

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет сходознавства

Кафедра китайської філології

Кваліфікаційна робота магістра з

китайської філології

на тему:

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО
КИТАЙСЬКОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ**

Студентки групи ЗМкит 58-21

факультету сходознавства

заочної форми навчання

Освітньої програми

Східна філологія: китайська мова і література,

переклад, методика навчання

Спеціальності 035 Філологія

Спеціалізації 035.065 Східні мови та

Літератури (переклад включно),

перша – китайська

Білоус Дар'ї Олексіївни

Науковий керівник:

д. філологічних наук Валігура О.Р.

Допущена до захисту «___» _____ 2022 року

Завідувач кафедри _____ Любимова Ю. С.

(підпис)

(ПІБ)

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2022

ЗМІСТ	
ВСТУП.....	3
Розділ 1.	6
Теоретичні основи Інтернет-дискурсу та його комунікативний статус.....	6
1.1. Дослідження дискурсу в сучасній науковій парадигмі.....	6
1.2. Лінгвістичний підхід до аналізу Інтернет-дискурсу.....	10
1.3. Поняття “сленг” та особливості мови Інтернету.....	17
1.4. Вплив технологічних факторів на комунікацію в Інтернеті.	30
Висновки до 1 Розділу.....	36
Розділ 2.	39
Тенденції та особливості розвитку китайської Інтернет-лексики на матеріалі словника «Сінхуа».....	39
2.1. Склад Інтернет-лексики китайської мови.	39
2.2. Стилi Інтернет-мови Китаю.....	43
2.3. Функції Інтернет-сленгу в сучасній китайській мові. Види Інтернет-сленгу.....	47
2.4. Особливості вживання Інтернет-сленгу в китайській блогосфері.....	51
Висновок до 2 розділу.....	56
Розділ 3.....	59
Аналіз лексико-семантичних особливостей Інтернет-лексики китайської мови.....	59
3.1. Семантико-тематичне членування Інтернет-лексики китайської мови.....	59
3.2. Словотворчі механізми та прийоми у формуванні Інтернет-лексики... ..	74
Висновки до розділу 3.....	95
ВИСНОВКИ.....	97
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	99
СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	102
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	103
ДОДАТОК.....	104
РЕЗЮМЕ.....	109

ВСТУП

На сьогоднішній день неможливо уявити життя сучасної людини без Інтернету. Технологія всесвітньої мережі застосовується у всіх країнах і торкається всіх сфер життя. Це особливо актуально для такої країни, як Китай, де кількість користувачів перевищує населення усієї Європи.

Китайська мова, як і інші мови, зазнала змін у зв'язку з впровадженням Інтернету в життя сучасної людини. Найбільш яскраво ці зміни відбиваються на лексиці, а зокрема на сленгу .

Дане наукове дослідження присвячене вивченню сучасного китайського Інтернет-дискурсу, систематизації та узагальненню існуючих методів його вивчення, аналізу його характерних рис, методів формування Інтернет-лексики , її використання у повсякденному житті та вплив на сучасне китайське суспільство.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що у зв'язку з розвитком комп'ютерних технологій Інтернет-лексика набула особливої популярності серед користувачів мережі Інтернет. Внаслідок чого виникла потреба у вивченні особливостей її споживання.

Об'єктом дослідження є Інтернет-лексика у китайській блогосфері.

Предметом дослідження є особливості вживання Інтернет-сленгу в китайській блогосфері.

Метою дослідження є ретельний аналіз лексико-семантичних особливостей сучасної китайської Інтернет-лексики, вивчення особливостей вживання Інтернет-сленгу в китайській мові та виявлення найбільш продуктивних видів китайського Інтернет-сленгу та його провідних функцій. Ця мета передбачає вирішення наступних завдань:

1) розглянути визначення поняття «Інтернет-дискурс», визначити його комунікативний статус, дати визначення поняттю «Інтернет-сленг»;

- 2) виявити склад, стилі та функції сленгу;
- 3) проаналізувати вживання Інтернет-сленгу (на матеріалі постів Sina Weibo);
- 4) вивчити лексико-семантичні особливості Інтернет-лексики ;
- 5) провести аналіз впливу Інтернет-лексики на сучасне китайське суспільство.

Досягнення поставлених завдань були використані такі методи дослідження: описовий метод, метод систематизації даних, метод компонентного аналізу, метод контекстуального аналізу, метод статистичних підрахунків.

Матеріалом дослідження послужили китайськомовні пости у китайському сервісі мікроблогів Sina Weibo. Мовний матеріал та приклади були відібрані методом суцільної вибірки.

Теоретичною базою даної випускної кваліфікаційної роботи послужили розробки таких дослідників як Т.А. Ван Дейк, Кристал Д., Хай Чжун, Юй Геньюань, Гао Лівей, Люй Мінчень, Чжан Юньхуей, Тан Мейін, Ян Сяопін, Цао Цзінь, Шень Сяолун.

Теоретична значущість даного дослідження обумовлена вкладом у вивчення питань, пов'язаних із використанням Інтернет-сленгу у китайській мові.

Практична значимість даної роботи полягає в тому, що результати можуть бути застосовані як матеріал для написання статей відповідної тематики, при написанні курсових та дипломних робіт, а також при розробці курсів з практики усного та писемного мовлення та перекладу, лексикології, стилістики китайської мови.

Мета та завдання даної випускної кваліфікаційної роботи визначили її структуру. Структура роботи включає вступ, перший розділ, другий розділ, третій розділ, висновки і список літератури.

Вступ складається з наступних пунктів: актуальність обраної теми, об'єкт, предмет, цілі та завдання роботи, опис методологічної основи дослідження та матеріалів дослідження, теоретична значущість, практична значимість та опис структури роботи.

У першому розділі нами було розглянуто загальне поняття Інтернет-дискурсу в сучасній науковій парадигмі, нами було визначено поняття сленгу та його відхилення від таких понять як жаргон, професіоналізм, арго, вульгаризми, розглянуто основні функції сленгу та особливості мережі мови Інтернет.

У другому розділі ми досліджуємо тенденції та особливості розвитку китайської Інтернет-лексики. У пункті 2.1 розглядаємо функції Інтернет-сленгу китайської мови, у пункті 2.2. склад Інтернет-сленгу, у пункті 2.3. стилі Інтернет-сленгу. Практичною частиною є аналіз сленгових виразів Інтернету у китайській мові на матеріалі Sina Weibo.

У третьому розділі ми провели аналіз лексико-семантичних особливостей Інтернет-дискурсу, а саме словотворчих механізмів та прийомів у формуванні Інтернет-лексики.

Наприкінці, нами було підбито підсумок виконаної роботи, було підсумовано висновки, зроблені під час дослідження.

Розділ 1.

Теоретичні основи Інтернет-дискурсу та його комунікативний статус.

1.1. Дослідження дискурсу в сучасній науковій парадигмі

Поняття «дискурс», на даний момент, не має однозначного трактування, вчені та лінгвісти, в силу свого певного мовного бачення картини світу проводять різні дослідження, пов'язані з термінологічним визначенням дискурсу. Тим не менш, у середині 60-х років ХХ століття сформувалася сучасна теорія дискурсу як самостійна міждисциплінарна область. У сучасному мовознавстві пріоритет у визначенні поняття дискурс віддається Т.А. Ван Дейку – професору амстердамського університету, автору десятка книг та статей, присвячених дискурсу та дискурс-аналізу. В його розумінні «...дискурс - це складне комунікативне явище, що включає, крім тексту, ще й екстралінгвістичні чинники (знання про світ, установки, цілі адресанта), необхідні розуміння тексту» (van Dijk Teun A. , *Ideology and Discourse Analysis Ideology Symposium* Oxford, September 2004. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona Secondversion. November 2004. // <http://www.discourse-in-society.org>))

Багато вчених та лінгвістів звертаються до праць Т.А. Ван Дейка, в яких представлена вища лаконічна дефініція дискурсу, що послужила ядром багатьох лінгвістичних досліджень. Іншими словами, у глобальному сенсі дискурс є комунікативною подією, яка відбувається між учасниками акту комунікації у процесі спілкування у певний проміжок часу. Ця комунікація може включати мовні, письмові, вербальні і невербальні компоненти. У вужчому сенсі виділяють лише вербальну сторону і згадують її далі як «текст» чи «розмова» (van Dijk Teun A. , *Principles of critical discourse analysis*, 1993)

У 70-80 рр. ХХ століття у лінгвістиці серед вчених виникає певна тенденція у поділі понять «дискурс» та «текст» за підтримки близького зв'язку між ними. У працях деяких вчених текст визначається як фрагмент дискурсу як його основна частина. Інші вчені, наприклад, розглядають дискурс як

цілісний текст чи сукупність текстів із будь-якими загальними ознаками. У лінгвістичному енциклопедичному словнику наводить таку дефініцію дискурсу:

«Дискурс (від франц. «discours» – «мова») – зв'язковий текст разом із екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, взятий у понятійному аспекті; мова, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, бере участь у взаємодії людей та механізмах їх свідомості (когнітивних процесах) (安志伟, 2012).

1. Дискурс – це мова, занурена у життя. Тому термін «дискурс», на відміну від терміну «текст», не застосовується до давніх та інших текстів, зв'язки яких із живим життям не відновлюються безпосередньо.

Більшість вчених дотримуються напрямів у дослідженні дискурсу та тексту в парадигмі одиниць мови. З цієї точки зору дискурс є одиницею мови, тому що є актуальною мовною дією, а текст, у свою чергу, є одиницею мови, яка являє собою абстрактну граматичну структуру сказаного. Під дискурсом розглядають «...саме когнітивний процес, пов'язаний з реальним мовним виробництвом, створенням мовного твору, текст є кінцевим результатом процесу мовної діяльності, що виливається в певну закінчену (і зафіксовану) форму. Текст може трактуватися як дискурс лише тоді, коли він реально сприймається і потрапляє в поточну свідомість сприймаючого його людину» (Приходько, 2007)

Деякі вчені розглядають дискурс як процес, що включає одночасно два компоненти: динамічний процес мовної діяльності, вписаної в неї соціальний контекст, та її результат «текст», який визначається переважно як статичний об'єкт (Шевченко, 2006)

Підсумовуючи вищенаведені дефініції поняття «дискурс», слід вивести формулювання даного терміну, який активно використовується в сучасній

лінгвістиці. Дискурс є близьким за змістом до поняття «текст», але акцентує увагу на динамічності, розгортанні в часі, природі мовного спілкування.

У протиставлення цьому, під «текстом» представляється переважно статичний об'єкт, результат акту комунікації. Деякі дослідники, визначають дискурс як процес, який включає одночасно дві складові: і динамічний процес мовної діяльності, вписаної в її соціальний контекст, та її результат у вигляді тексту. Саме останнє трактування візьмемо за краще визначення поняття «дискурс» (Brown G., 1983)

Для ознайомлення з поняттям «Інтернет-дискурс» слід розглянути природу виникнення цього явища. В даному випадку, віртуальний простір є творінням людини, яка штучно створила цифровий світ. Отже, Інтернет-простір є безпосередньо штучне середовище комунікації, у якому взаємодіють штучні комуніканти. У цій ситуації немає можливості розглядати Інтернет-спілкування як живе спілкування із реальною присутністю учасників комунікації. Але якщо подивитися з іншого боку, то в ролі віртуальних співрозмовників виступають реальні люди, які формують адресата завдяки своїй фантазії та якомусь життєвому досвіду, що включає психологічні проблеми та стереотипи (Дудоладова, 2008), а такі технічні засоби, як телефон та комп'ютер, є інструментами для зв'язку між відправником та одержувачем. Таким чином, про Інтернет-дискурс варто говорити як про окреме явище, яке потребує глибшого теоретичного дослідження.

Далі слід ознайомитись з декількома трактуваннями цього поняття. Можна розглядати «Інтернет-дискурс» з погляду віртуальної комунікації, і розуміти під ним комунікативну взаємодію, що здійснюється за допомогою комп'ютера, при якому створюється особлива модель реальності, що характеризується ефектом присутності людини в ній і дозволяє діяти з уявними та реальними об'єктами (van Dijk Teun A. , Principles of critical discourse analysis, 1993). Інтернет-дискурс, «...являючи собою багатожанровий функціональний різновид публічної монологічної та

діалогічної мови, характеризується цілим рядом специфічних комунікативних засобів. Своєрідність мовного спілкування учасників комп'ютерної комунікації полягає не тільки у використанні професіоналізмів, а й у комбінації лексичних одиниць, що належать до різних стилів та реєстрів, утворених відповідно до прагматичних установок та цілей спілкування в комп'ютерній мережі» (van Dijk Teun A. , Political discourse and ideology University of Amsterdam. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona // Doxa Comunicaci N1)

Справедливе зауваження, в даний час кіберпростір стає повноправним комунікативним середовищем, що викликає ажіотаж серед дослідників, і стає одним із тем-фаворитів у рамках дискурсивних досліджень. Текст, занурений у комунікативну дію в самому кіберпросторі, вченими починає розглядатися як зовсім новий тип дискурсу, далі іменований як комп'ютерний, електронний, мережевий, віртуальний та Інтернет-дискурс. Оскільки кіберпростір є невід'ємною частиною віртуальної реальності, і має безпосередній зв'язок з глобальною комп'ютерною мережею Інтернет, назви дискурсу можна закономірно вважати синонімічними поняттями, які можна було б об'єднати одним поняттям, як «дискурс кіберпростору» (van Dijk Teun, 2006)

Однак, при поглибленому вивченні проблематики даного питання стає очевидним факт, що дані види дискурсу мають деякі відмінності при наявних точках взаємоперетину. Щодо понять «комп'ютерний дискурс» та «електронний дискурс», всі вони по праву вважаються тотожними, тому що позначають текст, який занурений у комунікаційне середовище за рахунок комп'ютерних систем.

«Інтернет-дискурс» включає щось інше, мається на увазі розгляд тексту під час спілкування в глобальній мережі або просторах Інтернет. «Мережевий дискурс» має ширше значення, ніж «Інтернет-дискурс», тому що виступає в ролі тексту, який занурений у комунікативне середовище як в Інтернеті, так і в інших мережах, до яких також належать локальні. Окрім цього, «мережевий

дискурс» та «Інтернет-дискурс» є частиною поняття комп'ютерного дискурсу. У цій ситуації, наведені вище види дискурсу мають відмінну особливість, а саме вказівку на будь-який засіб зв'язку, що характеризує створюваний акт комунікації.

Інтернет- дискурс це текст, який занурений в комунікативне середовище у віртуальній реальності, частково відрізняється від вищезгаданих видів, тому що має на увазі не тільки текст, який створюється під час спілкування, що відрізняється від безпосереднього контакту особливим каналом зв'язку, а й звертає увагу до характеристики поняття «віртуальна реальність». «Віртуальна реальність у контексті інформаційних технологій розглядається як вид символічної реальності, що здійснює принцип зворотного зв'язку (Мойсеєнко, 2010).

Під символічною реальністю розуміється простір людської уяви, в якому предмети та явища матеріального світу виступають як спеціальні замітники – знаки та символи, за допомогою яких здійснюється його взаємодія з іншими людьми та навколишнім середовищем» (Herring, 2004) . Тому в цьому дослідженні основою взято поняття «Інтернет-дискурс», тому що воно частіше зустрічається в роботах вчених і може включати всі вищенаведені типи дискурсу, при цьому включаючи всілякі способи віртуального спілкування.

Таким чином, Інтернет-дискурс розуміється як текст, занурений у ситуацію спілкування у віртуальній реальності. А для спілкування у віртуальній реальності можна використовувати як Інтернет, так і мобільний телефон із системою смс-повідомлень.

1.2. Лінгвістичний підхід до аналізу Інтернет-дискурсу.

Як правило, більшість лінгвістичних досліджень Інтернету орієнтована на віртуальний дискурс, вивчення його лінгвопрагматичних та лінгвокультурологічних аспектів, жанрових особливостей та їх проявів на

різних мовних рівнях. Сучасні тенденції розвитку інформаційних технологій визначили формування нового типу простору – інформаційного. Інтернет-простір – це особливий вид інформаційного простору, який є його репрезентативною частиною, саме тому в рамках Інтернет-дискурсу відбувається реалізація основних (семантичних та когнітивних) та допоміжних поведінкових стратегій. У сучасних умовах інформатизації життєдіяльність суспільства безпосередньо залежить від його здатності отримувати та ефективно використовувати необхідну інформацію, спрямовану на задоволення комунікативних потреб, як цілого соціуму, та і окремої людини (Crystal D. A., 2001).

Мовна взаємодія між комунікантами здійснюється за допомогою усних та писмених форм спілкування в мережі, за допомогою особливостей структури гіпертексту, що визначає зрештою специфічність комунікації в Інтернет-дискурсі (Elaine, 2011).

Однією з найбільш яскравих характеристик, що відрізняють спілкування в рамках Інтернет-дискурсу від спілкування у звичайній мовній ситуації, є – форма комунікації, учасники Інтернет-комунікації не поділяються відстанями або мовними бар'єрами, до комунікації у віртуальному дискурсі кожен може приєднатися будь-якої миті, отримати інформацію і, трансформувачи її через власний досвід, залишити будь-який відгук на отримане повідомлення.

