что позволит внести вклад в теорию социолингвистики, а также обозначить общие закономерности развития лексических систем двух разноструктурных языков.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с научными программами (проектами), темами. Диссертационное исследование входит в программу следующих тем НИР кафедры общего языкознания учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет»: «Семантика и прагматика языковых единиц» (ГР № 20142322 от 11.03.2014, УДК 81'37) и «Язык – когниция – дискурс: теоретические и прикладные аспекты» (ГР 20191954 от 02.08.2019, УДК 81'42).

Цель и задачи исследования. Цель данного исследования заключается в выявлении структурно-семантических и функциональных свойств русского и китайского интернет-сленгов.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1) выявить структурно-семантические свойства интернет-сленгизмов русского и китайского языков: установить типы слов русского и китайского интернет-сленга с точки зрения их мотивированности; определить основные средства и модели словообразования и семантические процессы, их сопровождающие; установить характер семантических группировок русских и китайских сленгизмов;

2) выявить функциональные свойства русского и китайского интернет-сленгов: определить их источники, сферы и частоту употребления сленгизмов, отношение к сленгу его носителей;

3) установить роль социальных факторов в функционировании русского и китайского интернет-сленгов;

4) определить динамику развития русского интернет-сленга.

Объект исследования составляют русские и китайские интернет-сленгизмы (всего 594 единиц русского и 332 – китайского сленга).

Предметом исследования являются их структурно-семантические и функциональные свойства.

Двумя основными источниками **материала исследования** послужили интерактивные онлайн-словари: русскоязычный Teenslang и китайский Сяоци; частично привлекались и другие лексикографические источники (Словарь под ред. Кронгауза, Словарь Синьхуа).

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем. Впервые проведено комплексное исследование русского и китайского интернет-сленгов, затрагивающее как их структурную и семантическую, так и функциональную стороны. Принципиально новым является определение зависимости функционирования интернет-сленгов от социальных факторов (пола, возраста, характера занятости носителей сленгов), а также установление динамики развития русского интернет-сленга. Сопоставление структурно-семантической и функциональной специфики интернет-сленгов в двух разноструктурных языках – русском и китайском – также проводится впервые.

Решение поставленных задач определило содержание работы и позволило сформулировать **положения диссертации, выносимые на защиту:**

1. Структурно-семантические характеристики интернет-сленгизмов русского и китайского языков проявляются, прежде всего, в специфике распределения слов по характеру их мотивированности. В обоих сленгах преобладают мотивированные слова, при этом доля сложных слов в китайском интернет-сленге значительно превышает доли всех остальных типов, в силу особенностей структуры китайского языка; развитая морфология русского языка обусловила высокий процент аффиксальных дериватов в составе русского интернет-сленга. В русском интернет-сленге доля немотивированных слов больше, чем в китайском, – за счет довольно значительного числа заимствованных слов, прежде всего англицизмов, что объясняется ролью английского языка в развитии русского национального языка в современную эпоху.

Принадлежность интернет-сленга к внелитературным подсистемам обоих языков явилась причиной наличия особых способов и средств образования интернет-сленгизмов: контаминации и паронимической аттракции (только в русском сленге), фонодеривации, субстандартных суффиксов. Функционирование интернет-сленга в основном в сфере интернет-коммуникации – в графическом виде – обусловило значительное число сокращений, а также наличие графодеривации как особого способа образования сленгизмов.

Семантические особенности интернет-сленгов обнаруживаются в наборе и характере тех предметов и явлений, которые получили свое сленговое

наименование. В интернет-сленге получают свои названия преимущественно предметы и явления, связанные с коммуникацией в Интернете, с интересами и жизненными установками молодежи, как основного носителя интернет-сленга: интернет-сайты, браузеры, блоги, форумы и их ветви, типы текстов в Интернете, действия в сетевой коммуникации, носители интернет-субкультур, комментаторы, создатели постов и т.д.; много также оценочной лексики. В китайском сленге больше внимания уделяется обозначению признаков человека по интеллектуальным особенностям, эмоциональному состоянию, а также психологических проявлений, чувств человека. В обоих сленгах присутствует значительное число слов междометного характера, слов-высказываний, что является следствием специфики неформального общения молодежи в Сети.

2. Функционирование интернет-сленга – особенности его распространения, частота употребления, его оценка носителями – для русского и китайского языков имеет как сходства, так и различия. Основная сфера распространения интернет-сленга и важнейшие источники сленгизмов обоих языков – это социальные сети и веб-чаты, однако русский интернет-сленг в большей степени употребляется вне Сети, чем китайский.

Достаточно высоки как частота употребления сленга, так и самооценка уровня знания сленга у носителей обоих языков; при этом высшую оценку своему знанию сленга дают в большей степени русскоязычные его носители, чем китайцы.

Среди русскоязычных носителей интернет-сленга наблюдается скорее безразличное отношение к нему, что соотносится здесь с тенденцией автоматического, неосознанного его употребления. Китайцы же, относящиеся к интернет-сленгу несколько более положительно, видят в нем источник обогащения языка. Несоответствие сленга нормам литературного языка и слишком быстрое его обновление, по мнению многих носителей сленга, создает трудности в общении между представителями разных поколений, что в особенности беспокоит русскоязычных носителей сленга.

3. Влияние разных социальных факторов на функционирование интернет-сленга не одинаково. Самым важным фактором оказывается возраст носителя сленга, что в особенности выражено для русского сленга. Менее значимые факторы – характер занятости носителя (является ли он учащимся или работает) и его пол; первый из этих факторов более значим для русскоязычных носителей, второй – для китайцев.

Воздействие социальных факторов может сказываться на функционировании сленгов двух языков в одних случаях похожим образом, в других – по-разному. У носителей обоих языков в коммуникации лиц младшего

возраста (до 1990 года рождения) функциональные свойства интернет-сленга (его источники, сферы, частота и причины его употребления) проявляются более ярко, чем у старших лиц; однако различия по полу нередко не одинаковы для носителей русского и китайского языков, в особенности что касается базовых свойств сленга (частоты употребления, самооценки уровня его знания, отношения к сленгу).

4. Русский интернет-сленг развивается во времени неравномерно. Пики его развития приходятся на 2005–2007, а также 2009, 2012 и 2014 гг. Первый из них характеризуется интересом к так называемому «олбанскому языку» (сленгу с орфографическими искажениями) и данной субкультуре, что выражается в большей частотности соответствующих сленгизмов в определенный период времени. Большое влияние на частотность употребления интернет-сленгизмов оказывает также и их структура: наиболее частотны сокращения и графодериваты, далее следуют англицизмы и фонодериваты, наименее частотны суффиксальные сленгизмы. Уменьшение частотности сленгизмов, довольно значительное для большинства слов, происходит также по-разному: одни сленгизмы демонстрируют плавную линию снижения частотности, другие – резкое падение частоты употребления, которое обусловлено связью сленгизма с определенной интернет-субкультурой.

Личный вклад соискателя ученой степени. Диссертация является самостоятельно выполненным исследованием автора. Положения и выводы, изложенные в диссертации, получены соискателем лично и являются итогом самостоятельной работы.

Апробация результатов диссертации. Основные результаты диссертации излагались в форме докладов и сообщений на заседаниях кафедры общего языкознания МГЛУ, на ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов МГЛУ в 2019, 2020 и 2021 гг.; на I Международной научно-практической конференции (г. Барановичи, БарГУ, 15 мая 2020 г.), V Республиканской научно-практической конференции молодых ученых “Мова і літаратура ў XXI стагоддзі: актуальныя аспекты даследавання” (г. Минск, БГУ, 22 марта 2019 г.), Международной научной конференции «Вариативность в языке и речи» (г. Минск, МГЛУ, 4-5 апреля 2019 г.), VIII Международной научной конференции «Русский язык: система и функционирование» (г. Минск, БГУ, 16–17 октября 2019 г.), XIV Международной научно-практической конференции «Идеи. Поиски. Решения» (г. Минск, БГУ, 20 ноября 2020 г.), Международной научной конференции «Язык, культура, творчество в трансдисциплинарном измерении: традиция и инновации» (г. Минск, БГУ, 22-24 октября 2021 г.), IX Международной научной конференции «Китайская цивилизация в диалоге культур» (г. Минск, МГЛУ, 1–2 марта 2022 г.),

II международной научно-практической конференции «Синергия языков и культур: междисциплинарные исследования» (г. Санкт-Петербург, СПбГУ, 25 сентября 2020 г.), Международной конференции «Неологизмы 2020 года: язык коронавирусной эпохи» (г. Санкт-Петербург, ИЛИ РАН, 1-2 декабря 2020 г.).

Опубликование результатов диссертации. Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в 14 публикациях автора: 3 статья в научных рецензируемых журналах (общим объемом 2,15 авт. л.), 1 статье в сборнике научных статей (0,3 авт. л.), 10 публикациях в виде материалов и тезисов научных конференций (1,66 авт. л.). Все публикации выполнены без соавторства. Общий объем опубликованных материалов составил 4,11 авт. л.

Структура и объем диссертации продиктованы целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, общей характеристики, двух глав, выводов по каждой главе, заключения, библиографического списка и приложений. Текст диссертации изложен на 130 страницах (72 таблицы и 14 рисунков включены непосредственно в текст диссертации и занимают 27 страниц). Библиографический список занимает 23 страницы и включает 219 наименований трудов русскоязычных и зарубежных авторов, а также 14 – собственных публикаций соискателя. В приложениях помещены анкеты по исследованию сленга и статистические данные анкетирования. Полный объем диссертации составляет 180 страниц.

Диссертационное исследование выполнено в учреждении образования «Минский государственный лингвистический университет» на кафедре общего языкознания в 2018–2023 гг.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Глава 1 «Проблемы изучения интернет-сленга. Структурно-семантическая характеристика интернет-сленгизмов в русском и китайском языках» состоит из трех разделов, в которых рассматриваются теоретические подходы к исследованию интернет-сленга русского и китайского языков и основные принципы их анализа. Здесь же описываются способы образования русских и китайских сленгизмов и выявляется предметно-понятийная структура интернет-сленга в обоих языках.

Раздел 1.1 состоит из четырех подразделов, в которых содержится обзор научных работ по социолингвистике, социолектологии, лексикологии, словообразованию, что позволило а) обосновать социолингвистическую природу интернет-сленга как совокупности экспрессивных, внелитературных единиц (в основном лексических), служащих для неофициального общения

пользователей (чаще всего – молодежи) в Сети; б) аргументировать выбор основных источников материала исследования (русскоязычного и китайского интерактивных онлайн-словарей, размещенных соответственно на сайтах «teenslang.su» и «jikipedia.com»); в) определить основные критерии для выделения слов в китайском интернет-сленге; г) установить основные подходы к определению способов образования сленгизмов (здесь же дается определение мотивированных слов как таких, которые объясняются через структуру и/или семантику других единиц языка (О. И. Блинова)).

В разделе 1.2 внимание акцентируется на структурных свойствах интернет-сленгизмов в русском и китайском языках. Здесь прежде всего (подраздел 1.2.1) дается общая характеристика типов сленгизмов по способу их образования. Далее (подраздел 1.2.2) рассматриваются морфологические дериваты русского и китайского сленга, а именно: аффиксальные, сокращенные и сложные сленгизмы, а также контаминаты.

Аффиксальные дериваты русского и китайского интернет-сленга, на долю которых в русском сленге приходится более 17 % от общего состава, а в китайском – всего чуть более 6 %, включают в основном суффиксальные слова: *ололошник* ‘насмешник’ (*ололо* ‘смех’), *внешка* ‘внешняя ссылка’, *френдить* (*френд*); *段子手 duànzishǒu* (段子 duànzi ‘анекдот’) ‘тот, кто умеет создавать анекдоты’, *魔性 móxìng* (魔 mó ‘колдовство’) ‘что-л. причудливое и веселое’. В русском сленге в качестве словообразовательных средств задействованы основные суффиксы общелитературного языка (-к(а), -ух(а), -ер, -изм, -ак, -ø и др.), однако наличествуют и собственно сленговые, например, суффикс «Упячки» -е: *котэ, крабе, Леониде*. В китайском сленге суффиксация как способ словообразования не является продуктивным, однако при этом в китайском интернет-сленге активно производятся новые суффиксы (党 dǎng, 精 jīng, 狗 gǒu, 控 kòng, 系 xì). Префиксальных слов в обоих сленгах немного (*расфрендить*).