Акцентуючи увагу на учасниках Інтернет-дискурсу, тут треба враховувати всіх користувачів розважальних, інформаційних та інших ресурсів, що надає Інтернет. За рахунок відсутності безпосереднього контакту з учасниками спілкування з'являється можливість наявності певної анонімності, що допомагає уникнути деякого психологічного дискомфорту, що може виникнути за реальної ситуації спілкування (Guobin, 2011).

Ще однією особливістю Інтернет-дискурсу є відсутність певної вікової та статусної градації. Також у рамках чату або форуму існують модератори та

відвідувачі. Однак, будучи штучно створеним комунікативним середовищем, як це було зазначено раніше, Інтернет-дискурс є якимось умовним поняттям і не має просторових і тимчасових кордонів (Серажим, 2002). Через подібні властивості існує можливість для комунікативного середовища між двома або великою кількістю співрозмовників у реальний момент часу з будь-якого куточка планети. Так, можна виділити кілька основних цілей Інтернет-дискурсу:

- реалізація оперативного вирішення актуальних питань;
- пошук необхідної інформації;
- різноманітність дозвілля.

Далі для поглибленого вивчення поняття «Інтернет-дискурс» слід зазначити, що в міру розвитку інформаційних технологій та появи ресурсів, за допомогою яких здійснюється дистанційне спілкування між комунікантами, активно розвивається та розширюється віртуальний контент, що включає письмові мовні жанри, які у своїй структурі мають компоненти безпосередньо усних мовних жанрів.

Такі особливості мають багато жанрів Інтернет-дискурсу, а саме: форуми, соціальні мережі, блоги, тематичні сайти, чати, віртуальні конференції, електронні месенджери та інше. У свою чергу дослідження жанрів віртуального дискурсу є однією з актуальних проблем лінгвістики, тому що кількість безпосередніх учасників віртуального спілкування постійно збільшується з кожним днем, тому варто докладніше розглянути жанри Інтернет-дискурсу.

Обчислення жанрів дискурсу відбувається на підставі реально існуючих форм комунікації, що склалися природним чином. Жанри дискурсу, що позначаються на цій основі, називаються дискурсотворчими.

Виходячи з міжнародної різноманітності повідомлень дискурсу, обчислення його жанрів можна здійснювати на основі використання стійких типів висловлювань у різних ситуаціях, як вербальне оформлення соціальної взаємодії учасників спілкування. Такі жанри віртуального дискурсу можна назвати дискурсопридбаними, тому що використання стійких типів висловлювань здійснюється вже в сформованих формах комунікації, жорстко зумовлених у віртуальному середовищі певними технічними параметрами (Crystal D. , *The changing nature: a linguistic perspective* , 2010).

До дискурсотворчих жанрів Інтернет-дискурсу належать:

- електронний лист – використання учасниками Інтернет-дискурсу для зв'язку своєї, зареєстрованої на будь-якому сайті, поштової скриньки, здійснюється пересилання текстового повідомлення або вкладеного в лист файлу з однієї поштової скриньки на іншу;
- форум – спілкування між учасниками Інтернет-дискурсу, учасники якого на спеціальних сайтах на ту чи іншу тему залишають коментарі, серед яких перші висловлювання є ініціальними, тобто задають тему обговорення, а інші коментарі розвивають зміст топіка;
- чат – взаємодія між учасниками Інтернет-дискурсу в режимі реального часу, коли співрозмовники на спеціальному сайті обмінюються невеликими за обсягом повідомленнями на будь-яку тему і які доступні для прочитання багатьма комунікантами;
- блог – це спеціальний сайт у формі мережевого щоденника, в якому записи автора, що містять всілякі роздуми та коментарі, розташовуються у зворотному хронологічному порядку, також є можливість коментувати викладену інформацію;
- мережевий щоденник – це електронний ресурс, який є різновидом блогу;

- віртуальна конференція – це зустріч учасників віртуального дискурсу в Інтернет-просторі в режимі віртуального часу, коли співрозмовники ведуть діалог та обмінюються думками на будь-яку тему;

- соціальні мережі – це спеціальний сайт, де учасники мають свою персональну сторінку, на якій розміщують інформацію на будь-які теми, спілкуються з іншими учасниками через обмін повідомленнями або коментують залишену іншими учасниками інформацію, також є можливість створювати обговорення, які за своїм типом схожі з форумом.

До придбаних жанрів Інтернет-дискурсу належать:

- флейм (від англ. «flame» – «полум'яти») – це провокаційне та агресивне повідомлення учасника Інтернет-дискурсу, що включають лайку та грубу лексику, які спрямовані на розпалювання сварки між комунікантами, під час якої відбувається відхід від початкової теми дискусії на особистості;

- флуд (від англ. «flood» – «повінь») – потік повідомлень від учасника Інтернет-дискурсу, яке не несе в собі певного смислового навантаження, тим самим засмічуючи віртуальну дискусію;

- спам (від англ. «spam» – «спам») – це масове анонімне розсилання кореспонденції учасникам Інтернет- дискурсу, що переважно містить рекламні пропозиції.

При такому детальному розгляді Інтернет-дискурсу можна назвати основні лінгвістичні особливості, що використовуються у віртуальному спілкуванні між співрозмовниками, саме реалізацію тенденції до розмовності, і внаслідок цього вживання мовних одиниць неформального спілкування (розмовних виразів, помилок, питальних та окличних речень, використання великої кількості коротких форм та інше) (Crystal D. , *The scope of Internet linguistic* , 2005).

До лінгвістичних особливостей Інтернет-дискурсу можна віднести:

1) іншомовні вкраплення,

наприклад: BASIC 语言是大学学的科目之 Yǔyán shì dàxué xué de kēmù zhī — «мова програмування. Бейсік є однією з дисциплін, яку вивчають в університеті»; POLO 衫有三大国外知名品牌 Shān yǒu sān dà guówài zhīmíng pǐ pǎi — «Три відомі закордонні бренди випускають сорочки поло»;

2) заміна слів цифрами,

наприклад: 5366 – 我想聊聊 Wǒ xiǎng liáo liáo – «хочу побалакати»; 521 – 我爱你 Wǒ ài nǐ – «я тебе люблю»;

3) помилки у вживанні слів,

наприклад: 你在干吗 Nǐ zài gàn ma – «що зараз робиш?» або «чим зараз займаєшся?». У Інтернет-дискурсі дана пропозиція часто пишеться з помилкою 你在干嘛 Nǐ zài gàn ma, запитальна частка 吗 помилково замінюється на інтонаційну частку 嘛, яка у такій позиції зазвичай має значення наснаги чи надії: 不要和我说话 Bùyào hé wǒ shuōhuà – «не розмовляй зі мною» останнім часом у віртуальному дискурсі зустрічається помилкове написання 表和我说话 Biǎo hé wǒ shuōhuà, де 表 використовується замість 不要 через схожість звучання;

4) скорочення,

наприклад: HSK – 汉语水平考试 Hànyǔ shuǐpíng kǎoshì – «іспит на рівень знання китайської мови»;

5) розмовна лексика, просторічні вирази,

наприклад: 大家都知道他, 因为他是个蹭儿 Dàjiā dōu zhīdào tā, yīnwèi tā shìgè cèng er – «усі знають, який він халявщик», у цьому реченні використовується слово 蹭儿 cèng er – «халява; халявщик», що найчастіше зустрічається у

розмовній мові молодих людей; 由于失, 职他被头儿咔嚓了 Yóuyú shī, zhí tā bèi tóu er kā chīle – «він втратив роботу, тому що його звільнив начальник», вживане в цьому реченні слово 咔嚓 kā chī– «звільнити» в основному вживається у розмовній мові;

б) діалектизми,

наприклад: 你买了列巴吗? Nǐ mǎile liè bā ma – «Ти купив хліб?», у цій пропозиції слово 列巴 liè bā – «хліб» (замість 面包 Miànbāo) відноситься до харбінського діалекту і вживається фонетичним запозиченням з російської; 别老蘑菇我 Bié lǎo mógū wǒ – «перестань мене турбувати», у цій пропозиції 别老 Bié lǎo – «не треба, не варто» (замість 别了 Biéle) відноситься до пекінського діалекту;

7) заміна на співзвучні слова з абстрактним змістом,

наприклад: 你过奖了 Nǐ guòjiǎngle – «ти мене перехваляєш», замість ієрогліфа 过奖 Guòjiǎng – «надавати багато честі» в Інтернет-просторі часто зустрічається вираз 你果酱了 Nǐ guǒjiàngle . Тут слово 果酱 guǒjiàng має переклад «варення», але через схоже звучання дане слово замінює стандартне 过奖 для створення комічного ефекту, а значення слова 过酱 Guò jiàng в даному випадку неможливо визначити без контексту. Схожа заміна відбувається зі словосполученням 这样子 Zhèyàng zi - «такий; так», у Інтернет-дискурсі воно часто замінюється виразом 酱子 Jiàng zi через схожість звучання, де 酱 Jiàng має переклад «джем; варення», це заміщення використовується для надання комічного ефекту (陈留, 2002).

Таким чином, розглядаючи Інтернет-дискурс у даному лінгвістичному аспекті, на даний момент можна визначити, що основною рисою віртуального дискурсу стає рівень розмовності, головними ознаками якого є певна

спонтанність, неофіційність, діалогічність та ситуативна закріпленість. У такому разі наступним кроком даного дослідження буде докладне ознайомлення зі специфікою та лексикою, яка відрізняє Інтернет-дискурс від інших видів комунікації та яка переважно властива таким жанрам віртуального дискурсу, як блог, чат, форум, соціальні мережі.

1.3. Поняття “сленг” та особливості мови Інтернету

Сленг (англ. *slang*, кіт. 俚語 *Lǐyǔ*) – це набір слів, а також нових значень вже існуючих слів, які вживаються в різних сферах та різних групах людей (曹起, 2012).

Походження терміну «сленг» викликає безліч суперечок серед лінгвістів. Одним із ранніх тлумачів походження слова «сленг» є Дж. Хоттен (Hutton, 1997), він вважав, що слово «сленг» прийшло до нас з циганської мови «*slang*» - таємна мова. "Сленг" має загальне походження з норвезьким *slenjia-ord* – нове сленгове слово, *slenjanamm* «прізвисько» *slenjia-kjeften* «ляяти, ображати будь-кого».

Спочатку в 1756 терміну «сленг» було приписано значення «особлива мова злодіїв», у 1801 році термін отримав нове визначення «жаргон особливої професії» і лише 1818 року отримав значення «неформальної мови, що характеризується барвистістю та новизною» (Hutton, 1997)

Про перше вживання слова «*slang*» в мовленні на вулицях Англії немає точної інформації, письмово воно з'явилося в джерелах 18 століття. Тоді це слово мало значення «образа». Приблизно в 1850 «сленг» став ширшим поняттям, і позначався як «незаконна» просторічна лексика. Приблизно в той же час з'являються синоніми слова "*slang*" - "*lingo*", що використовувався переважно в нижчих шарах товариства, і «*argot*» - віддавав перевагу кольоровим населенням».

Далі розглянемо деякі з численних визначень поняття «сленг». «Сленг»:

- 1) розмовний варіант професійного мовлення;
- 2) елементи розмовного варіанта тієї чи іншої професійної чи соціальної групи, які, проникаючи в літературну мову або взагалі в мову людей, набувають у цих мовах особливого емоційно-експресивного забарвлення» (曹进., 2012).

Звідси випливає, що перша дефініція сленгу має на увазі низку слів, яких не слід використовувати в офіційних документах, але зручні під час ділової розмови фахівців. Друга дефініція сленгу є інше значення, позначає слова, які вже покинули професійну сферу, і можуть вживатися в лексиконі людей, які представляють різні професії та соціальні верстви. Подібні слова мають виражене яскраво експресивне забарвлення. У зв'язку з цим, вона вважає, що в мові закріплюються саме ті висловлювання, що ототожнюються з культурно-національними еталонами та стереотипами, тому сленг займає важливе місце у відображенні культурно-національної самосвідомості народу та його власної ідентифікації, так, сленг відбиває культурно-національне світогляд.

Поповнюючи «скарбничку» різних трактувань цього популярного явища, можна додати визначення деяких англійських вчених. Американський лінгвіст Ч. Фріз дає «розмите» поняття даному терміну: «Сленг, настільки розширив своє значення і застосовується для позначення такої кількості різних понять, що вкрай важко провести розмежувальну лінію між тим, що є сленгом і що ні» (Fries, 1947). Дослідження цього питання показало, що ще низка англійських учених ототожнюють слово «сленг» з жаргоном, аргом чи кентом. Щоб виявити специфіку сленгу, варто коротко розглянути його передбачувані синоніми.

«Жаргони (арго), тобто діалекти, що складаються з більш-менш довільно обраних, видозмінюваних і поєднаних елементів однієї чи кількох

природних мов і застосовувані (зазвичай в усному спілкуванні) окремою соціальною групою з метою мовного відокремлення, відокремлення від решти даної мовної спільності, іноді як таємні мови (наприклад, злодійський жаргон)» (Hutton, 1997)

Найбільш детально з цього приводу у своїх роботах висловився автор словника сленгу Р. Спірс. Він описує, що «...термін «сленг» спочатку використовувався для позначення британського кримінального жаргону як синоніму слову «кент» («cant»). З роками «сленг» розширює своє значення та в даний час включає різні види нелітературної лексики: жаргон, просторіччя, діалекти і навіть вульгарні слова» (Spears, 1991).

Що ж до лінгвістів, які вивчають китайську мову, де які з них у своїх працях не вживають термін «сленг», проте дають опис схожому поняттю «лексика обмеженого вживання», саме: «...це лексика діалектна, професійно-термінологічна та жаргонно-арготична» (Ткачик, О. В., Роговська Н.В., 2017).

Отже, справедливо буде відзначити, що слід переглянути склад лексики, що відноситься до сленгу, і провести чіткіший кордон між цією нестандартною лексикою, словами жаргонного характеру та професіоналізмами.

Таким чином, сленг та сленгові вирази, що відображають побутові реалії, виступають у ролі символів, зразків та стереотипів культури.

Так, сленг виступає як власне творіння свідомості народу, як втілення багаторічного досвіду даного народу. Також сленг є явищем дійсності, яке протягом тривалого часу спостерігають люди. Деякі вчені ставлять сленг в опозицію літературній мові. Він іноді частково, інколи ж повністю прирівнюється до жаргону. Однак деякі автори категорично визначають сленг як «вульгарну, злодійську мову», інші ж, навпаки, визначають її ознакою життя та поступового розвитку мови, ознакою постійної зміни лексичного складу мови (常晋芳, 2005).

Наведені вище різні трактування дають змогу вивести найбільш суттєві властивості сленгу:

- сленг – це слова та висловлювання, які виходять за рамки літературної мови в рамках вимог сучасної літературної норми;
- сленг – це емоційно забарвлена лексика;
- сленг – це лексика, що виникає і вживається, насамперед, в усному мовленні;
- сленг має різною мірою виражене фамільярне забарвлення. Ця властивість формує стилістичні рамки його вживання;
- фамільярно-емоційне забарвлення багатьох слів та виразів сленгу має різноманітність відтінків (жартівлива, глузлива, іронічна, зневажлива, груба і навіть вульгарна форма);
- сленг можна розділити залежно від сфери вживання на загальновідомий і загальноповживаний та маловідомий і вузьковживаний;
- більшість слів і виразів сленгу є незрозумілими або малозрозумілими для основної маси населення (властиво тимчасовому періоду, коли вони тільки виникли і перейшли в ширшу область вживання), тому що вони, перш за все, мають зв'язок зі специфічною формою вираження, завдяки численним випадкам перенесення значення (фігурального вживання), особливо характерного для сленгу.

Нерозуміння таких сленгових виразів може бути результатом того, що:

- така нестандартна лексика запозичена з діалектів та жаргонів іноземних мов;
- сленг у своєму складі має різні слова та словосполучення, вживаючи які люди можуть відносити себе до певних соціальних та професійних груп;
- сленг – це яскравий, експресивний шар нелітературної лексики, стиль мови, що займає певну нішу в лінгвістиці та виступає в прямо

протилежній формі вкрай формальної мови. Сленг є живим, рухомих шаром словникового складу мови, що розвивається разом із сучасним світом та відображає будь-які зміни в житті країни та суспільства.

У сучасному китайському словнику «сленг» отримав наступне визначення: 俚语- 粗俗的または通行面极窄的方言词, 如北京话里面的“撒丫子” (开放步子跑), ”开瓢儿“ (脑袋被打破) Lǐyǔ- cūsú demataha tōngxíng miàn jí zhǎi de fāngyán cí, rú běijīng huà li miàn de “sāyāzi ” (kāifàng bùzi pǎo), ” kāi piáo er “(nǎodai bèi dǎrò). «Сленг – це просторічні чи вузько вживані діалектизми. (Переклад Лю Юлі)

Наприклад:

- 撒丫子 Sāyāzi - бігти великими кроками (пек. діал.);
- 开瓢儿 Kāi piáo er - розбити голову.

Сленг часто асоціюють з такими близькими до нього поняттями, як професіоналізми, жаргони, арго та вульгаризми, дані терміни відносять до «нижчого рівня мови».

Професіоналізм – це слова, які об'єднані однією професійної сферою й у невеликих групах людей.

Жаргон – це мова якоїсь соціальної чи іншої об'єднаної спільними інтересами групи, що містить багато слів та виразів, відмінних від загальної мови, зокрема штучних, іноді умовних. Жаргонізми частіше зустрічаються в мовленні, вони об'єднують людей однієї професії, соціального статусу, віку та інтересу. Однією із значущих цілей жаргонів є самовираження і гра (张云辉., 2010).