И в русском, и в китайском интернет-сленгах **сокращенные** сленгизмы занимают чуть более 10 % от общего объема сленга. В качестве сокращаемых единиц выступают слова, словосочетания и фразы. Типы сокращений в русском сленге включают в себя аббревиатуры инициального типа (*нзч* ‘не за что’, *ЧС* ‘черный список’, *ЕБМП* ‘если боян – мне пофиг’), слоговые аббревиатуры (*Велмог* ‘великий и могучий (русский язык)'), усеченные слова (*днев* ‘дневник’). В китайском интернет-сленге чаще всего сохраняется первая морфема компонентов словосочетания (*网红 wǎnghóng* от *网络红人 wǎngluò hóng rén* ‘интернет-знаменитость’) или предложения (*何弃疗 héqìliáo* от *为何放弃治疗 wèihé fàngqì zhìliáo* ‘зачем бросили лечение?’).

Сложные слова в русском интернет-сленге занимают незначимое место

(чуть более 3 % от общего объема словника), это обычно чистое сложение с соединительной гласной (*Пендостан* ‘США, см. пиндос’) или без нее (*френдлента* ‘подборка сообщений (постов) от избранных пользователей [френдов]’). Напротив, в китайском сленге сложных слов достаточно много – почти половина всех сленгизмов, причем задействованы почти все модели сложных слов китайского языка: атрибутивная (学霸 *xiébà* ‘отличник’ от 学 *xué* ‘учеба’ + 霸 *bà* ‘гегемон, повелитель’), сочинительная (高富帅 *gāofùshuài* ‘об идеальном мужчине’ от 高 *gāo* ‘высокий’ + 富 *fù* ‘богатый’ + 帅 *shuài* ‘красивый’), глагольно-объективная (划水 *huáshuǐ* ‘отлынивать от работы’ от 划 *huà* ‘грести’ + 水 *shuǐ* ‘вода’), субъективно-предикативная (友尽 *yǒujìn* ‘конец дружбе’ от 友 *yǒu* ‘дружба’ + 尽 *jìn* ‘закончиться’) и т.д., при образовании почти трех четвертей сложных слов наличествуют разные семантические изменения, чаще всего метафора.

Только в русском сленге имеется небольшое число результатов **контаминации**: *пейсатель* (*пейсы* + *писатель*), *какер* (*как* + *хакер*), в том числе по модели с полусуффиксом *-аст* (*копираст* ‘сторонник авторских прав’, *флудераст* ‘человек, повторяющий одно и то же’).

В подразделе 1.2.3 рассматриваются результаты семантической деривации. Эти сленгизмы в обоих сленгах занимают незначительное место (11 % – от общего объема русского сленга и 13 % – китайского). Чаще всего при их образовании наблюдается метафорический перенос (*кляп* ‘блокировка чата для пользователя на определенное время’, *复读机 fùdújī* ‘лингафон’ ‘тот, кто повторяет слова другого’), значительно реже – метонимия (*呵呵 hēhe* (звукоподражание смеху) употребляется для выражения презрения к кому-л.) и сужение значения (*статус* ‘система уровней в иерархии участников интернет-форумов’, *周边 zhōubīān* ‘то, что находится вокруг’) ‘товары, сопутствующие компьютерным играм и аниме’).

Близка к семантической деривации **паронимическая** аттракция – особый прием образования русских интернет-сленгизмов, при котором к общелитературному или заимствованному слову подбирается сходное по звучанию слово (*банан* ‘бан – временное блокирование прав доступа’, *емеля* ‘электронная почта’).

В подразделе 1.2.4 рассматривается роль **графо- и фонодеривации** в пополнении русского и китайского интернет-сленга. В русском сленге графодеривация занимает большое место (более пятой части всех слов), в китайском только 4 % от всех сленгизмов. Основные приемы графодеривации в русском сленге – это нарушение действующих орфографических норм русского языка (*ужос*, *человечег*) и «игра» с изменениями раскладки клавиатуры (*дневник* → *lytdybr* → *лытдыбр*, *ps* → *зы*). В китайском сленге

применяются другие способы: иероглиф разделяется на части (胖 ‘толстый’ → сленгизм 月半 yuèbàn (月 yuè ‘луна’ + 半 bàn ‘половина’)); в иероглифе устраняется графический элемент (尴尬 gāngà ‘неловкий, неудобный’ → 监介 jiānjiè с тем же значением); иероглиф заменяют его омонимом (屌 sǒng ‘трусливый’ → 怂 sǒng ‘подстрекать; испугаться’).

Сленгизмы-фонодериваты в русском сленге – это в основном звуковые искажения общелитературных слов (*ващпе* ‘вообще’, *жывтоне* ‘животное’), искажения (возможно, в цензурных целях) обсценной лексики и грубых ругательств, в китайском сленге – также искажения литературных слов (集美 jí měi ‘искаж. 姐妹 jǐè mèi сестра’), некоторые слова образованы под влиянием диалектов (虾米 xiāmǐ ‘что’ – в литературном языке означает ‘сушеные мелкие креветки’, но сходно по звучанию с южноминьским диалектным 什么 shénme ‘что’).

В подразделе 1.2.5 рассматриваются немотивированные слова русского и китайского интернет-сленга: заимствованная лексика, искусственно созданные сленгизмы и звукоподражания.

Заимствованные слова в русском сленге занимают важнейшее место – более 23%, в китайском языке их только чуть более 10 % от общего состава. В русском языке в качестве главного источника выступает английский язык. Основной прием заимствования в русском языке – транскрипция (*инвайт* ‘приглашение на участие в как.-л. проекте упячки’ от англ. *invite*, *фейк* ‘подделка’ от англ. *fake*), которая обычно сопровождается оформлением по законам русского языка (*никча* ‘картина’ от англ. *picture*, *анпрувить* ‘открыть для прочтения и одобрить’ от англ. *approve*). В китайском языке в качестве источника выступают английский и японский языки, реже – корейский, а также местные диалекты. Заимствованные слова входят в китайский интернет-сленг реже путем т.н. фонетического способа (安可 ānkě ‘вызывать на бис’ от англ. *encore*), чаще – путем калькирования (水帖 shuǐtiē ‘бессмысленный пост на форуме’ от англ. *water-post*, ср. 水 shuǐ ‘вода’ + 帖 tiē ‘пост’), а также путем полного сохранения иероглифов языка-источника (японского) (空耳 kōngěr от яп. 空耳 [そらみみ] [soramimi] ‘ослышка’).

Искусственно созданные слова есть только в русском сленге (*зорги* ‘мифические вредные существа’), половина их них появилась под влиянием субкультуры «Упячки» (*щачло* ‘пасть, рот’, *мжвячни* ‘одобрение’).

Звукоподражаний в обоих сленгах всего 1–2 %: *гыыыы* ‘обозначает сильный смех’, *婴婴婴* yīngyīngyīng ‘звук плача, обозначает «хныкать»’.

Раздел 1.3 содержит семантическую классификацию интернет-сленгизмов двух языков. Выявляется тип называемых в сленгах предметов и явлений, набор и характер тех понятий, которые получают в нем свое

выражение. Так, среди существительных выделена значительная по объему группа названий лиц, которые далее распределяются на подгруппы. При этом в русском сленге преобладают названия людей по их профессии, специальности (*админ*), а в китайском – по интеллектуальному состоянию (杠精 gàngjīng ‘спорщик’). Группа неодушевленных существительных включает большое число сленгизмов, обозначающих относящиеся к Интернету понятия и явления: *Гоша* ‘поисковая система «Google»’, 梯子 tīzi ‘приложение для обхода Великого Китайского Файрвола’, *сервак* ‘сервер’, *слив* ‘текст откровенного содержания’, 男频 nánpín ‘сетевые литературные произведения для мужчин’, *йазык* ‘язык виртуального общения’, *псто* ‘вид сообщения в блоге или форуме, то же, что пост’, 水帖 shuǐtiē ‘бессмысленный пост на форуме’. Глаголов в китайском сленге почти в три раза больше, чем в русском, в котором слова этой части речи в основном обозначают состояние или действие в Интернете (*капсить* ‘набирать текст сплошными заглавными буквами’). Прилагательных в китайском сленге также намного больше, многие из них называют признак, связанный с человеком (吃藕 chī’ǒu ‘некрасивый’). Междометия занимают в составе обоих сленгов важное место; они включают также большое число слов-высказываний с оценочным значением либо этикетного характера (*ржунимагу* ‘о-о-очень смешно’, 噗 pū ‘обозначает внезапный смех’, *изч* ‘не за что – вежливый ответ на выражение благодарности’).

Глава 2 «Функциональные характеристики интернет-сленга в русском и китайском языках» также состоит из двух разделов, посвященных выявлению зависимости функционирования русского и китайского интернет-сленгов от социальных факторов и определению динамики развития русского интернет-сленга.

Раздел 2.1 посвящен исследованию функционирования сленга на основе анализа результатов онлайн-анкетирования носителей русского и китайского языка, проведенного в 2020-2021 годах (572 анкеты для русского сленга и 714 – для китайского).

В подразделе 2.1.1 дается общая характеристика источника исследуемого языкового материала (для русского сленга – Teenslang и «Словарь языка Интернета.ру» под ред. М. А. Кронгауза, для китайского – Сяоцзи и «Словарь интернет-сленга Синьхуа»), представлена структура анкеты и методика проведения анкетирования.

В подразделе 2.1.2 проанализированы результаты анкетирования, выявлены и сравнены особенности функционирования интернет-сленга у русскоязычных и китайских информантов, определена зависимость функционирования интернет-сленгов от возраста, пола и характера занятости

информантов, установлен характер влияния социальных параметров на функционирование интернет-сленга.

Основными **источниками** интернет-сленга являются интернет-ресурсы – интернет-сообщение в чатах, социальные сети и видео в Интернете, в меньшей степени – внесетевые источники (члены семьи и друзья); гораздо реже – новостные сайты и программы телевидения. Социальные сети и веб-чаты также важнейшие **сферы** употребления интернет-сленга.

Употребление интернет-сленга достаточно **частотно**: только менее 10 % информантов ответили, что они никогда его не употребляют. У информантов – носителей обоих языков – имеется желание узнать **значение незнакомого интернет-сленгизма**, в основном – путем поиска в Интернете. Большинство опрошенных считают, что неплохо **знают** сленг, а около трети русскоязычных респондентов и 14% китайцев считают, что знают хорошо. Слова, приведенные в анкете, **известны** почти половине информантов, а более 80 % русскоязычных и более половины китайских респондентов написали свой **любимый интернет-сленгизм**.

В качестве **причин** употребления сленга две трети русскоязычных респондентов указали на чисто автоматическое его употребление; в то время как три четверти опрошенных китайцев считают самым важным то, что интернет-сленг обогащает ежедневное общение и позволяет легко выразить свои эмоции. В целом же **отношение** к интернет-сленгу у большинства опрошенных носителей обоих языков скорее безразличное (65% русскоязычных и 58% китайцев), положительно относятся четверть русскоязычных и треть китайцев, отрицательно – единицы среди носителей двух языков.

Возраст респондентов в наибольшей степени влияет на функционирование интернет-сленга. Из четырех возрастных групп опрошенных (родившихся, соответственно, 1) после 2000 г., 2) в 1990-1999 гг., 3) в 1980-1989 гг. и 4) до 1979 г.) самыми активными носителями интернет-сленга являются первые две группы. Больше всего это проявляется в частоте употребления и в самооценке знания сленга (например, доля тех русских информантов младших возрастных групп, кто считает, что хорошо владеет сленгом, отличается от доли давших такой же ответ более старших информантов почти в три раза). Молодые информанты (родившиеся после 1990 года) черпают интернет-сленг из большего числа источников, чем возрастные информанты: из социальных сетей, видео в Интернете и компьютерных игр (для двух последних источников различия в особенности значимы, причем у носителей двух языков). Точно так же более молодые носители обоих языков чаще употребляют интернет-сленг в социальных сетях,

в компьютерных играх, в устной речи вне Интернета. Главными противниками интернет-сленга являются респонденты самой старшей возрастной группы, напротив – информанты, родившихся после 1990 гг., относятся к интернет-сленгу гораздо лучше (это очевиднее у русскоязычных респондентов, чем у китайцев).