Арго (від франц. Argot) – це мова закритої соціальної групи. На відміну від жаргонів, при вживанні в мові арго має намір приховати предмет розмови. Головною відмінністю арго є, те, що він не має своєї граматики.

Вульгаризми (від лат. *vulgaris*) – це лексика представників низьких верств суспільства, частіше зустрічається у просторіччі. На даний момент не існує чіткої межі між цими поняттями, оскільки «відмінність між професіоналізмами та жаргонізмами, між просторіччям та діалектизмами взагалі важко піддається обліку. Ці відмінності настільки мізерні в окремих випадках, що часом здається непотрібним саме розмежування. Однак відсутність абсолютного критерію визначення приналежності слова до тієї чи іншої групи не є заперечення існуючих відмінностей».

Сленг у китайській мові займає дуже важливе місце, без нього не обійтися молоді, простому народу та навіть туристам. Сленг у китайській мові – явище вкрай нестабільне та мінливе. Китайський сленг бере свій початок із діалектів, переважно з робітничого класу.

Спочатку сленг з'явився в нижчих шарах робітничого класу та злочинських групах. Особливо вплинули на сленг жаргони, вульгаризми та арго. Сленг робітничого класу тісно пов'язаний з їхньою робочою сферою і повсякденним життям, він включає такі особливості як гумор, простота, новизна та неформальність. Сленг не тільки добре влився в сучасне життя, але й виявив різну життєву силу. Сленг все частіше і частіше зустрічається у фільмах, сучасних романах, а також у газетах, що полюбилися людям нижчого та робітничого класу, в результаті цього сленг увійшов у широкий ужиток, і від нього поступово відокремилося поняття вульгаризм та просторіччя (Adam, 2004).

В даний час сленг став властивий не тільки низьким класам, але й у більшій чи меншій сфері зустрічається у всіх шарах суспільства.

Функції сленгу.

Говорячи про функції сленгу, слід зазначити, що, як і функції мови, функції сленгових виразів також поділяються на дві групи, бо сленг – це мовне явище.

До основних функцій відносяться такі функції як:

-«Комунікативна функція»

Насамперед, сленг служить засобом спілкування, за допомогою сленгу люди спілкуються всередині групи. Це з тим, що сленг, передусім, є знаковою системою, отже, його головною метою є висловлювати та передавати інформацію.

- «Когнітивна функція»

Цю функцію ще називають пізнавальною функцією. Це пов'язано з тим, що окрім головного значення дуже часто сленг несе ще додаткове значення, яке відсутнє в головному значенні. Отже, за допомогою сленгів людина сприймає ще й додаткову інформацію про навколишній світ.

До приватних функцій сленгових виразів слід віднести такі функції як:

- «Номінативна функція»

Номінативна функція є похідною від когнітивної функції. Ця функція відбивається у пристосуванні молоді до технічного прогресу та до сучасної моди. Ці слова найчастіше приходять до нас з інших мов. Це можуть бути як не загальнонаціональні слова так і не слова повсякденно-розмовної мови.

- «Емоційно-експресивна функція»

За допомогою сленгу ми можемо висловити свої почуття та емоції. Так як сленг нерідко перебирає елементи іронії, презирства, і оцінювання (майже всі типи конотації). Практично всьому сленгу можна знайти аналог у літературній мові, менш експресивний, ніж сленг. Експресивність сленгу досягається образністю, а також цікавим спотворенням первісного значення слова. Яскраво виражена експресивність часто зустрічається при описі негативних явищ.

-«Оцінна функція»

Сленг дозволяє нам висловити своє ставлення до того, хто говорить або до предмета. Ця функція безпосередньо пов'язана з експресивною функцією сленгу.

-«Творча функція»

Ми можемо самостійно вигадувати та створювати нові сленги.

-«Світоглядна функція»

Оскільки одна людина може мати сленгову лексику різних сфер і мати кілька аналогів одного сленгу та вживати її в залежності від сфери спілкування. Так, наприклад, лексика людей з вищих верств включає себе як літературну мову, так й загально-побутовий сленг .

-«Функція економії часу»

Ця функція досягається за рахунок абрєвіації та скорочення сленгів. Інтернет – це глобальна інформаційна система, яка:

- логічно пов'язана простором глобальних унікальних адрес, заснованих на Інтернет-протоколі (IP) або на подальших розширеннях (IP);

- здатна підтримувати комунікації із використанням сімейства протоколу управління передачею/Інтернет-протоколу (TCP/IP) або його наступних розширень/ наступників та/або інших IP-сумісних протоколів;

- забезпечує, використовує або робить доступною, на громадській або приватній основі, високорівневі сервіси, надбудовані над описаною тут комунікаційною та іншою пов'язаною інфраструктурою.

Виникнення всесвітньої комп'ютерної мережі Інтернет стало можливим завдяки розвитку такої філософської думки як «накопичення знань». Вже в епоху Середньовіччя філософи почали говорити про створення «Віртуальної реальності». Таким чином, через кілька століть сформувався ідея «Мережі», яка і пізніше переросла у створення всесвітньої комп'ютерної мережі Інтернет.

Однією з найбільших проблем створення Інтернету стало об'єднання величезної кількості інформації, її зберігання та зручність у використанні.

Інтернет у наш час є величезний скарб різних ідей, мультимедіа, соціальних мереж, гіпертексту та ін. Фундамент теоретичної ідеї Інтернету включають його у фрагмент світової історії та культури, а основні форми та домінанти цих ідей виникли в переломні епохи, які в даний час розглядаються як революції (Herring, 2004).

Перша революція пов'язана з появою писемності. Це дало людям можливість накопичення знань та досвіду, і передачі їх від покоління до покоління.

Друга революція припадає на середину XVI століття, пов'язана головним чином з винаходом друкарства, яке надало значний вплив на зміну індустріального суспільства, культури, а так само організацію діяльності. Саме книгодрукування сприяло виникненню масового виробництва та стандартизацію процесу обробки інформації, яка проклала шлях промисловій революції.

У наступні десятиліття в Європі було створено нові університети, але вони значно відрізнялися від тих, що раніше існували. У нових університетах більше уваги приділялося таким дисциплінам як: право, медицина, математика, природні науки. Завдяки появі друкарства сформувався новий клас спеціалістів з інформаційної технології .

Третя революція – кінець XIX століття, яке ознаменовано винаходом електрики, що сприяло появі телеграфу, телефонів та радіо, які значно спростили процес передачі.

І нарешті, четверта революція, яка припадає на 70-ті роки XX століття. Саме цей період інформаційної революції пов'язаний з винаходом мікропроцесорної технології та появою персональних комп'ютерів. За

допомогою мікропроцесорів та інтегральних схем створюються комп'ютери, комп'ютерні мережі та системи передачі даних .

Цей період ознаменований трьома основними інноваціями:

1. Перехід від механічних та електричних засобів обробки інформації до електронних засобів обробки.
2. Зменшення розмірів пристроїв, приладів, машин, вузлів тощо.
3. Поява програмно-керованих пристроїв та процесорів.

Саме ця революція висунула на перший план інформаційну індустрію, яка безпосередньо пов'язана з виробництвом технічних засобів та методів, а також технологій для створення нових знань.

З появою Інтернету з'явився новий вид спілкування – соціальні мережі. Цей феномен з'явився відносно недавно. У теперішній час Інтернет є одним з основних джерел інформації, яким активно користується людство.

Перші спроби мережного спілкування були зроблені в 1960-х роках минулого століття у США. З цією метою були з'єднані кілька комп'ютерів в мережі для обміну даними. Інтернет досить швидко став засобом міжособистісного спілкування. Таким чином, Інтернет отримав високий рівень популярності, що у свою чергу зацікавило багатьох вчених із різних галузей науки.

Поняття Інтернет-комунікація увійшло до лінгвістики нещодавно, але вже з'явилося чимало робіт, присвячених даному феномену.

Вчені характеризують «Інтернет-комунікацію» як «всю сукупність текстів, об'єднаних загальною тематикою, пов'язаною з сучасними інформаційними технологіями», а «Інтернет-дискурс» як, спілкування в комп'ютерні мережі. Вона виділила такі типи комп'ютерного спілкування:

1) особистісно-орієнтоване – це листування за допомогою електронної пошти;

2) статусно-орієнтоване – спілкування у різних конференціях або форумах з різними темами чи то конференції з політичною, медичною, спортивною, науковою та інші тематики.

Відмінна специфіка комп'ютерного спілкування – використання особливого роду електронних сигналів комунікації. Інтернет-комунікація – це єдність чотирьох процесів, а саме: у комп'ютерній комунікації створюється нова реальність, в якій відображено об'єктивну дійсність і виражається суб'єктивно-особистісний світ, а також здійснюється передача духовного змісту всім учасникам комунікації.

Також слід зазначити, що Інтернет-дискурс частіше представляється у письмовому варіанті.

Комп'ютерна комунікація сама по собі є багатогранною, так як їй властиві характеристики інших видів комунікацій. З погляду масштабу, комп'ютерна комунікація містить у собі риси масової комунікації, тобто спілкування з усім світом.

Розглянемо специфіку мови мережі Інтернет.

Відрізняють такі особливості:

1. Електронний сигнал як канал спілкування;

Є однією з відмінних рис Інтернет-дискурсу, але в даному випадку його слід віднести більше до цифрового сигналу, а не до електронного.

2. Віртуальність;

Однією з відмінних рис комп'ютерного спілкування є віртуальність. У віртуальному спілкуванні інший учасник комунікації здебільшого є домисленим, тобто придуманим свідомістю комуніканта.

3. Опосередкованість;

Опосередкований – даний не безпосередньо, а за допомогою чогось іншого. Це поняття пов'язане з терміном «комп'ютерно-опосередкована комунікація» – взаємодія людини з людиною здебільшого у письмовому вигляді, які опосередковано пов'язані у комп'ютерній мережі або ж мобільною мережею.

У даному визначенні слід зазначити наступний момент:

- на відміну від спілкування "людина-комп'ютер" тут передбачається спілкування «людина-людина», та їх спілкування здійснюється у вигляді комп'ютерної мережі, тобто опосередковано.

4. Високий ступінь проникності;

Під проникністю розуміється те, що учасником комп'ютерної комунікації може стати будь-яка людина. У цьому випадку слід зазначити специфічну властивість комп'ютерного спілкування "анонімність". Тобто відсутність правдивої інформації або нестачі інформації про співрозмовника. Саме ця якість забезпечує психологічний комфорт комунікантів. При комп'ютерному спілкуванні значно знижується психологічний та соціальний ризик у процесі спілкування.

5. Наявність гіпертексту;

Гіпертекст – «це текст із низкою слів (як правило, якимось чином виділених), які виконують роль посилань і вказують або на інші частини цього ж документа, або взагалі на інший документ» . Гіпертекст є текст та система певних команд за допомогою яких можна здійснити ряд операцій: видаляти, виділяти та багато іншого, тобто гіпертекст включає низку допоміжних інструментів, які дозволяють прискорити процес отримання. Поняття гіпертекстуальності розглядається як набагато ширше поняття, тобто властивість тексту здійснювати відсилення реципієнта до інших текстів,

нелінійний спосіб зберігання інформації (頁), 2013). Виділяють такі структурні елементи гіпертексту:

-окрема інформаційна одиниця;

-гіпертекстове посилання, тобто засіб, який дозволяє переходити від однієї інформаційної одиниці до іншої. Саме гіпертекстове посилання є засобом за допомогою котрого реалізується когезія, а також когерентність.

6.Креолізованість комп'ютерних текстів;

Це ще одна специфіка Інтернет-дискурсу, яка полягає в тому, що Інтернет-дискурс, як правило, містить елементи креолізованих текстів. «Креолізовані тексти – це тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовної/мовленої) і невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова).

Слід зазначити, що за допомогою невербальних елементів креолізованого тексту фізично непередставлена партнером по комунікації віртуальна мовна особистість створює у них певне враження про себе чи ситуацію і змушує комуніканта сприймати вербальну частину тексту під вигідним йому кутом зору.

7. Використання «смайликів» передачі емоцій, почуттів, міміки;

Так як в Інтернет-комунікації виникають труднощі у передачі емоційного компонента, тому прагнення до емоційного наповнення тексту все ж таки знайшло спосіб вираження шляхом створення спеціальних значків для позначення емоцій.

8. Комбінація різних типів тексту;

Хоча Інтернет-дискурс включає різні типи дискурсів, але йому властива своя специфіка та є самостійним видом дискурсу.

9. Специфічна комп'ютерна етика.

Специфічна етика базується на особливостях Інтернету-комунікації:

- високий ступінь анонімності;
- слабкі загальні та культурні межі та регламенти поведінки;
- складність у розпізнаванні емоційної складової спілкування.

1.4. Вплив технологічних факторів на комунікацію в Інтернеті.

Найбільший розвиток Інтернет-комунікації вплинув на мовну економію та створення анонімності в Інтернеті, що можна розглядати як можливість здійснення нового віртуального «я». Економія мовного вираження має прагматичний характер і визначається як «забезпечення читачеві максимуму точної інформації з мінімальною витратою часу та розумових зусиль» (Jones, 1998)

Дослідниками зазначається, що мовна економія пов'язана з такими факторами, як ущільнення інформації, з одного боку, та «закон економії зусиль», з іншого (Калініна, 2013).

Ущільнення інформації може відбуватися за рахунок зменшення кількості мовних одиниць певного висловлювання, що тягне у себе скорочення витраченого часу на його мовне втілення. У цьому разі ми маємо справу з кількісною економією мовного висловлювання. Крім того, можна говорити про якісну мовну економію, що зменшує зусилля, спрямовані на відбір мовних засобів для передачі необхідної інформації, а також на перевірку написаної у письмовій реалізації мови.

Найбільшу значимість мовна економія має у науковій сфері та сфері повсякденного спілкування. У першому випадку вона проявляється як утворення спеціальних скорочень та аббревіатур, а у разі повсякденно-розмовного спілкування її прояв виявляється на різних рівнях. Економія мовного висловлювання є невід'ємною рисою повсякденно-побутового спілкування, у повсякденному житті найчастіше реалізованого в усному неформальному спілкуванні в сім'ї, з друзями чи колегами. Усне спілкування

є спонтанним, непередбаченим, невимушеним, частіше всього діалогічним, що передбачає досить часту зміну реплік, що у мовному плані виявляється у не дуже чіткій звуковій артикуляції та недбалості у виборі лексики, а крім того, вимагає недовгих синтаксичних структур (Crystal D. , *Language and the Internet* , 2004).

Технічні особливості комп'ютера та Інтернету дозволяють вести усне спілкування (Інтернет-телефонія та відеоконференції), але набагато більш поширеною є письмова реалізація комп'ютерно-опосередкованого спілкування, яке за ступенем синхронності більш-менш наближається до обмеженого у часі усного діалогічного спілкування.

Найбільш наближено до усного спілкування синхронне комп'ютерно-опосередковане спілкування у чатах. Споконвіку вважалося, що письмова грамотність визначає статус людини, рівень її освіти, а, можливо, і належність до певного соціального прошарку. Але в рамках Інтернет-дискурсу це явище стикається із протиріччям.

Звичайно, у віртуальному середовищі письмова грамотність співрозмовника буде хорошим тоном, який не залишиться непоміченим. Однак через високу швидкість набору повідомлень, а особливо у випадку із синхронними групами спілкування, де повідомлення можуть з'являтися на екрані майже щомиті, граматичні норми можуть не дотримуватися, а часом і зовсім спотворюватися, наприклад, на зразок розмовного стилю мови.

У такому разі необхідно переконатися, що співрозмовник буде в стані зрозуміти повідомлення, написане з граматичними помилками, а також що співрозмовник має ту розмовну лексику, яка буде використана. В іншому випадку комунікація проходитиме з певною напругою. Крім того, недотримання граматичних норм може бути використано для надання певного забарвлення мови, а також для створення гумористичного підтексту та ефекту невимушеності.

Багато, навіть досвідчених користувачів Інтернету, недооцінюють всієї важливості збагачення свого повідомлення екстралінгвістичними засобами, наприклад, такими як смайли і пунктуаційні символи .

У китайських соціальних мережах і форумах, окрім різноманітних слів та словосполучень, що виражають емоції, широко поширені «стікери» - забавні картинки з текстом, розміром трохи більше, ніж «смайли». Наприклад, дівчата часто відправляють своїм молодим людям наклейку з каверзним питанням: 我萌吗? Wǒméngma? — Я мила? Лексема 萌 méng запозичена з японської мови і означає «милий, симпатичний». За допомогою цієї лексеми відкривається мотив «інтерес».

Чинником встановлення вдалої комунікації є тактовність, і вона більшою мірою характерна для синхронних чат-груп, які, однак, дозволяють вести розмову лише з обмеженою кількістю осіб, наприклад до п'яти учасників. Це обумовлено тим, що в синхронних чат-групах загального користування неможливо дотримуватися порядку і тактовності у принципі через велику кількість співрозмовників.