Функционирование русского и китайского интернет-сленгов зависит также от **пола** респондентов (особенно – у китайцев). Так, по мнению информантов-женщин, более важную роль в распространении сленга играют социальные сети, которые являются для них и основной сферой употребления сленга. Напротив, компьютерные игры как источник сленгизмов и сфера их употребления явно более значимы для лиц мужского пола – носителей обоих языков.

Параметр **характера занятости** респондентов (учится он или работает) гораздо более значим, во-первых, для носителей русского сленга, а во-вторых, в основном для вопросов, касающихся источников сленга и сфер его употребления. Так, русскоязычные учащиеся, в отличие от работающих информантов (разрыв в ответах 20–40 %), в качестве источников сленга указывают в основном социальные сети, видео в Интернете и компьютерные игры, эти же ресурсы для учащихся являются основными сферами употребления интернет-сленга, что объясняется особенностями времяпрепровождения этой социальной группы респондентов.

Раздел 2.2 посвящен исследованию динамики развития русского интернет-сленга на основе анализа результатов корпусного исследования и результатов офлайн-анкетирования.

В **разделе 2.2.1** описаны результаты исследования по Генеральному интернет-корпусу русского языка (ГИКРЯ), которое позволило выявить изменения частотности сленгизмов в течение определенного периода и возможные причины ее изменения. В качестве языкового материала были взяты сленгизмы из «Словаря языка интернета.ru».

В процессе обработки данных была вычислена частота употребления сленгизмов, установлен год пика частотности сленгизмов. Оказалось, что сленгизмы обнаруживают различную частотность употребления. Больше всего слов имеют низкую и очень низкую частотность (44 сленгизма из 87 – меньше 1 *ipm* и 34 сленгизма – от 1 до 5 *ipm*). Лишь 4 слова имеют высокую (от 6 до 13 *ipm*) и, наконец, 5 – очень высокую частотность: *имхо* (29,20), *зы* (29,79), *оч* (30,25), *што* (33,93) и *онлайн* (36,17).

Разделение сленгизмов на группы по способу образования позволило проследить определенную зависимость между этим фактором и частотностью сленгизмов. Оказалось, что среднее *ipm* выше у сокращений (5) и

графодериватов (4.5), в то время как у англицизмов и суффиксальных слов оно ниже (соответственно 3.4 и 2); фонодериваты в среднем наименее частотны (1.7). При этом среди графодериватов и англицизмов наблюдается наибольшее число высокочастотных (выше 20 ipm) слов.

Анализ динамики употребления сленгизмов на протяжении 11 лет (с 2004 по 2014) дал нам возможность установить, что наибольшее число сленгизмов употреблялось в 2005–2007, 2009, 2012 и 2014 гг. При этом для 2005–2007 и 2011 годов характерно употребление наибольшего числа высокочастотных сленгизмов. Именно в эти годы наблюдался наибольший интерес к языку, использующему большое число графических искажений, что и имело своим следствием высокую частотность в эти годы сленгизмов из этого языка (*ржунимагу*, *ИМХО*, *превед*, *йух*, *ужоснах*, *чмоки*).

Раздел 2.2.2 посвящен описанию офлайн-анкетирования, которое было проведено в 2019 г. среди студентов для подтверждения и уточнения результатов предшествующего исследования, так как ГИКРЯ обеспечивал данными только до 2014 г. включительно. Оказалось, что многие включенные в анкету сленгизмы известны опрошенным, однако употребляют они всего чуть более четверти слов. При этом была выяснена закономерность: чем больше известен сленгизм, тем чаще используется. В целом среди данных сленгизмов наиболее известны звукоподражания (*ахаха*, *кек*), сокращенные слова (*оч*, *плз*) и сленгизмы, созданные с помощью графодеривации (*типо*, *превед*). При этом слова, связанные с субкультурой и сленгом, использующим орфографические искажения (*ржунимагу*, *имхо*, *превед*, *многобукаф*), в достаточной степени известны носителям сленга. Что же касается сленгизмов субкультуры «Упячка», то можно сказать, что только *котэ* обладает высоким рейтингом известности, остальные же (*негодуюэ*, *уг*, *адинадин*) – довольно низким; кроме этого, слова этой субкультуры менее употребительны. Несколько меньшая ожидаемой употребительность графодериватов в последнее время обусловлена тем, что появление большинства из них связано с интернет-субкультурой и поэтому, после скачка интереса к ним, они демонстрируют короткий «цикл жизни» в Интернете.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДИССЕРТАЦИИ

Проведенное исследование материала интернет-сленга русского и китайского языков дало возможность сделать определенные выводы о его структурных, семантических и функциональных свойствах.

1. Мотивированные слова, как первая крупная категория сленгизмов, составляют большую их часть, что особенно характерно для китайского сленга, в котором этих слов почти 90 %, в отличие от русского, доля мотивированных которого составляет лишь чуть более двух третей сленгизмов. Такое различие обусловлено высокой долей сложных слов (почти 50%) в составе китайского сленга, что объясняется, прежде всего, особенностями строения слов в китайском языке. Структурные различия двух национальных языков влияют также на различную роль аффиксации в составе двух сленгов – 17 % в русском по сравнению с 6 % в китайском. В то же время относительно одинаковая доля сокращений в сленгах – примерно 10 % – происходит от общих типологических характеристик сленгов как социолектов, фиксируемых преимущественно в графической форме. Этот факт также объясняет и наличие сленговых графодериватов, доля которых особенно велика в русском сленге (более пятой части всех сленгизмов). Социолектный характер интернет-сленга проявляется также в приблизительно одинаковой роли семантической деривации (около 11 % в русском сленге и около 13 – в китайском), в наличии фонодериватов и – в русском сленге – результатов контаминации и паронимической аттракции, а также в использовании социолектных суффиксов в сленгах обоих языков.

Вторая крупная категория сленгизмов – немотивированные слова, включающие в себя заимствования и слова, искусственно созданные и звукоподражательные. В русском языке заимствование стало самым продуктивным способом пополнения сленга (почти четверть сленгизмов). В китайском сленге заимствованные слова – лишь десятая часть от общего объема, только треть заимствований представляют собой собственно лексические, а к тому же англоязычные по происхождению слова составляют 35 %, по сравнению с 97 – в русском сленге. Всё это свидетельствует о большей «закрытости» китайского сленга, явном стремлении его носителей к использованию скорее внутренних ресурсов национального языка, чем иноязычной лексики, и лежит в русле основных тенденций развития современного китайского языка, в меньшей степени, чем русский язык, подверженному влиянию процессов глобализации.

Семантические группы и подгруппы сленгизмов объективируют предметно-понятийную структуру сленга – набор обозначаемых предметов и явлений. Она, как и для других социолектов, отличается, с одной стороны, редуцированностью, так как далеко не все понятия, выражаемые в русском и китайском национальных языках, выражены в двух интернет-сленгах. Во-вторых, напротив, многие сферы жизни получают в сленге большое число наименований. Прежде всего, лексикон сленга отражает все, связанное с Интернетом: виды компьютерных программ и сайты, продукты речевой деятельности, тексты, сообщения, картинки в Интернете, сетевые субкультуры, лиц по их роду занятий и отношениям в Сети и т.д. Вместе с тем большое внимание, особенно в китайском интернет-сленге, уделяется психологии, внутреннему миру, переживаниям и эмоциям человека. В обоих сленгах много также междометных и этикетных слов [4–7; 10; 12–13].

2. Функционирование интернет-сленга среди носителей русского и китайского языков демонстрирует прежде всего сходные качества, хотя имеются и некоторые различия. Так, для носителей обоих сленгов важную роль в создании и распространении сленга сыграли интернет-сообщения в чатах, социальные сети и видео в Интернете. Однако, по сравнению с китайцами, которые черпают сленгизмы нередко из новостных сайтов и программ телевидения, носители русского языка чаще узнают сленгизмы от друзей. Главной же сферой употребления интернет-сленга для китайских информантов служат веб-чаты, а для русскоязычных – социальные сети, а также устная речь вне Интернета, что не очень характерно для китайцев.

Как показывают результаты исследования, интернет-сленг входит в жизнь подавляющего большинства информантов и является достаточно распространенным среди русскоязычных и китайских пользователей Интернета. Об этом свидетельствует, во-первых, частота его употребления (свыше 90 % информантов признают, что они употребляет интернет-сленг часто или иногда), во-вторых, желание узнать незнакомый сленгизм (это будут делать около 80 % опрошенных). В-третьих, свыше 90 % респондентов оценивают свое знание сленга как неплохое (хорошее и среднее). Наконец, более 40 % русскоязычных информантов и более 50 – китайцев оказались известны те интернет-сленгизмы, которые были помещены в анкету.

Информанты относятся к интернет-сленгу положительно (в особенности китайцы) либо безразлично, но не отрицательно, и это также подтверждается стремлением большинства опрошенных написать свой любимый сленгизм.

Причинами употребления сленга многие респонденты считают, прежде всего, привычку к автоматическому его использованию, в то же время для них (особенно для китайцев) важна и эмоциональная составляющая сленга,

позволяющая выразить то, что не удастся обозначить с помощью литературного языка. Вместе с тем носителей обоих языков беспокоит несоответствие интернет-сленга нормам литературного языка и его слишком быстрое обновление, что может привести к трудностям общения между поколениями. Примерно половина респондентов полностью осознают важность исследования интернет-сленга, информанты также поднимали вопросы, которые их самих интересуют (о возникновении и распространении сленга, происхождении сленгизмов и т.д.) [2–3; 14].

3. Такие параметры, как пол, возраст и характер занятости опрошенных, оказывают влияние на особенности функционирования интернет-сленга в разной степени. Среди этих трех социальных факторов возраст является самым важным. Более молодые информанты чаще употребляют интернет-сленг, активнее ищут значение незнакомого интернет-сленгизма, черпают новые сленговые слова из большего числа источников, для них более весомы такие источники сленга, как социальные сети и компьютерные игры, в то время как более возрастные респонденты в поисках интернет-сленга обращаются нередко и к новостным сайтам, и даже к членам семьи. Наконец, доля тех, кто считает, что хорошо владеет сленгом, значительно больше у родившихся после 1990 г. – в особенности у русскоязычных информантов.

Дифференциация по полу несколько менее выражена. Влияние этого фактора сильно различается для русско- и китайязычных опрошенных: для первых он представляется наименее значимым. Для китайцев же этот фактор находится на втором месте по важности, причем нередко отмечается бóльшая сленговая активность китайянок: женщины-носители китайского языка намного лучше знают сленгизмы, чем мужчины; они чаще признают, что интернет-сленг обогащает ежедневное общение и на нем легко выразить свои эмоции; отмечают положительное к нему отношение.

По сравнению с другими параметрами характер занятости информанта (учится он или работает) несколько больше влияет на функционирование сленга у русскоязычных носителей сленга (у них он на втором месте). Так, для учащихся-информантов тремя важнейшими источниками интернет-сленгизмов служат компьютерные игры, социальные сети и видео в Интернете, для работающих – новостные сайты и члены семьи и друзья. Русскоязычные работающие информанты чаще употребляют интернет-сленгизмы в веб-чатах, чем учащиеся. Во всех остальных сферах употребления интернет-сленга доля учащихся явно выше, чем доля работающих. Данные по этому параметру в целом коррелируют с данными по параметру возраста, так как чаще всего учащиеся респонденты моложе по возрасту [2; 3; 11; 14].

4. Исследование частотности русскоязычных сленгизмов показало, что пик частотности употребления всех исследуемых сленгизмов отмечался в

2005–2007 гг., чуть реже сленгизмы встречались в 2009, 2012 и 2014 гг. Это связано с тем, что именно в эти периоды были распространены языки двух молодежных интернет-субкультур: «олбанского языка» и «Упячки». При этом частотность употребления разных сленгизмов оказалась неодинаковой; она варьировалась от очень низкой, меньше 1 ipm (более половины слов) до очень высокой, 29–36 ipm (*имхо*, *зы*, *оч*, *што* и *онлайн*). С помощью корпусного исследования была также обнаружена связь употребительности интернет-сленгизмов с его структурными особенностями: сокращения и графодериваты демонстрируют высокую употребительность, менее частотны заимствованные слова, а суффиксальные производные и сленгизмы, образованные фонетическим способом, довольно низко употребительны.