У випадку, якщо людина бере участь у дискусії в чат-групі з невеликою кількістю співрозмовників або в рамках тет-а-тет, необхідно дотримуватися традиційного порядку обміну повідомленнями, коли люди обмінюються репліками при усній реальній розмові. Якщо комунікант почне говорити під час того, як вже хтось почав оповідання – це буде вважатися поганим тоном. Така сама ситуація має місце і в Інтернет-дискурсі. Завдяки розвитку Інтернет-технологій користувачі отримали можливість бути обізнаними про те, коли один із співрозмовників набирає повідомлення та чи прочитав він попереднє повідомлення.

У пошуках шляхів здійснення вдалої комунікації в рамках Інтернет-дискурсу можна проводити довгі та глибокі дослідження на основі лінгвістики та екстра-лінгвістики, базуючись на соціальному оточенні віртуального середовища, на самому місці здійснення комунікації, чи це ігровому сервері, чат-групі та інше.

Нами були виділено лише основні фактори, за яких здійснюється вдала комунікація в Інтернеті на базовому рівні. Все це відбувається у віртуальному світі, в якому створюються не тільки нові соціальні групи та спільноти, а й нові особистості людей, нові рольові та мовні моделі поведінки. У кожного користувача повинен бути свій ідентифікатор, який виділятиме його серед інших, а також створювати абсолютно нове «я», основу для інших користувачів. Цей ідентифікатор позначається терміном "нікнейм".

Враховуючи безмежність вибору, а також можливість повної модерації та ідеалізації віртуального «я», користувачеві дозволено демонструвати свою віртуальну сутність абсолютно у будь-якому світі.

Інтернет надає безкрайне поле для самопрезентації з позиції, не пов'язаної безпосередньо з особистістю. Віртуальне середовище створює унікальний контекст, в якому людина може експериментувати з образом своєї особистості.

«Нікнейм – неформальне ім'я, яким часто звать друзі або родичі, основою якого може бути відсилання до реального імені або характеру» (переклад наш – А.Я.) (Crystal D. , The language revolution , 2004) наступну інтерпретацію зазначеного поняття:

«Нікнейм – ім'я, дане комусь, яке не є реальним ім'ям і часто пов'язане із зовнішністю чи вчинками».

Таким чином, поняття «нікнейм» не нове. Однак у суспільстві розвинених Інтернет-технологій воно розширило сферу свого значення. Незважаючи на те, що поняття «нікнейм» набуло значного смислового розширення, воно зберегло і одну з колишніх властивостей, яка виявляється при використанні нікнеймів як псевдонім, анонімність. Онлайн-комунікація, подібно до творчості письменників і художників, які використовують псевдоніми, звертається до нікнеймів з метою створення анонімності.

Щонайменше половина користувачів Інтернету створює віртуальний образ, який може бути ідеалізацією особистості, або який не відповідає

реальності ... Створюється віртуальна особистість і її унікальна репрезентація» (劲松, 2000)

Нікнейм – віртуальна оболонка особистості користувача, яка може не збігатися з реальністю, але ґрунтується на поглядах, перевагах людини і служить створенню емоційного тіла спілкування.

Однак у анонімності в Інтернеті, що створюється за допомогою нікнеймів і самим віртуальним оточенням, існує негативна сторона. Наприклад, під час негативного і, можливо, образливого звернення до іншого користувача, адресанта, який написав це неналежне повідомлення, розуміє, що після цього не передбачається жодних наслідків у реальному світі. Цей факт знижує почуття відповідальності у багатьох користувачів, а також може призвести до виникнення недоречної та безпричинної агресії. Подібний прояв агресії відбувається особливо часто на ігрових серверах в Інтернеті, де успішність дій гравців залежить в більшості своїй від командної гри.

У китайському Інтернет-середовищі зустрічаються висловлювання, які замінюють нецензурну лайку, тим самим пом'якшуючи її. Прикладом таких виразів можна вважати 气啊 Qì a – чорт!, де слово 气 Qì має значення «злитися; дратуватися; роздратування; гнів», як і відбивається у такому емотивному компоненті. Для посилення експресивності використовується і морфологічний засіб, виражений вигуком а. Даний вигук є службовим словом, яке виражає вигук. Лайки в Інтернет-середовищі вже не вважаються рідкістю, і стають невід'ємною частиною Інтернет-комунікації. Аббревіатура mmp, якій відповідає 妈卖批 Māmàipī, найбільш цензурною формою перекладу якої є фраза «Твою матір!» прийшла з Сичуанського діалекту, поступово ставши широко поширеною фразою в мережі Інтернет.

Великий психологічний словник наводить таке тлумачення агресії: «Мотивована деструктивна поведінка, що суперечить нормам співіснування людей у суспільстві, що завдає шкоди об'єктам напади, що завдає фізичної шкоди людям або викликає у них психологічний дискомфорт». Далі там же

агресивна поведінка визначається так: «Одна з форм реагування на різні несприятливі у фізичному та психічному плані життєві ситуації, що викликають стрес, фрустрацію та інші стани»

Хоча у визначенні агресивної поведінки і сказано, що вона є реакцією на несприятливі життєві ситуації, часом агресія і ворожість може виникати, начебто, без причини. Наприклад, майже на кожне відео на YouTube є негативні оцінки, незважаючи на те, яким би якісним відео не було. Щоб пояснити цей факт, звернемося до устрою мозку людини та новітнім відкриттям у галузі неврології.

«Коли ми переживаємо якийсь емоційний стан чи здійснюємо якусь дію, активізуються певні нейрони. Але коли ми спостерігаємо за тим, як хтось здійснює дію, чи представляємо це, активізуються багато з тих самих нейронів, які були б задіяні, якби ми самі діяли» Розвиток Інтернету сильно вплинув і на здійснювану комунікацію у віртуальному світі. І хоча подібне спілкування сильно відрізняється від розмовної комунікації, воно все одно дозволяє передавати за допомогою лінгвістичних та екстралінгвістичних засобів експресію, гучність, паузи, ритм тощо.

Приклади можуть включати в себе повторення ієрогліфів, повторення пунктуаційних символів. Збільшений інтервал між ієрогліфами може послужити для створення гучності та ясності повідомлення. У кіберпросторі існують команди та способи, які дозволяють людям висловлювати емоції текстуально, а також додавати до них синтезовані звукові та візуальні ефекти. Поширеним способом подібної передачі емоцій, є висновок текстової емоції у «зірочки» - *. Так інші користувачі розуміють, що це повідомлення не направлене безпосередньо іншому користувачеві, а є емоційним відступом.

Прикладом лінгвістичних засобів вираження емоційного компонента на лексичному рівні можна назвати таку пропозицію: 没毛病老铁 Méimáobìnglǎotiě – без проблем, братику! Емоційний компонент «повага» виражений лексичним засобом 老铁 lǎotiě, який є лексемою північно-східного

діалекту. На північному сході Китаю лексема 老铁 lǎotiě виражає близьке ставлення до співрозмовника, довіру до нього, тим самим набуваючи значення «справжній друг, дружбан, братик, братан». Використання 老铁 lǎotiě надає розмові відтінок невимушеності. Також, за допомогою образотворчої виразної лексики, вираженої у фразі 没毛病 Méimáobìng – без проблем, передається мотив «впевненість». Дослівно дана фраза перекладається як «без дефектів, без вад», але в контексті всієї пропозиції набуває значення «я тобі допоможу».

Обмеження у відсутності міміки, жестів призвели до виникнення смайлів/смайликів. Це комбінація клавіатурних символів, які є емоційною експресією: друкуються в рядок і розміщуються після основної пропозиції. Майже всі їх потрібно читати боком. Роль смайликів дуже важлива, тому що вони допомагають створити взаєморозуміння, теплі відносини, а також згладити сприйняття будь-якого повідомлення. Дуже рідко можна зустріти подібний подив, що виражає смайлик, який пишеться на різних рядках:

(^)_(^)

(O.o)

(``)_(``)

Проте використання таких складних графічних прийомів є надто швидким і безладним обміном повідомленнями, які можуть стати на заваді написанню такого смайлика.

Таким чином, багато аспектів мовлення інтегруються в письмовий варіант мови, який використовується в Інтернеті. Крім того, порівняно з реальністю, зазнає змін сама система та механіка спілкування.

(Мойсеєнко, 2010)

Висновки до 1 Розділу

В даному розділі були розглянуті поняття «дискурс», «Інтернет-дискурс», були вивчені лінгвістичні особливості аналізу Інтернет-дискурсу, дано визначення поняття «сленг», проаналізовано близькі до нього поняття:

«професіоналізм», «жаргон», «арго», «вульгаризм» та виділено функції сленгу, також дано визначення поняттю «Інтернет-комунікація» та виділено її типи, було досліджено вплив технологічних факторів на комунікацію в Інтернеті.

Проведений аналіз наукових досліджень, виконаних у руслі теорії комунікації, лінгвістики тексту, теорії дискурсу, а також теорії жанру та Інтернет-комунікації. Аналіз показав, що Інтернет є технічно-складним інформаційним, комунікаційним і дискурсивним простором. Конститутивними ознаками Інтернету є віртуальність, інтерактивність, глобальність, креативність та анонімність; а зміна інформаційної домінанти Інтернету на комунікативну перетворила структуру всього кіберпростору та його традиційних властивостей: нелінійність та розмитість кордонів, інтерактивність (реципієнт бере участь не тільки у сприйнятті, але й у створенні та зміні тексту за певними правилами чи без правил).

У ході дослідження у пункті 1.3. спочатку були розглянуті різні визначення поняття «сленг», потім, виділені його основні функції:

- «Комунікативна функція»;
- «Когнітивна функція»;
- «Номінативна функція»;
- «Емоційно-експресивна функція»;
- «Оцінна функція»;
- «Творча функція»;
- «Світоглядна функція»;
- «Функція економії часу».

Проаналізувавши визначення понять сленг та дискурс, дані в лінгвістичних словниках, а також вивчивши роботи вітчизняних та закордонних дослідників, ми визначили віртуальне міжособистісне спілкування як Інтернет-комунікацію.

У цій роботі під терміном «Інтернет-комунікація» розуміється спілкування користувачів Інтернету в електронному середовищі, що характеризується комбінацією дискурсів та стилів, має свою термінологічну

базу, відмінний від мови повсякденного спілкування вокабуляр з безліччю сленгізмів та жаргонізмів та реалізований переважно у чатах, форумах, блогах тощо.

У пункті 1.4. нами було розглянуто вплив технологічних чинників, з яких відбувається комунікація в Інтернеті. Все це відбувається у віртуальному світі, в якому створюються не лише нові соціальні групи та спільноти, а й нові особистості людей, нові рольові та мовні моделі поведінки. У кожного користувача повинен бути свій ідентифікатор, який виділятиме його серед інших, а також створювати абсолютно нове «я», основу для інших користувачів. Цей ідентифікатор позначається терміном "нікнейм". Нами було визначено поняття «нікнейм» як :

Нікнейм – неформальне ім'я, яким часто звать друзі або родичі, основою якого може бути відсилання до реального імені або характеру.

Нікнейм – ім'я, дане комусь, яке не є реальним ім'ям і часто пов'язане із зовнішністю чи вчинками.

Нікнейм – віртуальна оболонка особистості користувача, яка може не збігатися з реальністю, але ґрунтується на поглядах, переваги людини і служить створенню емоційного тіла спілкування.

Розділ 2.

Тенденції та особливості розвитку китайської Інтернет-лексики на матеріалі словника «Сінхуа»

Інтернет впливає на багато сфер нашого життя, його вплив проявляється і в мові, формується Інтернет-мова. Інтернет-мова – не окремий вид мови, він створюється на базі повсякденної мови спілкування, доповнюючи і розвиваючи її. «Мова спілкування в Інтернеті сьогодні стає все більш різноманітною і постійно змінюється. У зв'язку з цим безперечний інтерес представляє той факт, яким чином мова Інтернету впливає на сучасну китайську мову» (刘叔新, 2005). У будь-якій мові є кілька розділів: фонетика, граматики, лексика, розвиток кожного з них відбувається нерівномірно, але розділ, який найбільше схильний до змін і розвивається швидше за інших – це лексика. Появі великої кількості іноземних запозичень, літерних слів Інтернет-лексики сприяли характерні для ХХІ ст. процеси глобалізації, інформатизації та інтернаціоналізації. (刘叔新, 2005). Китайська Інтернет-мова містить слова, що записуються ієрогліфами, цифри, буквені слова, а також різні розділові знаки та інші символи.

2.1. Склад Інтернет-лексики китайської мови.

У ході аналізу словника Інтернет-мови «Сінхуа», що містить 2946 лексичних одиниць, було виявлено, що з них 827 лексичних одиниць становлять літерні слова (28,1%), 482 лексичних одиниць складають цифрові слова чи словосполучення (16,3%), 1637 лексичних одиниць – це слова, записані ієрогліфами. (55,6%) (Butler, 1985)

Для систематизації проведеного дослідження представимо отримані дані у вигляді діаграми, зображеної на малюнку 1 «Склад Інтернет-лексики китайської мови», наведеному у додатку.

З наведеної діаграми видно, що найбільшу частину Інтернет-лексики китайської мови складають слова, записані ієрогліфами.

З 1637 слів, записаних ієрогліфами, 94 - це односкладові слова (5,7%), 776 - це двоскладові слова (47,4%), 767 - це трьох і більш складні слова (46,9%) (Butler, 1985).

Останнім часом помічається тенденція розвитку літерних слів у мережевому спілкуванні. Така тенденція спостерігається і в Інтернет-лексиці китайської мови.

Літерні слова в китайській мові можна розділити на кілька типів. Для того, щоб наглядно розділити ці типи буквених слів, зведемо дані в таблицю №1 «Типи буквених слів Інтернет-лексики китайської мови», наведеної в додатку.

Крім того, в Інтернет-словнику спостерігається тенденція розвитку китайської Інтернет-мови до використання комбінацій чисел, наприклад:

- 20170 èr líng yī qiān líng (爱你一千年 ài nǐ yī qiān nián) – буду кохати тебе тисячу років;
- 940194 jiǔ sì líng yī jiǔ sì (告诉你一件事 gàosu nǐ yī jiàn shì) - сказати тобі про одну справу;
- 04551 líng sì wǔ wǔ yī (you are my only one nǐ shì wǒ wéiyī) – ти моя єдина;
- 687 liù bā qī (对起 duìbùqǐ або 了不去 liǎobùqǐ) – вибачте, надзвичайний, видатний.

На малюнку 1, де добре видно, що серед лексичних одиниць, записаних ієрогліфами, переважають багатоскладові слова.

Останнім часом також спостерігається тенденція використання прислівникових ступенів в Інтернет-словнику китайської мови, такі як 巨 jù, наприклад:

- 巨囧- jù jiǒng – дуже сумно;
- 巨搞笑-jù gǎoxiào дуже смішний;
- 巨演声- jù yǎnshēng - дуже красивий;

暴 bào:

- 暴强旖-bào qiánghàn - дуже зухвалий;
- 暴笑-bào xiào - дуже смішний;
- 暴强-bào qiáng - дуже сильний.

Цей діалект досить поширений в Інтернеті.

Також зростає тенденція до використання вигуків, наприклад:

- 切 qiē – презирство;
- 切, 使用人谩理会呀! - qiē, zhè zhǒng rénshuí lǐhuì ya! — Хто на таких звертає увагу!;
- 汗 hàn – означає потрапити в скрутне становище;
- 汗, 在歌厅歌词老师啦! - hàn, zài gētīng yǔ dào lǎoshī la! — Ой, натрапила на вчительку в караоке!

Крім того, частіше вживаються модальні частки, наприклад:

- 滴 dī: 滞是是设计机子滴 – yuánlái shì zhège yàngzi dī! – Виявляється ось як воно!

Ця частка 滴 dī часто використовується замість 的 de або 地 de.

Аналіз слів, записаних ієрогліфами, приведено на малюнку №2 «Склад лексичних одиниць, записаними ієрогліфами», наведеному в додатку.

В ході аналізу було виявлено, що найчастішим способом утворення лексичних одиниць є англійська суфіксація та префіксація, які становлять 67%

від усіх способів творення лексичних одиниць Інтернет-лексики китайської мови.

Найбільш продуктивним словотвірним суфіксом виступає суфікс ʹzú, у словнику вказано 51 слово з цим суфіксом. Цей суфікс може приєднуватися до слів, записаних ієрогліфами, наприклад:

- 围脖族-wéibó zú – не ті, хто носить шарфи, а ті, хто часто користуються мікроблогом ;
- 裸考族 lǚ kǎo zú – ті, хто йде на іспит без будь-якої попередньої підготовки (宗守云, 2012).

Також цей суфікс може приєднуватися і до літерних слів, наприклад:

- WoBoʹ WoBozú – люди, які мають вищу освіту, високий дохід, які прагнуть вільного та комфортного життя (утворено від перших двох літер слів «bourgeois» і «bohemian» – буржуазна богема);
- WINKʹ WINKzú – дівчата, які мають дохід, але не мають дітей (може бути незаміжня дівчина, розлучена або вдова);
- WINKʹ WINKzú - може позначати дівчину, яка має дитину, але з якихось причин не живе з нею разом (WINK - від англ. "women with income, no kids").

Також зустрічаються такі суфікси як 党 dǎng (10%), наприклад, PS 党 PS – люди, які часто використовують програму Photoshop. І такий суфікс як 群 qún (2%), наприклад, QQ 群 QQ qún - груповий чат у програмі QQ.