Эти данные были подтверждены в ходе проведенного в конце 2019 года исследования на основе офлайн-анкетирования. Оказалось, что три четверти слов, выбранных для анкетирования из «Словаря языка интернета.ru», известны информантам, хотя употребляют они лишь 27 % слов. При этом наиболее известны и наиболее употребительны, так же как и в случае с ГИКРЯ, сокращенные слова и сленгизмы, созданные с помощью искажения литературного языка. Однако графодериваты, чье образование связано с изменением раскладки клавиатуры (*зы*, *бнопня*), мало известны и мало употребительны, так же как и слова, связанные с субкультурой и языком «Упячка». В отличие от последних, слова «олбанского языка» известны современной молодежи и до сих пор употребляются ею [1; 8; 9].

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРАКТИЧЕСКОМУ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ РЕЗУЛЬТАТОВ

Материалы и практические результаты исследования могут найти применение в:

- 1) процессе написания учебно-методических пособий по проблемам лексикологии русского и китайского языков, по социолингвистике и, в частности, социолектологии для студентов гуманитарных вузов;
- 2) практике русско-китайского и китайско-русского перевода, в особенности – произведений о жизни современной молодежи;
- 3) лексикографической деятельности по составлению двуязычных русско-китайских сленговых словарей.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ

Статьи в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Республики Беларусь для опубликования результатов диссертационных исследований

1. Чжан, Аньци. Функционирование русского интернета-сленга: корпусное исследование / Аньци Чжан // Вестник МГЛУ. Серия 1. Филология. – Минск : МГЛУ, 2020. – № 2 (105). – С.118–127.

2. Чжан, Аньци. Функционирование китайского интернет-сленга: социолингвистическое исследование / Аньци Чжан // Вестник МГЛУ. Сер. 1, Филология. – Минск : МГЛУ, 2020. – № 6 (109). – С. 34–41.

3. Чжан, Аньци. Русский интернет-сленг в социолингвистическом аспекте / Аньци Чжан // Веснік Мазырскага дзяржаўнага педагагічнага ўніверсітэта. – Мазыр : МДПУ, 2021. – № 2 (58). – С. 158–164.

Статьи в сборниках научных трудов

4. Чжан, Аньци. Особенности словообразования китайских интернет-сленгизмов / Аньци Чжан // Языки и культуры: междисциплинарные исследования : сборник статей / С.-Петерб. ун-т ; под ред. С. Ю. Рубцовой (отв. ред.), Е. К. Рохлиной. – СПб., 2021. – С. 449-454.

Материалы и тезисы докладов научных конференций

5. Чжан, Аньци. Интернет-мемы как источник сетевого сленга (на материале китайского языка) / Аньци Чжан // Мова і літаратура ў XXI стагоддзі: актуальныя аспекты даследавання : матэрыялы V Рэсп. навук.-практ. канф. маладых навукоўцаў (Мінск, 22 сак. 2019 г.) / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. У. Зуева (адк. рэд.) [і інш.]. — Мінск, 2019. – С. 300–303.

6. Чжан, Аньци. Вариативность графико-фонетической формы как основа для образования интернет-сленгизмов / Аньци Чжан // Вариативность в языке и речи : тез. докл. Междунар. науч. конф., Минск, 4–5 апр. 2019 г. / Минск. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Л. М. Лещёва (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – С. 267–268.

7. Чжан, Аньци. Русский и китайский интернет-сленг: источники материала / Аньци Чжан // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета, Минск, 18–19 апр. 2019 г. : в 5 ч. / Минск. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Н. П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. –

Минск, 2019. – Ч. 3. – С. 70–72.

8. Чжан, Аньци. Интернет-сленг в аспекте диахронии / Аньци Чжан // Русский язык: система и функционирование. К 80-летию филологического факультета БГУ : материалы VIII Междунар. науч. конф., Минск, 16–17 окт. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: И. С. Ровдо (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – С. 176–180.

9. Чжан, Аньци. О характере выхода социолектизмов из употребления (на материале русского интернет-сленга) / Аньци Чжан // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета, Минск, 17–27 апр. 2020 г. : в 5 ч. / Минск. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Н. П. Баранова, Л. А. Тарасевич (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2020. – Ч. 4. – С. 151–154.

10. Чжан, Аньци. Словообразование китайских интернет-сленгимов (на материале структур с двумя иероглифами) / Аньци Чжан // Материалы I Международной научно-практической конференции БарГУ. Барановичи, май 2020 г. : в 2 ч. / БарГУ ; редкол.: В. В. Климук (гл. ред.) [и др.]. – Барановичи, 2020. – Ч. 1. – С. 287–289.

11. Чжан, Аньци. Отношение к интернет-сленгу его носителей (на материале китайского языка) / Аньци Чжан // Идеи. Поиски. Решения : сборник статей и тезисов XIV Междунар. науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов, Минск, 20 ноября 2020 г. : в 5 т. / БГУ ; редкол.: Н. Н. Нижнева (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2020. – Т. 1. – С. 153–157.

12. Чжан, Аньци. Сокращение в русском и китайском интернет-сленге / Аньци Чжан // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов, Минск, 15–16 апр. 2021 г. : в 5 ч. / Минск. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Н. Е. Лаптева (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2021. – Ч. 2. – С. 65–68.

13. Чжан, Аньци. Семантическая деривация в китайском и русском интернет-сленге: общее и культурно специфическое / Аньци Чжан // Язык, культура, творчество в трансдисциплинарном измерении: традиции и инновации : тез. докл. междунар. науч. конф., приуроч. к 90-летию со дня рождения проф. В. Н. Телия и 100-летию Белорус. гос. ун-та, Минск, 22–24 окт. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: М. С. Гутовская (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2021. – С. 284–285.

14. Чжан, Аньци. Употребление интернет-сленгизмов носителями русского и китайского языков (на материале анкетирования) / Аньци Чжан // Пути поднебесной : сб. науч. тр. Вып. IX : [по материалам IX междунар. конф. «Китайская цивилизация в диалоге культур»] / Минск. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: А. Н. Гордей (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2022. – С. 73–80.

РЕЗЮМЕ

Чжан Аньци

ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ

Ключевые слова: социальная подсистема языка, сленг, словообразование, структура и семантика сленгизмов, функционирование сленга, анкетирование.

Цель исследования заключается в выявлении структурно-семантических и функциональных свойств русского и китайского интернет-сленга.

Методы исследования: деривационный анализ, элементы количественного метода, социолингвистические методы (анкетирование).

Полученные результаты и их новизна. Выявлены структурно-семантические свойства интернет-сленгизмов русского и китайского языков: установлены типы слов русского и китайского интернет-сленга с точки зрения их мотивированности; определены основные средства и модели словообразования и семантические процессы, их сопровождающие; установлен характер семантических групп русских и китайских сленгизмов. Определены функциональные свойства русского и китайского интернет-сленгов: определены их источники, сферы и частота употребления сленгизмов, отношение к сленгу его носителей. Выявлена зависимость функционирования русского и китайского интернет-сленгов от социальных факторов. Определена динамика развития русского интернет-сленга. Проведено комплексное исследование русского и китайского интернет-сленгов, затрагивающее как его структурную и семантическую, так и функциональную стороны. Это позволило связать структурно-семантические характеристики интернет-сленга двух языков с его функционированием. Новым для лингвистики является также сопоставление структурно-семантической и функциональной специфики интернет-сленга в двух разноструктурных языках – русском и китайском.

Рекомендации по использованию полученных результатов и область применения. Материалы и практические результаты исследования могут найти применение как в процессе преподавания лексикологии русского и китайского языков, социолингвистики и, в частности, социолектологии студентам гуманитарных вузов, так и в лексикографической практике по составлению двуязычных русско-китайских сленговых словарей.

РЭЗЬЮМЭ

Чжан Аньцы

ІНТЭРНЭТ-СЛЭНГ У РУСКАЙ І КІТАЙСКАЙ МОВАХ: СТРУКТУРА, СЕМАНТЫКА І ФУНКЦЫЯНАВАННЕ

Ключавыя словы: сацыяльная падсістэма мовы, слэнг, словаўтварэнне, структура і семантыка слэнгізмаў, функцыянаванне слэнгу, анкетаванне.

Мэта даследавання заключаецца ў выяўленні структурна-семантычных і функцыянальных якасцей рускага і кітайскага інтэрнэт-слэнгу.

Метады даследавання: дэрывацыйны аналіз, элементы колькаснага метаду, сацыялінгвістычныя метады (анкетаванне).

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Выяўлены структурна-семантычныя ўласцівасці інтэрнэт-слэнгізмаў рускай і кітайскай моў: устаноўлены тыпы слоў рускага і кітайскага інтэрнэт-слэнгу з пункту гледжання іх матываванасці; вызначаны асноўныя сродкі і мадэлі словаўтварэння і семантычныя працэсы, якія іх суправаджаюць; устаноўлены характар семантычных груп рускіх і кітайскіх слэнгізмаў. Вызначаны функцыянальныя ўласцівасці рускага і кітайскага інтэрнэт-слэнгаў: вызначаны іх крыніцы, сферы і частата ўжывання слэнгізмаў, стаўленне да слэнгу яго носьбітаў. Выяўлена залежнасць функцыянавання рускага і кітайскага інтэрнэт-слэнгаў ад сацыяльных фактараў. Вызначана дынаміка развіцця рускага інтэрнэт-слэнгу. Праведзена комплекснае даследаванне рускага і кітайскага інтэрнэт-слэнгаў, якое закранае як яго структурны і семантычны, так і функцыянальны бакі. Гэта дазволіла звязаць структурна-семантычныя характарыстыкі інтэрнэт-слэнгу дзвюх моў з яго функцыянаваннем. Новым для лінгвістыкі з'яўляецца таксама супастаўленне структурна-семантычнай і функцыянальнай спецыфікі інтэрнэт-слэнгу ў дзвюх рознаструктурных мовах – рускай і кітайскай.

Рэкамендацыі па выкарыстанні атрыманых вынікаў і вобласць прымянення. Матэрыялы і практычныя вынікі даследавання могуць знайсці прымяненне як у працэсе выкладання лексікалогіі рускай і кітайскай моў, сацыялінгвістыкі і, у прыватнасці, сацыялекталогіі студэнтам гуманітарных ВНУ, так і ў лексікаграфічнай практыцы па складанні двухмоўных руска-кітайскіх слэнгавых слоўнікаў.

SUMMARY

Zhang Anqi

INTERNET SLANG IN RUSSIAN AND CHINESE: STRUCTURE, SEMANTICS AND FUNCTIONING

Keywords: social subsystem of the language, slang, word formation, structure and semantics of slangisms, functioning of slang, questionnaire survey.

The aim of the research is to identify the structural, semantic and functional properties of Russian and Chinese Internet slang.

Methods of the research: derivational analysis, elements of quantitative method, sociolinguistic methods (questionnaire).

The results obtained and their novelty. The structural and semantic properties of the Internet slangisms of the Russian and Chinese languages were revealed: the types of words of Russian and Chinese Internet slang were identified from the point of view of their motivation; the main means and models of word formation and the semantic processes accompanying them were determined; the character of semantic groups of Russian and Chinese slangisms was established. The functional properties of Internet slang in Russian and Chinese were revealed: the sources, the spheres and frequency of use of the slangisms, the attitude of the native speakers towards slang is determined. The dependence of Russian and Chinese Internet slang functioning on social factors was revealed. The dynamics of Russian Internet slang development was determined. Thus, a comprehensive study of Russian and Chinese Internet slang was carried out, that embraced its structural, semantic, and functional aspects. This research made it possible to link the structural and semantic characteristics of the Internet slang in the two languages with its functional characteristics. The contrastive study of the structural-semantic and functional features of Internet slang in two structurally different languages (Russian and Chinese) is carried out in linguistics for the first time.

Recommendations for the use of the results obtained and spheres of application. The materials and practical results of the study can be used in teaching Russian and Chinese lexicology, sociolinguistics and, in particular, sociolectology, Russian-Chinese and Chinese-Russian translation for students of humanities at universities, as well as in lexicographic practice of compiling bilingual Russian-Chinese slang dictionaries.

Научное издание

Чжан Аньци

**ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ:
СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ**

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук
по специальности 10.02.20 – сравнительно-историческое,
типологическое и сопоставительное языкознание

Ответственный за выпуск *Чжан Аньци*

Подписано в печать 01.09.2023. Формат 60×84 1/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография, цифровая печать. Усл. печ. л. 1,57. Уч.-изд. л. 1,38. Тираж 100 экз. Заказ 34.

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2014 г. № 1/337. ЛП № 38200000064344 от 10.07.2020 г.

Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.