У Словнику слова, утворені шляхом префіксації, зустрічаються набагато менше порівняно з суфіксацією, такі слова становлять 37% усіх лексичних одиниць, представлених у Словнику. Найбільш продуктивними префіксами є 被 bèi та E. Префікс виражає безвихідь ситуації, безпорадність, наприклад,

被就业 bèijiùyè – влаштуватися на роботу, проте на небажану посаду.

Префікс E зустрічається у таких словах, як:

- E 产品 Echǎnpǐn – електротовари, електроніка;
- E 教室 Ejiàoshì -приміщення з мультимедійним обладнанням.

Інтернет-лексика китайської мови також поповнюється шляхом запозичення з інших мов, переважно з англійської та японської мов.

Наприклад:

- 哈妮 hānī – від англійської «honey» – милий;
- 哈皮 hāpí – від англійської «happy» – щасливий;
- 卡哇伊 kǎwayī – від японського «可愛い» kawaii – милий;
- 纳尼 nàní – від японського «най» nanī – що?

Слова, утворені в такий спосіб, становлять 19%. Інтернет-лексика поповнюється завдяки омонімічності китайської мови. Наприклад:

- 幽香 - вживається замість 邮箱 yóuxiāng (поштова скринька);
- 斑竹 bānzhú вживається замість 版主 bǎnzhǔ (модератор).

Слова, утворені в такий спосіб, становлять 14%.

Для систематизації проведеного дослідження представимо отримані дані у вигляді діаграми, наведеної на малюнку 3 «Способи утворення лексичних одиниць Інтернет-лексики китайської мови», представленої в додатку. На діаграмі можна побачити, що найбільш продуктивними засобами утворення лексичних одиниць китайської Інтернет-лексики є суфіксація і префіксація. Це пояснює особливість утворення лексичних одиниць Інтернет-лексики у китайській мові.

2.2. Стили Интернет-мови Китаю.

Як відомо, існує п'ять історично сформованих функціональних стилів мови, але в Інтернеті діють свої закони. Їхнє завдання – не заповнювати певну сферу спілкування, а урізноманітнити віртуальне, посилювати гумористичний ефект з метою залучення більшої кількості користувачів. Стилї Інтернет мови часто відрізняються один від одного структурою речень, розстановкою знаків пунктуації, також зустрічається особлива лексика, але з боку змісту повідомлення не спостерігається жодних обмежень (Adam, 2004).

1. 咆哮体 ráoxiàotǐ «Плаксивий стиль»

Використовується емоційно забарвлена лексика, велика кількість вигуків, модальних частинок, знаків пунктуації. Фрази цього стилю часто закінчуються виразами:

- «伤不起» [shāngbùqǐ].

Літературний переклад - ніяк не впоратися з (ким/чим), не стерпіти (когось/чогось). Вживається у значенні «нестерпно; нечесно, підло; пастка, яма».

- "有木有" [yǒumùyǒu] - 1) "ти що, так не вважаєш?" 2) «ну, давай, що ти».

2. 淘宝体 táobaoǐ Стилль «Таобао»

Мало хто в нашій країні не чув про цей популярний в КНР Інтернет-магазин. Але не всі знають, що це не просто Інтернет-сервіс. "Таобао" став місцем активної взаємодії покупця з продавцем, покупця з покупцем. Стилль "Таобао" вперше з'явився в описі товару, а потім поступово був «підхоплений» покупцями. Головні особливості: дружелюбність, стислість (张玉玲, 2014).

Чотири важливі слова тут це:

- «亲» [qīn] «рідний» — миле звернення до покупця;
- «包邮» [bāoyóu] «безкоштовна доставка» - означає, що доставка сплачена продавцем;

- «好评» [hǎopíng] – хороша оцінка товару покупцем, хороший відгук;
- «宝贝» [bǎobèi] — дослівно «малюк, коштовність; скарб» — узагальнена назва будь-якого товару.

3. 知音体 zhīyīntǐ Стил ь «Чжи інь»

Назву стил ь отримав від дуже популярного в Китаї періодичного видання «Чжи інь», в якому друкуються сентиментальні розповіді про відносини між людьми. Стил ь використовується в назвах статей, Інтернет-романів та оповідань для привернення уваги читачів.

З'явився у 2008 році, коли один із блогерів закликав користувачів спільноти Тянья давати давно відомим книгам нові назви у пишномовно-сентиментальному стилі (蔡辉., 2003).

Тут же «Червона шапочка» була перейменована на «Мила, добра дівчинка, як твоє благородне серце привело тебе в лапи до злого вовка?».

4. 凡客体 fánkètǐ Стил ь «Фаньке»

Стил ь Фаньке з'явився після того, як у 2010 році компанія 凡客 fánkè запросила молодого письменника Хань Ханя та кумира молоді Ван Лоданя для створення рекламних слоганів компанії. Ці слогани починалися словами «Люблю ..., не люблю ...», а закінчувалися: «Я такий же, як ти, я — Фаньке». З того часу в інтернеті з'явилося безліч забавних пародій на ці слогани під умовною назвою «Я — Фаньке».

5. 脑残体 nǎocántǐ дослівно «дивакуватий, ідіотський» стил ь.

Стил ь 脑残体 nǎocántǐ використовується в різних соціальних мережах, онлайн іграх, у блогах для створення мережевого псевдоніма — «ніка» (від англ. nick name). Часто містить велику кількість розділових знаків, стародавні ієрогліфи, літери інших мов та нові ієрогліфи. Рідко можна здогадатися про реальне значення такого імені, тому стил ь і отримав таку назву.

6. 纺纱体 fǎngshā tǐ «прядений, плетений» стиль

Наслідування стилю Шекспіра. Характерні особливості: пропозиції з інверсією, пишномовні слова, відсутність розділових знаків, заборона на вживання популярної Інтернет-лексики, звернення типу «Ваша величність», «Ваш покірний слуга» і лише на «Ви». При читанні повідомлень у цьому стилі читач начебто потрапляє в епоху Шекспіра.

7. 蜜糖体 mìtáng tǐ «медовий» стиль

"Медовий" стиль з'явився в 2009 році, коли користувач з ніком «爱蜜糖» àimìtáng («люблю мед і цукор») в надто нудотно-манірному стилі прокоментував статтю співтовариства Тянья (天涯 Tiānyá). (天涯 Tiānyá –це один із найпопулярніших Інтернет-форумів у Китаї, налічує більше 13,5 млн. користувачів). Це за кілька днів зробило знаменитим як самого користувача, так і однойменний стиль, який став хітом Інтернету.

Головні особливості: звертаючись до когось у спільноті, використовувати редуплікований нік: маму називати «mammy», тата – «daddy», де можливо, додавати «520» – “我爱你” wǒ ài nǐ– я тебе люблю, замінювати “拜拜喽” bài bài lou (поки що) на «881» тощо.

8. TVB 体 TVB tǐ Стил ь TVB

Скорочено від назви Гонконгської фірми телерадіомовлення (Television Broadcasts Limited). Вона в рік випускає до тисячі годин серіалів та фільмів, які користуються величезною популярністю серед китайського населення всього світу. Стил ь з'явився, коли одна користувачка соцмережі «Тянья» (天涯 Tiānyá) опублікувала повідомлення з проханням втішити її в стилі TVB. За кілька годин на її заклик відгукнулися сотні любителів серіалів і фільмів, притому кожне повідомлення рясніло влучними цитатами з цих фільмів.

9. 豆瓣体 dòubàn tǐ Стил ь «Добань»

Спільнота «Добань» заснована для написання рецензій на книги та фільми. Користувачі цієї мережі винайшли свій неповторний стиль, головною особливістю якого є наслідування місцевих діалектів та мови маленьких дітей. У ньому також використовується популярна Інтернет-лексика, цитати із фільмів, книг, пісень.

2.3. Функції Інтернет-сленгу в сучасній китайській мові. Види Інтернет-сленгу.

Стрімкий розвиток та популярність мережі Інтернет у Китаї поставили перед урядом низку складних завдань:

1. Контроль за мережею Інтернет;
2. Запобігання проникненню опозиційних ідей, які спрямовані на повалення нині існуючого ладу.

Необхідність жорсткої цензури в китайській мережі Інтернет пояснюється захистом соціальних цінностей та національної культури. Забороні підлягає будь-яка інформація, яка підриває державну владу та розхитує соціальну стабільність. Тому нормативно-правові акти в Китаї, які відповідають за регулювання розвитку Інтернету, вирізняються особливою жорсткістю. Крім такої жорсткої правової системи також активно використовується система саморегулювання Інтернет-індустрії, яка є актом спільного контролю. Інтернет-провайдери створюють спеціальні механізми, спрямовані на фільтралізацію та моніторинг активності користувачів мережі Інтернет, вони ж надають відповідні звіти державним органам (Michael, 2009)

На сьогоднішній день існує кілька організацій контролю за китайським сегментом мережі Інтернет:

- Міністерство промисловості та інформатизації КНР;
- Департамент Інтернет-безпеки та захисту МДБ КНР;
- Група Інтернет-безпеки ЦК КПК у складі міністерства культури КНР.

Виходячи з вище сказаного, виникає необхідність у такій функції як «езотерична» (Kan, 2013). Езотерична функція або крипто функція полягає в бажанні того, хто говорить зашифрувати своє повідомлення, щоб сенс повідомлення був зрозумілий тільки для певних людей, які входять у певне коло. Так як в Китаї накладається ціла низка обмежень на онлайн комунікацію, користувачі Інтернету знайшли спосіб обходу фільтрів.

Наприклад:

- Слово демократія "民主" Mínhǔ або "土共" Tǔ gòng КПК зневажливий варіант назви Комуністичної партії Китаю, замінюються на буквене поєднання MZ, замість 土共 використовується TG;
- Слово Далай-лама "达赖喇嘛" Dá lài lǎ ma замінюється на буквене поєднання -DL.

З такою функцією також застосовується прийом омонімії. Заміна слова схожим на звучання.

Наприклад:

- Слово демократія «民主» може замінюватися -皿煮 Mǐn zhǔ;
- Слово свобода «自由» Zìyóu замінюється на 滋油 Zī yóu ;
- А поєднання демократія і свобода слідчо замінюється на 皿煮滋油 Mǐn zhǔ zī yóu. (牟玉华., 2008)
- Іноді для обходу фільтрів навіть створюються нові ієрогліфи.
- Наприклад:
- КПК позначається ієрогліфом 哄 Hóng, ієрогліф утворився шляхом з'єднання двох окремих ієрогліфічних знаків 土 Tǔ і нар.

1. Функція економії часу є ще однією характерною рисою китайського Інтернет-сленгу. Як говорилося вище, Інтернет-комунікація вимагає від

користувача швидкої віддачі. З цією метою з'являються такі види Інтернет-сленгу:

- літерний (складання абревіацій);
- цифрова абревіація;
- змішаний сленг.

2.Метамовна функція. Ця функція помітна, якщо звернутися до словників Інтернет-сленгу, які складені такими самими користувачами Інтернету. Часто при трактуванні того чи іншого сленгового виразу вдаються до використання іншого Інтернет-сленгу. Наприклад:

- 键盘党-喜欢用键盘操作的游戏玩家就被称之为“键盘党”。 Jiànpán dǎng-xǐhuān yòng jiànpán cāozuò de yóuxì wánjiā jiù bèi chēng zhī wèi “jiànpán dǎng”

Геймери, яким більше подобається користуватися клавіатурою. Інше значення: Люди, які схильні до марнослів'я в Інтернеті, але не здатні зробити в реальному житті називаються «клавіатурники».

Як ми можемо побачити при трактуванні 键盘党 Jiànpán dǎng «клавіатурники» використовувався інший сленг 游戏玩家 Yóuxì wánjiā «геймер».

3.Фактична функція (контактовстановлююча). Це одна з провідних функцій Інтернет-сленгу. За допомогою цієї функції відбувається розподіл на опозиції «свій-чужий», а також для індикації та впізнання «своїх». В Інтернет-комунікації деякі лексеми виступають своєрідним паролем, який показує співрозмовнику, що він готовий до спілкування. Наведемо кілька Інтернет-сленгових виразів із яскраво вираженою фактичною функцією.

- 巫师 Wūshī (чаклун).

Сленговий вираз, який використовується для позначення персонажа комп'ютерних ігор. Персонаж зазвичай володіє навичками чаклунства, творіння та заклинання.

- 彩蛋 Cǎidàn (пасхалка);
- 我找到这个游戏的彩蛋了! Wǒ zhǎodào zhège yóuxì de cǎidànle! - я знайшов пасхалку в цій грі!

Сленговий вираз, який використовується для позначення секретів гри, залишені розробниками ігор, які зазвичай не вписуються в концепцію гри.

- 臭虫 Chòuchóng;

Сленговий вираз, який означає баг, помилку у програмі чи системі. Переважно зустрічається у промові програмістів, рідко у звичайних розмовах.

- 哈日族 Hārì zú ;

Сленговий вираз, що означає людей, які захоплюються японською поп музикою, кіно чи серіалами.

4.Емотивна функція «карнавальна». Є одним із різновидів емоційно-експресивної функції. Ця функція полягає в обов'язковій присутності іронічного чи гумористичного конотативного елемента. Ця функція дуже важлива для Інтернет-сленгу, і є однією з сленгоутворювальних функцій.

Нижче наведені приклади сленгових виразів з яскраво вираженою «карнавальною» функцією.

- JR-(-)(贱人 Jiàn rén) людина низького походження, використовується як нецензурна лексика, для вираження обурення;
- + U-(加油 Jiāyóu) Вперед! Давай!;
- 抽风 Chōufēng - божеволіти;
- 二百五 Èrbǎiwǔ - дурник, тупиця.

Інтернет-сленг викликає інтерес у багатьох китайських та іноземних лінгвістів. Активно досліджується вплив Інтернет-сленгу на розвиток китайської мови на сучасному етапі. Мова спілкування в Інтернеті сьогодні стає все більш різноманітною і постійно змінюється. У зв'язку з цим безперечний інтерес представляє той факт, яким чином мова Інтернету впливає на сучасну китайську мову.

Інтернет-сленг має стимулюючий вплив на демократизацію китайської мови, шляхом оновлення її лексичного та фразеологічного складу.

Інтернет-сленг постійно перебуває в оновленні і цим підтримує лексико-семантичну систему китайської мови в динамічному стані (黄克顺, 2007).

У китайському Інтернет-сленгу, як і в інших мовах світу, поширене запозичення лексики з інших мов, головним чином з англійської та корейської мов.

2.4 Особливості вживання Інтернет-сленгу в китайській блогосфері.

Sina Weibo (кит. 新浪微博) - є китайським сервісом мікроблогів, який був запущений компанією Sina Corp в 2009 році 14 серпня. Даний сервіс мікроблогів є своєрідним поєднанням Твіттера та Facebook. На даний момент Sina Weibo є одним із найпопулярніших сайтів у Китаї (Paul, 2012).

Мікроблогінг (англ. micro-blogging) - один із видів блогінгу, який дозволяє користувачам писати невеликі нотатки та публікувати їх. Кожна опублікована нотатка може бути переглянута та прокоментована в режимі чату будь-якою людиною або групою користувачів (Землякова, 2010).

Пост – інформаційний блок, розміщений користувачем соціальної мережі, блогу, мікроблогу, форуму (Землякова, 2010).

Аналіз Інтернет-сленгових виразів:

1.网暴申通快递员高价收件寄顺丰 赚取一倍差价,666 Wǎng bào shēntōng kuàidì yuán gāojià shōu jiàn jì shùnfēng zhuàn qǔ yī bèi chājià,666

«Сенсація Інтернету. Листоноша служби доставки shentong відправив посилку через shunfeng заробивши на ціні різницю в 2 рази, ось це він круто придумав»

У даному пості ми бачимо Інтернет-сленговий вираз 666, автор посту за допомогою виразу 666 передає своє захоплення кмітливістю листоноші.

Даний сленговий вираз відноситься до цифрової аббревіації та виконує емоційно-експресивну, когнітивну та комунікативну та функцію економії часу.

666 – Інтернет-сленгове вираження, яке має значення захоплення, здивування, використовують при вираженні захоплення якимось вчинком або предметом, виникло на співзвуччі з ієрогліфом 溜 Līū - швидкий, спритний, гнучкий.

2. 卤菜里加罌粟遭店主不认:有家罌粟我坐弥 被查秒哭求放过. Lǔcài lǐjiā yīngsù zāo diànzhǔ bù rèn: Yǒu jiā yīngsù wǒ zuò mí bèi chá miǎo kū qiú fàngguò.

«Власник ресторану тушкованих страв відмовився визнавати додавання опіуму в страву. Якщо знайдуть, мене посадять у в'язницю, після експертизи відразу розридався, просячи про помилування».

У даному сленговому вираженні ми бачимо сленговий вираз 秒哭 Miǎo kū . Цей сленговий вираз відноситься до Інтернету-сленгових виразів з основною одиницею «秒».

Автор посту за допомогою виразу "秒" дає свою оцінку дії власника ресторану.

У цьому пості виконує оцінну, комунікативну і когнітивну, і навіть функцію економії часу. Функція економії часу полягає в тому, що у повний варіант має такий вигляд 秒钟就哭了 Miǎo zhōng jiù kūle.

3.的哥送醉酒男就医被怀疑撞人 被救男子: 把夫人监控找出来就道歉 Dí gē sòng zuìjiǔ nán jiùyī bèi huáiyí zhuàng rén bèi jiù nánzǐ: Bǎ fūrén jiānkòng zhǎo chūlái jiù dàoqiàn.

«Водія таксі, який підвозив п'яного чоловіка, підозрюють у побитті людини. Врятований чоловік: Вибачусь після відео з місця порятунку»

У даному пості ми бачимо сленговий вираз 的哥 Dí gē. Цей сленговий вираз відноситься до сленгового виразу з основним елементом "哥".

的哥 - таксист, водій таксі. Цей сленговий вираз вперше з'явився в Гонконгу, так як Гонконг є англomовною країною, слово Таксі було запозичено як 的士 Dí shì , отже водія таксі стали називати 的哥.

У даному пості цей сленговий вираз виконує номінативну і функцію економії часу, оскільки в повному варіанті (的士司机 Dí shì sījī), а також комунікативну та когнітивну функцію.

4.如何看待小学生家长因孩子作业过多深夜问老师问”睡了吗?“, 家长群瞬间炸锅 Rúhé kàndài xiǎoxuéshēng jiāzhǎng yīn hái zǐ zuòyèguò duō shēnyè wèn lǎoshī wèn” shuìle ma?“, Jiāzhǎng qún shùnjiān zhá guō .

«Як ви ставитеся до того, що у батьків школярів викликало бурхливу реакцію велика кількість домашнього завдання та написання вчителем пізньої ночі «Спите?»».

У даному пості ми бачимо сленговий вираз 炸锅 Zhá guō. Даний сленговий вираз відноситься до сленгових виразів зі зміною семантики слова на основі метафоричного переосмислення.

炸锅- походить від 炸开了锅 Zhà kāile guō (додавання води в каструлю з гарячим маслом, ефект вибуху). Даний вираз використовують, коли певна новина викликає бурхливу реакцію і стає гаряче обговорюваною.

У даному пості цей сленговий вираз виконує емотивну, комунікативну, когнітивну функцію та функцію економії часу.

5. 外卖小哥被大树砸中美世 可以下载是明天和最作那半先来, 一起走好
Wàimài xiǎo gē bèi dà shù zá zhōng měishì kěyǐ xiàzài shì míngtiān hé zuì zuò nà bàn xiān lái, yīqǐ zǒu hǎo.

«Кур'єра вбило дерево, що впало. Ніколи не знаєш, що буде завтра, спочивай з миром»

У цій публікації ми бачимо сленговий вираз 外卖小哥 Wàimài xiǎo gē. Цей сленговий вираз є сленговим виразом із основним елементом "哥"

У цьому дописі цей сленг виконує комунікативну, когнітивну та номінативну функції.

6. 抠门老师裸捐 190 万 Kōumén lǎoshī luǒ juān 190 wàn 。

«Скупий» учитель, пожертвував усі свої гроші-1 мільйон 900 тисяч на благодійність, давайте поставимо йому лайк.»

У даному пості ми бачимо два сленгові вирази 抠门 Kōumén і 裸捐 Luǒ juān .

Розглянемо сленговий вираз 抠门. Даний сленговий вираз відноситься до сленгових виразів з основним елементом «[门]»

抠门 - скупий, жадібний. Походження цього виразу має свою історію. Був один дуже скупий феодал. Якось, коли він вирушив у буддійський храм,

побачивши, що двері в цьому храмі були позолоченими, вирішив залишити собі шматочок дверей, так і з'явився цей вираз.

У даному пості цей сленговий вираз виконує оцінну функцію.

Розглянемо сленговий вираз 裸捐. Даний сленговий вираз є сленговим виразом з основним елементом "裸".

裸捐 має аналог в англійській мові all-out donation. Витрачати мінімум коштів, щоб пожертвувати їх на благодійність.

У даному пості даний сленговий вираз виконує функцію економії часу, так як повний варіант 捐出所有的积蓄 Juān chū suǒyǒu de jīxù, а також комунікативну і когнітивну функцію.

7.明星的什么事情会让你脱粉 Míngxīng de shénme shìqíng huì ràng nǐ tuō fěn

«Які вчинки знаменитостей викликають у тебе бажання перестати бути їхнім фанатом»

У даному пості ми бачимо сленговий вираз 脱粉 Tuō fěn .

脱粉- даний сленговий вираз походить від іншого сленгового виразу «粉丝» Fěnsī - фанати, ієрогліф «脱» у разі вживається у значенні втрачати, витікати. У даному пості сленговий вираз 脱粉 Tuō fěn виконує когнітивну і комунікативну номінативну функцію, оскільки називає процес «відтоку» фанатів, так само в даному сленговому виразі можна простежити явну метамовну функцію. При поясненні сленгового виразу 脱粉 необхідно знати дефініцію слова «粉丝».

8. 夜猫子时间 你还记得高三那年自己梦想的大学是哪一所吗?高考加油 Yè māo zǐ shíjiān nǐ hái jìdé gāosān nà nián zìjǐ mèngxiǎng de dàxué shì nǎ yī suǒ ma? Gāokǎo jiāyóu

«А ти ще пам'ятаєш про який університет ти мріяв в 11 класі? Успіхів на вступних іспитах»

У даному пості ми бачимо сленговий вираз 夜猫子 Yèmāozǐ. Даний сленговий вираз відноситься до сленгових виразів з основним елементом 子.

夜猫子- «сова» цей сленговий вираз має аналог 猫头鹰 Māotóuyīng - сова. Використовується для опису людей, які звикли лягати пізно вночі.

Даний сленговий вираз у даному пості виконує номінативну, когнітивну та комунікативну функцію.

9. 动物园给一只小雪豹量爪子, 被萌到了 Dòngwùyuán gěi yī zhī xiǎo xuěbào liàng zhuǎzi, bèi méng dào le

«У зоопарку вимірювали лапку сніговому барсу, так мило»

У даному пості ми бачимо сленговий вираз 萌 Méng. Даний сленговий вираз відноситься до сленгового виразу зі зміною семантики слова. Спочатку ієрогліф 萌 мав значення нирка, проросток. Під впливом японської культури з'явився вираз 萌萌哒 Méng méng dá , що означало дуже милий. В даний час сленговий вираз 萌 є одним з найпопулярніших сленгових виразів на просторах Інтернету.

У даному пості сленговий вираз 萌 виконує комунікативну, когнітивну та оцінну функцію.

Висновок до 2 розділу

Основні тенденції у китайській лексиці були виявлені під час досліджень Інтернет-лексики китайської мови зарубіжними вченими. Китайські вчені характеризують ситуацію з появою лексичних одиниць в Інтернет-мові як «постійний вибух», що відбувається в різних сферах суспільного життя, природних та суспільних науках, освіті та побуті (林纲, 网

络新闻语言的语用分析, 2012). За різними підрахунками, щорічно з'являється 700-800 нових лексичних одиниць, тобто за останні двадцять п'ять років з'явилося приблизно 20 тисяч нових слів, проте їх, мабуть, все-таки менше, оскільки частина нових слів – це старі слова, значення яких можна змінити (林纲, 络新闻语言的语用分析, 2012). Китайські словники нових слів та виразів включають зазвичай від 4700 до 10000 словникових одиниць (林纲, 络新闻语言的语用分析, 2012).

Останнім часом в Інтернет-лексиці китайської мови спостерігається тенденція до вживання літерних слів, цифрових комбінацій та запозичень з інших мов.

Ця проблема актуальна й досі і висвітлюється у роботах багатьох вчених, а також у науково-публіцистичних журналах.

У ході дослідження було виявлено такі тенденції розвитку Інтернет-лексики китайської мови:

- Більшість лексичних одиниць Інтернет-лексики китайської мови складають складні слова;
- Найбільш продуктивними способами утворення лексичних одиниць Інтернет-лексики китайської мови є префіксація та суфіксація;
- У мову мережного спілкування проникло чимало запозичень з інших мов, переважно з англійської та японської мов;
- Сучасна Інтернет-лексика виникла завдяки омонімічності китайської мови;
- З'явилася тенденція до вживання прислівників ступеня, вигуків та частинок у процесі мережного спілкування;
- Велика кількість літерних слів та цифрових комбінацій становлять сучасну лексику.

Таким чином, можна зробити висновок, що Інтернет-лексика надає великий вплив на розвиток мови. Інтернет-мова змінює лексичний та фразеологічний склад китайської мови, адже в Інтернеті відбувається зміна мови шляхом виникнення нових слів, придбання словами інших значень. Саме тому дослідження Інтернет-мови є необхідним елементом вивчення будь-якої мови.

Мова – найдинамічніша система, яка схильна до постійних змін, і щоб зрозуміти цю мову необхідно постійно аналізувати всі зміни, які у ній відбуваються.

Розділ 3 .

Аналіз лексико-семантичних особливостей Інтернет-лексики китайської мови.

Поява Інтернету наприкінці ХХ століття спричинила переосмислення звичного підходу до аналізу мовних явищ як нового і радикально іншого лінгвістичного середовища, що накладає певні обмеження в рамках наявної системи, але, з іншого боку, відкриває великі можливості.

Сучасне життя немислиме без Інтернету. Технологія Всесвітньої павутини використовується в усіх країнах і практично в усіх сферах життя, але особливо це стосується Китаю, де кількість користувачів Інтернету вже перевищує кількість жителів Європи. Майже всі китайські ЗМІ та наукові журнали публікуються в мережі, і мережева література дуже активно розвивається в Китаї. Однак китайська література в Інтернеті, статті в електронних ЗМІ та навіть листування електронною поштою, які максимально наближені до норм традиційної писемності, несильно постраждали від нових інформаційних технологій.

Китайська Інтернет-лексика, безумовно, становить особливий науковий інтерес, оскільки є цікавим лінгвістичним явищем зі своїм набором передумов, законів і шляхів розвитку. Радикально нове використання мовних ресурсів, таких як графічні елементи, лексика та граматики, можна спостерігати в чатах і форумах. На тлі процесу стандартизації традиційної мови та писемності в Китаї мова онлайн-спілкування як лінгвістичний феномен сьогодні явно заслуговує на вивчення.

3.1. Семантико-тематичне членування Інтернет-лексики китайської мови

Інтернет-мова – це нове джерело слів сучасної китайської мови, а також новий об'єкт вивчення китайської мови (Bloomfield, 1933). Основними шляхами поповнення лексики будь-якої мови є словотвори та іноземні

запозичення. Інтернет-мова різних країн, у тому числі китайська Інтернет-мова, знаходиться під впливом англійської мови. Тому не дивно, що в китайській Інтернет-мові можна зустріти слова:

- "拷贝" kǎobèi – копіювати (від англ. copy);
- “博客” bó kè – блог (від англ. blog);
- “在线” zài xiàn – онлайн (від англ. online).

Усі вони є запозиченнями з англійської. У китайській Інтернет-мові зустрічаються **фонетичні запозичення**:

- “怕体” pà tǐ – вечірка (від англ. party), “酷” kù – круто, кльово (від англ. cool);
- “爱老虎油” ài lǎo hǔ yóu – я тебе люблю (Від англ. I love you);
- “兔爸” tù bà – панель інструментів (від англ. Toolbar).

Семантичні запозичення:

- “网页” wǎng yè – Інтернет-сторінка (від англ. Internet page);
- “草根网民” cǎo gēn wǎng mǐn – «низові користувачі Інтернету» (від англ. grassroots netizens);
- “男漫” nán mǎn – дружна nán mǎn від англійського слова bromance, яке є скороченням поєднання brother + romance, тобто “兄弟” xiōng dì (брати) + “浪漫” làng mǎn (романтичний), але в китайському варіанті слово «брати» замінили на “男” nán – чоловік);

Фонетико-семантичні запозичення:

- “客” hēi kè – хакер (від англ. hacker);
- “黑” hēi передає звучання, а "Гість" (гість, є позначення людини) - родовий компонент;

- “飞特族” fēitèzú – вільні працівники (утворено від слова freeter, яке, своєю чергою, утворилося від англійського слова free (вільний) та німецького слова arbeiter (робочий));
- “飞特” передає звучання, а “族” (група людей, об'єднаних загальною характеристикою або заняттям) – родовий компонент;
- “尼特族” nítèzú – покоління “ні-ні” (від англ. NEET (Not in Employment, Education or Training) – ніде не працюючий і не учень), де “尼特” передає звучання, а “族” – родовий компонент;
- “因特网” yīntèwǎng – Інтернет (від англ. Internet), де “因特” yīntè передає звучання, а “网” wǎng (мережа) є родовим компонентом.

Можуть зустрітися слова: BB – baby (малюк), B4 – before (раніше). Або просто англійські слова без зміни споконвічної форми, як у даному реченні: 我很 fine, 星期 7 到我家 eat 饭, OK? wǒ hěn fine, xīngqī 7 dào wǒ jiā eat fàn, OK? «Я в порядку, в неділю приходь до мене повечеряти, добре?»

Також у китайській Інтернет-мові зустрічаються запозичення з японської мови, наприклад:

- “萌” méng - милий, симпатичний (від яп. “Моє”);
- “纳尼” nàní - що (від яп. “Ні” нані);
- “卡哇依” kǎwāyī – милий, чарівний, «кавайний» (від яп. каваі) та інші.

Запозичені слова займають певну частку у загальному обсязі Інтернет-лексики. Так, «Словник Інтернет-мови Сінхуа» містить 2946 лексичних одиниць, з яких запозичені слова становлять 24% (718 одиниць) (高岩, 2014).

Китайська мова має також внутрішні засоби, щоб самостійно безперервно поповнювати словниковий запас, утворюючи нові слова.

Словотвір –це «утворення нових слів шляхом з'єднання одне з одним кореневих та афіксальних морфем або безафіксним способом за певними моделями, що існують у даній мові» (劲松, 2000).

Для створення нових слів люди використовують мовні звички, а також той матеріал, яким володіє мова, і якою користуються люди під час спілкування (Зеленько, 1999). Чжан Сюань виділяє 5 способів словотвору у китайській мові: морфологічний, синтаксичний, стилістичний, фонетичний та синтетичний (张璇编著, 2013).

Аналізуючи роботи китайських дослідників, можна вивести наступну класифікацію способів словотвору в китайській мові з погляду діахронії: словоскладання, морфологічний, напівафіксація, морфемна контракція, лексико-семантичний, конверсія, фонетичний (陆俭明, 1980).

Розглянемо основні методи словотвору на прикладі лексики Інтернет-мови. Як було зазначено вище, лексика, що функціонує в китайській Інтернет-комунікації, дуже різноманітна. У ній присутні як лексичні одиниці загальноживаної мови, так і слова та словосполучення, що були створені безпосередньо в Інтернеті.

Інтернет-комунікація – це нове явище у світі мов, а також нове джерело лексики сучасної китайської мови [杨小平, 2012, с.24], але, водночас, це «нова проблема дослідження китайської мови».

Зміни у лексиці китайської мови виявляються у двох аспектах: «вимирання» старих слів та збільшення кількості нових слів. Помітніше всі зміни відбиваються у появі великої кількості неологізмів.

Лексика мови, порівняно з фонетикою та граматиною, найбільш тісно пов'язана із громадським життям. Розвиток та зміни в суспільстві дуже швидко проявляються в лексиці мови, це також сприяє поступовому виходу з використання низки старих слів [杨小平, 2012, С. 2]. Зарубіжні дослідники

вже задавалися питаннями визначення та виділення семантико-тематичних груп Інтернет-лексики. Нижче ми наведемо думки деяких авторів робіт з цієї проблеми. Crystal D. пише про те, що вживані користувачами Інтернету мова та лексика залежать від того, наскільки даний користувач володіє комп'ютерними технологіями, чи має відношення Інтернет до його професійної діяльності або він користується Інтернетом та спілкується в ньому лише через особисті інтереси та захоплення. Таким чином, він говорить про доцільність виділяти підмову програмістів, web-дизайнерів, системників, хакерів, аматорів комп'ютерних ігор і т. д. (Crystal D. , Language and the Internet , 2004)

За типом утворення слів вчені пропонують розрізняти такі групи: «скорочення, синонімія, переклад, калькування, фонетична мімікрія, що включає ігрову заміну назв схожими за якістю або вимовою словами, видозміна або заміна слів для емоційного висловлювання та ін.»

У вивчених нами роботах китайських лінгвістів, таких як Хай Чжун (2001), Юй Геньюань (2001), Гао Лівей (2004), Люй Мінчен (2008), Чжан Юньхуей (2010), Тан Мейін (2010), Ян Сяопін (2012), Цао Цзін (2012), Шень Сяолун (2014) та інших, дослідники розглядають із різних точок подання лексики китайського Інтернету. Семантико-тематичні групи лексики, які згадували як мінімум двоє з перерахованих вище лінгвістів, представлені на малюнку 4 «Семантико-тематичні групи Інтернет-лексики», який наведений в додатку .

Продемонструємо групи лексики, вказані китайськими лінгвістами, на прикладах, знайдених нами у словниках. Гомофони включають цифрові, ієрогліфічні і буквені гомофони.

Цифрові гомофони, тобто цифрові слова, створені на основі співзвуччя, можуть бути як запозиченнями з англійської, наприклад:

- 4 four - for «для»;

- 9 nine - night «ніч»;
- 419 four one nine - for one night «на одну ніч»

Так і з китайськими утвореннями:

- 520 wǔ èr líng – 我爱你 wǒ ài nǐ «я тебе люблю»;
- 7456 qī sì wǔ liù – 气死我了 qìsǐ wǒ le «розсердив мене»;
- 8147 bāyāo sì qī – 不要生气 bùyào shēngqì «не потрібно сердитися»;
- 04551 lín sì wǔ wǔ yī– 你是我唯一 nǐ shì wǒ wéiyī ‘ти моя єдина).

Ієрогліфічні гомофони, тобто слова, що записуються ієрогліфами, створені на основі співзвуччя:

- 俊男 jùnnán → 菌男 jūnnán «красивий чоловік»;
- 电话 diànhuà → 点化 diǎnhuà «телефон»;
- 主页 zhǔyě «головна сторінка» → 竹叶 zhúyè;
- 激动 jīdòng «збуджуватися, хвилюватися» → 鸡冻 jīdòng та інші.

Літерні гомофони, тобто слова, що записуються буквами, співзвучними із звучанням якогось англійського чи китайського слова (Cao, 2004): How a u → How are you «Як справи», де звучання літери «а» схоже на звучання слова «are», а літера «u» вимовляється схоже на слово «you». Скорочення включають англійські скорочення та аббревіатури (PC – Personal computer «персональний комп'ютер», BTW – by the way «до речі, між іншим», OMG - oh my God «о, Боже», LOL - laugh out loud «голосно, вголос сміятися», GF - girlfriend «подруга», E – electronic «електронний», H - how «як» , W - where «де», JAM - just a moment «один момент, секундочку», HRU – How are you «як справи?», BBL – be back later «скоро повернуся) та китайські скорочення, серед яких розрізняють скорочення на основі пін'їнь (BB – 宝贝 bǎobèi «коханий, малюк», LZ – 楼主 lóuzhǔ «автор теми на форумі», LG – 老公 lǎogōng

«чоловік», LP – 老婆 lǎopó «дружина», GG – 哥哥 gēge «брат», TCL – 太丑了 tàichǒu le «занадто огидний», PLMM – 漂亮美眉 piàoliang meiméi «красива дівчина») та китайські ієрогліфічні скорочення (博斗 bóddòu – скорочення від 博客斗争 bóké dòuzhēng «суперечка у блозі», 寒促進 hán cù – скорочення від 冬季促销 hánjì cùxiāo «знижки у «мертвий» сезон, промоакції в не сезон продажів», 职粉 zhífěn – скорочення від 职业粉丝 zhíyè fěnsī «професійний фанат»).

Емограми – ідеограми, що зображають емоції. Їх можна розділити на:

- символні: :-), ^_^; =^_^=;
- символно-цифрові: -9, 0-0; ^0^;
- символно-літерні: :-D, :-I, :-P, :-C;
- графічні, які можна автоматично вставляти у різних програмах.

Змішані утворення включають:

- Літерно-символьні комбінації: ^В «попрощатися крізь сльози», +U замість 加油 jiāyóu «підніми, давай, вперед»;
- Літерно-цифрові комбінації: f2f – face to face «віч-на-віч», 3KU sān ku – thank you «дякую», L8R – later «пізніше», g2g – got to go «Мені час іти» (скорочення до I've got to go), qu48 – 去死吧 qù sǐ ba «відвали, відстань», 4D – 是的 shì de «так, так» 44K8 – 试试看吧 shìshì kàn ba «поживемо – побачимо»;
- Комбінації цифр та ієрогліфів: 哈 9 hā jiǔ замість 喝酒 hē jiǔ «пити алкоголь»;
- Літерно-ієрогліфічні комбінації: D 版 – 盗版 dàobǎn «піратський»;
- Поєднання ієрогліфів та англійських слів: 小 case – xiǎo case «дрібниця», 我 I 你 – 我爱你 wǒ ài nǐ «я люблю тебе», 至 high zhì high «сильне збудження, відчувати велику наснагу, підйом»;

Слова, які набули в Інтернеті нового значення: поява нових речей та нових понять тягне за собою виникнення нових слів та нових значень у старих слів. Поява комп'ютера та Інтернету сприяло цьому процесу. Як вказує Цао Цзінь, старі слова, у яких в Інтернет-комунікації з'являються нові значення, займають 7,3% від усіх нових слів. Форма слова може змінюватися.

Однак у значенні цього може змінюється смислова структура слова і, тим самим, створюються омоніми:

- 讨厌 tǎoyàn означає «викликати симпатію та привертати увагу людей», утворено від 讨人喜欢而百看不厌 tǎorén xǐhuan ér bǎikànbùyàn та омонімічно слову 讨厌 tǎoyàn «набридливий»;
- 蛋白质 dànbáizhí «білок, протеїн», в Інтернеті – дурень, ідіот, нервозний (утворено від слів 笨蛋白 bèndàn, 白痴 báichī, 神经质 shénjīngzhì);
- 神童 shéntóng означає «хвора дитина, дитина-ідіот», утворилося від словосполучення 神经病儿童 shénjīngbìng értóng і омонімічно слову 神童 shéntóng «обдарована дитина, вундеркінд»;
- 天才 tiāncái означає «натуральний дурень», утворене від 天生的蠢材 tiānshēng de chǔncái, при цьому 材 cái замінюється на 才 cái через їх омонімічність для створення повної омонімії зі словом 天才 tiāncái «геній, талант»;
- 泼妇 pōfù означає «активна, жвава жінка», утворене від 活泼的 妇女 huópo de fùnǚ та омонімічно слову 泼妇 pōfù «сварлива баба»;
- 沙发 shāfā «диван» – перший, хто залишив коментар;
- 菜 cài «овочі, їжа» означає в Інтернеті «невмілий, недосвідчений»;
- 汗 hàn «пот» – поганий, безпорадний (宗守云, 2012);

- 腐败 fǔbài в Інтернет-комунікації означає не «корупція», а «розвага, проводити час у розвагах», наприклад, 今天和宿舍的哥儿们出去腐败了 «Сьогодні разом із друзями з гуртожитку ходили «тусити»;
- 坛子 tánzi «судина» означає «форум».

Повідомлення на форумі також мають свої назви:

- 楼上 lóushàng «попередній постінг» і 楼下 lóuxià «наступний постінг», а людина, створив топик на форумі, зветься 楼主 lóuzhǔ «топикстартер»;
- 闪 shǎn «блиснути» означає в Інтернеті «вийти з чату або форуму»;
- 空调 kòngtiáo – первісне значення «кондиціонер», значення в Інтернет – безрезультатне врегулювання/налагодження, беззмістовне припасування, марне узгодження. Прикладом вживання цього слова з новим значенням може бути новоствореним вираз із зрізаною кінцівкою:
- 老师涨工资 – 空调 lǎoshī zhǎng gōngzī –kòngtiáo – збільшення зарплати вчителям – марно.

Слово 婴儿 yīng'ér «немовля» в Інтернет-комунікації поєднує значення трьох слів: 卑鄙 bēibǐ «підлий», 无耻 wúchǐ «безсоромний», 下流 xiàliú низький. Процес формування значення наступний: немовля по-англійськи – baby, що за звучанням схоже на китайське слово 卑鄙 bēibǐ «підлий, мерзенний». Відсутність зубів у немовляти, тобто 无齿 wúchǐ омонімічно слову 无耻 wúchǐ «безсоромно», а так як у них немає зубів, 不断想下流出口水 bùduàn de xiǎng xià liúchū kǒushuǐ «постійно течуть слини», тобто шляхом співзвучності частин слів, розташованих поруч, утворюється слово 下流 xiàliú «низький, підлий» (宗守云, 2012);

二碘化鉀 èrlǐú diǎnhuàjǐǎ «йодид дисульфід калію», в Інтернеті означає «поцілунок», тому що його формула записується як KIS₂, що схоже на англійське слово KISS поцілунок.

Зміна значення слова може відбуватися трьома основними шляхами: розширення, звуження, перенесення значення. В Інтернет-лексиці найбільш поширеним є перенесення значення. Перенесення значення найчастіше засноване на порівнянні та асоціації.

Переносне значення слова – це похідне лексичне значення слова, пов'язане з основним значенням метонімічних відносин, метафоричної залежності, функціональною спільністю або будь-якими асоціативними ознаками.

Переносне значення зберігає частину початкового значення і, в той же час, частина значення змінюється, таким чином створюється нове значення слова. Як ілюстрація наведемо такі приклади:

- 打铁 dǎtiě «кувати» означає «постити, залишати повідомлення»;
- 潜水 qiǎnshuǐ «підводний» – відвідувати форум, але не залишати коментарі;
- 倒 dǎo «впасти, падати» використовується в значенні 晕倒 yūndǎo «втратити почуття, бути в шоці», що може статися від несподіванки або здивування (黄克顺., 2007).
- Редуковані утворення (китайські дослідники називають їх також дитячими словами, оскільки подвоєння даних слів характерне для мови дітей): 车车 chēchē замість 车 chē «машина», 帅帅 shuàishuài замість 帅 shuài «красивий», 钱钱 qiánqián замість 钱 qián «гроші», 片片 piànpiàn замість 照片 zhàopiàn «фотографія», 漂漂 piàopiào замість 漂亮 piàoliang «красивий» та інші.

- До запозиченої лексики відносяться неасимільовані запозичення (тобто запозичення у первісному вигляді), в першу чергу з англійської мови:
- log out «вийти із системи, завершити сеанс роботи»;
- blog «блог», off-line «офлайн, вимкнений»
- Фонетичні запозичення: 粉丝 fěnsī «фанати» (від англ. fans);
- 伊妹儿 yīmèir; «електронна пошта» (від англ. e-mail);
- 烘焙鸡 hōngbèijī «домашня сторінка» (від англ. homepage);
- 谷歌 gǔgē «Google», 跑酷 pǎokù «паркур» (від англ. parkour);
- 呆唠嗑 dāilǎokē «діалог» (від англ. dialogue), 拷贝 kǎobèi «копіювати»
- (від англ. copy);
- 比特 bǐtè «біт» – одиниця виміру інформації (від англ. bit);
- Семантичні запозичення:
- 在线 zàixiàn «онлайн» (від англ. online);
- 附件 fùjiàn «прикріплений файл» (від англ. attached file), 内存 nèicún «внутрішня пам'ять» (від англ. internal memory), 下载 xiàzài «скачати» (від англ. download);
- 收藏夹 shōucángjiā «обране» (від англ. favorites folder);
- Фонетико-семантичні запозичення:
- 黑客 hēikè 'хакер' (від англ. hacker), 黑 hēi передає звучання, а 客 kè «гість, є позначення людини» – значущий лексичний елемент;
- 因特网 yīntèwǎng «Інтернет» (від англ. Internet), де 因 特 yīntè передає звучання, а 网 wǎng «мережа» є значним лексичним елементом.
- Також деякі китайські дослідники виділяють англійські запозичення, створені на основі співзвуччя: CU – see you «побачимося», Q –cute «чарівний, цікавий».

Технічні Інтернет-терміни: 点击 diǎnjī «натискання, клік», 聊天室 liáotiānshì «чат», 防火墙 fánghuǒqiáng «брандмаузер», 超文本 chāowénběn «гіпертекст», 浏览器 liúǎnqì «браузер», 刷新 shuāxīn «оновити зображення або сторінку», 登录 dēnglù «увійти в систему», 病毒 bìngdú «вірус».

Нетехнічні Інтернет-терміни: 网民 wǎngmín «Інтернет-користувач», 网吧 wǎngbā «Інтернет-кафе».

Лексика, що використовується користувачами Інтернету в чатах, блогах та т. д.: 美眉 měiméi «красуня», 帖子 tiēzi «пост, повідомлення».

Неологізми:

США mǐguó – 美国 měiguó «США», 爆头 bàotóu «постріл в голову, підірвати голову»

Слова, що записуються ієрогліфами, розкладеними на складові його графеми: 强 qiáng → 弓虽 gōngsuī «сильний, потужний», 超 chāo → 走召 zǒuzhào «супер», 嘿 hēi → 口黑 kǒuhēi «ох!, ех!, ну!» (вигук подиву, жалю, досади).

Звуконаслідування можуть бути ієрогліфічними:

呵呵 hēhē «реготати, сміятися, хіхикати»;

呜呜 wūwū «звуконаслідування плачу»;

літерними: ha ha - теж, що 哈哈 hāhā «ха-ха»,

- ККК – «звуконаслідування кашлю», може використовуватися для позначення збентеження, для кваплення будь-кого або просто до початку розмови;
- цифровими: 55555 wǔwǔwǔwǔwǔ «звуконаслідування плачу».

Візуальні утворення можуть бути ієрогліфічними: 囧 jǐǒng «сумний, безпорадний, скрутний», літерними: ORZ «розпач, безвихідь» та цифровими: 505 «SOS» – сигнал лиха, прохання про допомогу (张云辉., 2010).

Числа зі схованим змістом:

- 007 – означає секретність, таємницю, 0001000 – позначає самотню людину;
- 100 або 10 позначають щось досконале, чудове;
- 1437 «Я покохав тебе назавжди», тому що 1 схожий на англійське слово "I" «я», в слові «love» «любити» 4 літери, в слові «you» "ти" - 3, у слові "forever" "назавжди" - 7;
- 200 позначає зоопарк, оскільки запис цього числа схожа на написання слова «зоопарк» англійською (zoo);
- 13579 означає щось незвичайне, дивне, тому що всі цифри в цьому числі непарні, а англійською слово «непарне число» і «дивний, незвичайний» звучить однаково – odd.

Слова, створені придбанням складів:

知道 zhīdào 'знати' → 造 zào.

Діалектизми:

偶 ǒu – 我 wǒ «я», 虾米 xiāmǐ – 什么 shénme «що», 粉 fěn – 很 hěn «дуже».

Похідні слова:

- 换客 huànkè «ті, хто обмінюється непотрібними речами з іншими користувачами Інтернету»;
- 晒客 shàikè «ті, хто діляться подіями особистого життя в Інтернеті шляхом викладання фотографій або залишення письмових записів»;

- 看客 kànkè «ті, хто стежать за тим, що в Інтернеті викладають 晒客», 拼客 pīnkè «незнайомі один одному люди, які об'єднуються в Інтернеті в групи для здійснення будь-яких спільних дій».

Слова, що записуються виключно ієрогліфами:

- 卸載 xièzài «деінсталяція», 帖子 tiēzi «пост, повідомлення» та інші.

Крім перерахованих вище лексичних груп, у роботах китайських лінгвістів у поодиноких випадках згадуються:

- сленгові вульгарні вирази: NQS – 你去死 nǐ qù sǐ «відвали, відстань, здохни», TMD – 他妈的 tā mā de «твою матір (груб.)»;
- слова, поява яких пов'язана зі сформованою на певний момент часу політичною ситуацією, деяких подій тощо. Назва американського телеканалу CNN в Інтернеті має значення «безсоромно», «говорити неправду» та інші;
- утворення на основі зміни граматичних норм: 很男人 hěn nánrén «дуже мужній» (перехід іменника 男人 nánrén 'чоловік' в прикметник), 上网 ینگ shàngwǎng ینگ «сидіти в Інтернеті» (додавання суфікса англійської мови ینگ, що позначає дію в процесі), 邮件你 yóujiàn nǐ «напишу тобі електронний лист» (перехід іменника 邮件 yóujiàn «пошта» в дієслово);
- неправильно написані слова: 木油 mùyóu замість 没有 méi yǒu «не мати»;
- безглузді утворення (так звана «марсіанська мова»): 切斗 4 幻 j, ↓b 倒挖 d。Що означає: 一切都是幻觉, 吓不倒我的 huànjué, xiàbùdǎo wǒ de. «Все це ілюзія, мене цим не налякаєш»;
- вигуки: 切 qiè – виражає незгоду чи невдоволення; 捏 niē або 涅 niè – використовуються замість 呢 ne, частіше у питаннях ; 叻 le -

використовується замість 了 le; 啊 a – використовується замість 啊 a; 恩 ēn – використовується замість 嗯 ēn і висловлює згоду, схвалення; 哦 ǒ – синонім 恩 ēn, висловлює схвалення, згоду, розуміння, іноді записується просто літерою «О»; 哼 hēng – виражає кокетство, удавану образу; 哇 wā – вигук «Вау!, круто!, нічого собі!»; 哟 yō – на початку речення висловлює почуття переляку, здивування «Ух!; Ой!; Ах!», наприкінці речення замінює 啊 a 'a' і т.д.;

- літерні слова, тобто слова, у записі яких є літери іноземного алфавіту або повністю записуються ними. Це можуть бути запозичені слова з англійської мови та китайські слова. До літерних запозичень відносяться скорочення, наприклад: AFAIK – As far as I know «наскільки мені відомо», і слова, які використовуються в Інтернет-комунікації в їх повному написанні як у мові-джерелі, наприклад: boss - Бос, керівник. До власне китайських літерних слів відносяться слова, що записуються ініціалами складів фонетичної транскрипції пін'їнь, наприклад:
- PF – 佩服 pèifú «шанувати, схилитися», а також слова, повністю записані транскрипцією пін'їнь без вказівки тону складу, наприклад, AI - 爱 ài «любити»;
- слова та словосполучення, створені на основі стилістичних прийомів: 半糖夫妻 bàntáng fūqī «подружжя, яке в робочі дні живе окремо, і тільки вихідні проводять разом» (досл. напівсолодке подружжя), 大肚子经济 dàdùzi jīngjì «економіка, орієнтована на надання послуг для вагітних та реалізацію товарів для вагітних» (досл. вагітна економіка), 房魔 fángmó «забудовник або ріелтор, що повертає різні маніпуляції з об'єктом нерухомості або покупцями» (досл. житловий диявол), 海面路 hǎimiànlù «тип дорожнього покриття, здатний вбирати вологу» (досл. губчаста дорога).

Деякі дослідники відзначають окремо утворення, засновані на метонімії (楼上 *lóushàng* «попереднє повідомлення у форумі» (основне значення – верхній поверх)) та метафоричні утворення (菜鸟 *càiniǎo* «новачок» (досл. молодий птах), 大虾 *dàxiā* «просунутий користувач» (досл. велика креветка));

Янь Сяопін, розглядаючи Інтернет-неологізми, виділяє п'ять груп з точки зору їх утворення на основі стилістичних прийомів: засновані на співзвуччі, на метафорі, на пародії, на антифразисі, на редуплікації (杨小平, 2012)

3.2. Словотворчі механізми та прийоми у формуванні Інтернет-лексики.

1. Словоскладання

Словоскладання – «створення нових слів шляхом об'єднання в одному слові кількох (двох або більше) слів чи основ» (Д'яков А. С. , 2000).

В Інтернет-мові спосіб словоскладання, як і в нормативній китайській мові, є досить поширеним. Як приклад наведемо слова Інтернет-мови, утворені відповідно до деяких із моделей словоскладання.

а) атрибутивна модель

Іменники:

1. Іменник + іменник:

- “网虫” *wǎngchóng* – павук, а в Інтернет-мові означає «затятий Інтернет-користувач» (павутина + комаха);
- “菜单” *càidān* – меню (у загальноживаній мові – список із переліком страв, в Інтернет-мові – список функцій, які можна виконати на комп'ютері) (страва + список);
- “水桶” *shuǐtǒng* – бочка для води (бочка + вода), в Інтернеті – флудер, тобто той, хто залишає велику кількість непотрібної інформації.

2. Додаток + іменник:

- “小虫” xiǎochóng – черв'ячок (маленький + комаха), в Інтернет-мові означає «затятого» Інтернет-користувача середнього рангу»;
- “菜鸟” cǎiniǎo – новачок (невмілий + птах);

3. Дієслово + іменник:

- “飞虫” fēichóng – комаха, що літає (літати + комаха), в Інтернет-мові – користувач Інтернету вищого класу;
- “浏览器” liúlǎnqì – браузер (переглядати + інструмент).

4. Числівник + іменник:

- “几楼” jǐlóu – всі, хто залишив коментарі до посту (кілька + поверх).

Дієслова:

1. Дієслово + дієслово:

- “亮骚” liàngsāo – хвалитися, малюватись (розкрити/проявити + турбувати).

2. Дієслово + прикметник:

- “卖萌” mǎiméng - кокетувати, прикидатися милим (продавати + милий).

б) творча модель

- “粘贴” zhāntiē – приклеїти, в Інтернет-мові – вставити із буфера обміну (клеїти + наклеїти);
- “剪切” jiǎnqiè – вирізати (якусь частину з електронного файлу) (обрізати + різати);
- “回复” huífù – відповідати (наприклад, на будь-який коментар до посту) (відповідати + відповідати);
- “点击” diǎnjī – клацати (доторкнутися+ бити);
- “保存” “зберігати” bǎocún – зберігати (оберігати + зберігати).

в) дієслівно-об'єктна модель

- “给力” gěilì – крутий, чудовий (дати + сила);
- “死机” sǐjī – зависнути (про комп'ютер) (померти+ механізм);
- “扫屏” sǎopíng – надсилати в будь-якій темі на форумі немає значення слова або смайлики, щоб тема була «піднята» (підмітати +екран);
- “盖楼” gàilóu – опублікувати на форумі тему з привабливим заголовком (будувати + будівля);
- “灌水” qiánshuǐ – в Інтернеті – флудити (поливати + вода);
- “收声” shōushēng - замовкнути (прибрати + голос);
- “打铁” dǎtiě – кувати, в Інтернет-мові – постити, залишати повідомлення (кувати + залізо).

г) дієслівно-результативна модель

- “蹿红” cuānhóng – швидко стати популярним (підстрибувати + популярний);
- “更新” gēngxīn - оновлювати (зробити новіше) , (міняти + новий);

д) суб'єктно-предикативна модель

- “网恋” wǎngliàn – Інтернет-кохання, кохання через Інтернет (Інтернет + любити);
- “网站” wǎngzhàn - сайт (Інтернет + зупинитися);
- “脑残” nǎocán – дурень, придурок (мозок + покалічити);
- “泪崩” lèibēng – гірко плакати (сльози + обвалитися).

Словоскладання є найпродуктивнішим способом словотвору в Інтернет-мові. У «Словнику Інтернет-мови Сінхуа» налічується 856 лексичних одиниць (29,1%), створених цим способом.

Варто зазначити, що китайський дослідник Інтернет-мови Фу Іфей зараховує до цієї моделі такі слова, як “手机下载” shǒujī xiàzài – скачати на

телефон (телефон + скачувати), “优盘存储” yōurán cúnchǔ – зберігати на «флешці» («флешка» + зберігати) (林纲, 网络语言学教程, 2017), які, на мою думку, є не окремими словами, а словосполученнями.

Таким чином, ми можемо наголосити, що словотворення лексики Інтернет-мови відбувається відповідно до моделей словоскладання, що функціонують у словотвірному процесі нормативної лексики китайської мови.

2. Морфемна контракція

Морфемна контракція – «створення нових слів у результаті випадання з складних слів або термінологічних словосполучень тих або інших значущих компонентів (морфем)» (Дудик, 2005).

Складноскорочені слова, які «виникають на базі слова, словосполучення або складнішої мовної одиниці за рахунок випадання деяких її елементів» і поділяються на 2 моделі: 简称 та 合成 (贺国伟, 2003).

Ці дві моделі складноскорочених слів включають 4 види морфемної контракції (缩 合 стиснення, 节 略 опущення, 简 代 скорочення з заміщенням, 统 括 узагальнення).

Люди прагнуть прискорення своєї мови, тому скорочуються найбільш уживані слова. Виникнення великої кількості складноскорочених слів є неминучим розвитком лексики мови. Основна функція цих слів – заміна повних слів (何红峰, 2003).

Наведемо приклади використання цих видів морфемної контракції в Інтернет-мові.

а) стиснення:

- “躺中” tǎngzhōng (“躺着中枪” tǎngzhe zhōngqiāng) – дослівно «лежачи бути враженим пікою», образно у значенні «бути зачепленим без причини, отримати критику».
- “北漂” běipiāo (“来北京漂泊” lái běijīng piāobó) – люди, які приїхали до Пекіна на заробітки.
- “拼爹” pīndiē (“比拼老爹” bǐpīn lǎodiē) – «міряться папами» (з'ясовувати хто краще не на прикладі власних досягнень, а у кого найвпливовіший батько).

Цікаві випадки, коли створюване в Інтернет-мові складноскорочене слово омонімічно іншому слову, яке найчастіше є антонімом цього складноскороченого слова. Наприклад:

- “美女” měinǚ означає «жінка з нещасною долею» (утворено від “倒霉的女人” dǎoméi de nǚrén, при цьому “霉” méi замінюється на “美” měi через їхню омонімічність для створення повної омонімії зі словом “美女” měinǚ – «красуня»);
- “白骨精” báigǔjīng, що означає «зваблениця (привид) «білих кісток» з роману «Подорож на Захід», так часто називають підступних і жорстоких людей», але в Інтернет-мові це слово утворене від “白领” báilǐng (“білий комірець”), “骨干” gǔgàn (основні кадри; актив), “明” míng (“здогадливий, кмітливий”), що загалом є позначенням офісної еліти;
- “蛋白质” dànbaízhì означає «білок; протеїн», в Інтернет-мові – утворено від слів “笨蛋白, 白痴, 神经质” bèndàn, báichī, shénjīngzhì. (дурень, ідіот).

Слово “高富帅” gāofùshuài утворено від слів “高个子” gāogèzi (висока людина), “富有” fùyǒu (багатий), “帅气” shuàiqì (красивий) і, відповідно, позначає чоловіка високого зросту, з хорошим матеріальним становищем і

дуже привабливим зовні. Він ідеальний з усіх боків і є повною протилежністю “矮穷挫” àiqióngcuò (тобто некрасивому хлопцю невисокого зросту з бідної сім'ї). Слово “矮 穷挫” àiqióngcuò утворено від слів “身材矮小” shēncái àixiǎo – маленький зріст, “家庭贫穷” jiātíng pínqióng – бідна сім'я, “长相挫败” zhǎngxiàng cuòbài – жахливий зовнішній вигляд.

А ідеальною дівчиною вважається “白富美” báifùměi, тобто дівчина з білим кольором шкіри (“皮肤白皙” pífū báixī), з багатой родини (“富有” fùyǒu) та приваблива зовні (“美丽” měilì).

Стиснення може відбуватися не тільки на рівні слів та словосполучень, в китайській Інтернет-мові часто можна зустріти слова, нове значення яких відбувається в результаті стиснення речення:

Слово «爱情» àiqíng означає «просто витратити почуття після минулого кохання» (походить від виразу «爱过过行，电视力天名» ài guò zhīhòu, làngfèi gǎnqíng), омонім слова «爱情» àiqíng – «любов».

Слово «耐看» nàikàn означає «дивитися, придушувати обурення» (утворено від «耐着性子看» nàizhe xìngzi kàn), слово-омонім «耐看» nàikàn - «привабливий, вартий уваги».

Слово “不错” bùcuò означає «в цьому нічого немає», утворено від «长成使生不是你的错» zhǎngchéng zhèyàng bùshì nǐ de cuò), слово-омонім “不错” bùcuò - «як слід, правильно».

б) опущення:

- “苹果” píngguǒ (“苹果手机” píngguǒ shǒujī) – iPhone, iPod або iPad;
- “搜狗” sōugǒu (“搜狗汉字电视设计” sōugǒu hànzi chǔlǐ ruǎnjiàn) — програма для набору ієрогліфів Sougou;

“笔记本” bǐjìběn (“笔记本电脑” bǐjìběndiànnǎo) – ноутбук.

в) узагальнення:

- “没女” méinǚ (“没长相, 没青春, 没学历, 没钱的女人” méi zhǎngxiàng, méi qīngchūn, méi xuéli, méi qián de nǚxìng) — потворна, незріла дівчина без тіла та освіти.

г) аббревіатура

Деякі дослідники вважають аббревіацію одним із чотирьох типів утворення складного слова, тоді як інші розрізняють поняття складноскороченого слова та аббревіатури, кажучи, що відмінністю аббревіатури від складноскороченого слова є те, що з форми слова, утвореного за допомогою аббревіатури, практично неможливо вивести значення слова, на відміну форми складноскороченого слова (宗守云, 2012).

У китайській Інтернет-мові аббревіація відбувається на основі фонетичного алфавіту піньїнь, тобто залишаються лише ініціали складів слова, утворюючи не властиві раніше китайській мові буквені слова, наприклад:

- PL – “漂亮” piàoliang (красивий);
- SL – “色狼” sèláng (розпусник);
- PMP – “拍马屁” pāimǎpì (підлабузнити);
- PMPMP – “拼命拍马屁” pīnmìng pāimǎpì (підхалимувати щосили).

3,6% (105 лексичних одиниць) лексики «Словника Інтернет-мови Сінхуа» створено шляхом морфемної контракції, а літерні аббревіатури становлять 6,4% (188 одиниць) від усієї лексики Словника.

3. Афіксація та напівафіксація

Спосіб афіксації полягає у приєднанні афіксів до знаменних морфем. Афікс – це «морфема, що виділяється в складі словоформи, видозмінює значення решти слова, званого по відношенню до афіксу базою ». А словотворчі афікси служать для утворення нових слів. Префікси та суфікси не пояснюють, а обмежують значення кореня слова, не розширюють, а звужують його зміст.

Афіксація в китайській мові все активніше бере участь у словотворі китайської мови, причому лінгвістами відзначається поява великої кількості нових афіксальних елементів китайської мови. Ці «нові афіксальні елементи» в першу чергу виникають у Інтернеті. Словотворчі афікси беруть участь в утворенні 5,8% (171 лексична одиниця) лексики «Словника Інтернет-мови Сінхуа». Розглянемо деякі часто вживані афікси в китайській Інтернет-мові.

Префікси: одним із найпоширеніших префіксів в Інтернет-мові є морфема “被” bèi, яка утворює словотвірну модель “被 АВ” bèi АВ, де “А” та “В” – це різні морфемі. За такою моделлю утворюються такі слова: “被自杀” bèizìshā (позначає людину, яка не мала жодних мотивів до самогубства, але загинула через якусь подію. Також це слово може означати людину, яку хтось засмутив настільки, що він виглядає так, ніби хоче покінчити життя самогубством), “被代表” bèidàibiǎo (щось сказано від чиєїсь особи, хоча справжня думка цієї особи невідома та можливо не співпадає зі сказаним від його імені) та інші.

Коли користувач Інтернету хоче висловити своє невдоволення або безпорадність, коли він змушений щось зробити, він може висловити це за допомогою префікса “被” bèi

Ще одним поширеним префіксом в Інтернет-мові є префікс “超” chāo (супер-), який широко використовується також і в термінології, наприклад,

«种” chāozhǒng (надвид), “超性” chāoxìng (супер секс). В Інтернет-мові за допомогою цього префікса утворюються такі слова, як: “超强” chāoqiáng (суперсильний), “超好” chāohǎo (дуже кльово) та інші.

Префікс “裸” luǒ (голий) позначає відсутність чогось, наприклад: “裸考” luǒkǎo – складати іспити без підготовки, “裸婚” luǒhūn – одружуватися без весільної церемонії, без покупки квартири та машини, “裸车” luǒchē – машина без будь-яких нестандартних аксесуарів, “裸奔” luǒbēn – писати повідомлення на форумі, не пройшовши реєстрацію, писати анонімно та інші.

За допомогою префіксу “亚” yà створюється чимало слів у нормативній китайській мові, часто використовується для утворення природно-наукових термінів, де має значення префіксів «під-» або «суб-», наприклад: “亚慢性” yàmàn xìng (субхронічний), “亚区” yàqū (підзона).

В Інтернеті цей префікс має значення “не досягти кінцевої стадії чогось, на проміжній стадії, не поганий і не добрий”.

Наприклад: “亚学习” yàxuéxí (означає стан навчання, при якому учень не отримує максимального ефекту) “亚爱情” yààiqíng («не зовсім» кохання, не те, щоб зовсім не любити іншу людину, але й не любити її повною мірою). Наведемо приклад речення, в якому зустрічається відразу три слова з префіксом “亚” yà: “精神文明有亚和谐, 年轻人谈恋爱有亚稳定, 就连夫妻生活也有亚状态” jīngshén wénmíng yǒu yàhéxié, niánqīng rén tán liàn'ài yǒu yàwěndìng, jiù lián fūqī shēnghuó yeyǒu yàzhuàngtài (духовна цивілізація не зовсім гармонійна, молоді люди то розбігаються, то сходяться знову зі своїми половинками, і навіть між чоловіком та дружиною не все завжди гладко).

Суфікси: слова, утворені суфіксом “门” mén, означають будь-які чутки чи скандали, часто пов'язані з політикою. Витоки цього значення ведуть до

Уотергейтського скандалу (кит. “水门事件” shuǐmén shìjiàn), що стався у 1972-1974 рр. у США. і закінчився відставкою президента країни Річарда Ніксона (宗守云, 2012).

Наприклад, позіхання телеведучої Вень Цзін у прямому ефірі новин викликали величезний резонанс суспільства, а ця подія отримала назву “哈欠门” hāqiānmén (скандал із позіхом). Або “艳照门” yànzhaòmén (фото скандал). Це слово виникло після того, як один із користувачів Інтернету виклав в Інтернет оголені фотографії відомого актора та співака Чень Гуаньсі з такими відомими гонконзькими співачками і актрисами як Чень Веньюань, Сесілія Чун та Гілліан Чун.

А скандал “召回门” zhàohuímén пов'язаний з компанією Тойота, яка в 2009 р. оголосила про те, що запчастини на практично 700 тисяч автомобілів виявилися з дефектом і тому повинні бути повернуті назад.

“露腿门” lùtuǐmén – скандал із оголеною ногою. Під час однієї зі спортивних передач на центральному телебаченні Китаю через стіл, за яким сидів ведучий Дуань Сюань, була видна його гола нога, хоча вище поясу на ньому були надіті сорочка і піджак. Цей епізод не виявився непоміченим і викликав реакцію в Інтернеті, але після вибачень Дуань Сюаня Інтернет-користувачі вибачили та підтримали його (Guobin, 2011).

Ось ще приклад, “日记门” rìjìmén (скандал з щоденником). Цей скандал пов'язаний з Інтернет-блогом Хань Фена, начальника відділу збуту та монопольного продажу тютюну в Гуансі - Чжуанському автономному районі, в якому він писав про те, що робив у робочий час, саме вживав алкоголь і вів розпусний спосіб життя (Guobin, 2011).

Слова, утворені за допомогою суфікса “门” можна зустріти не тільки в Інтернеті, а й у різних газетах та журналах. Журналісти, як і користувачі

Інтернету, швидко реагують на різні ситуації та скандальні події, вигадуючи їм назви із використанням цього суфікса.

Ще одним поширеним суфіксом є “吧” bā, що позначає якийсь заклад, наприклад: “茶吧” chábā (чайна), “书吧” shūbā (книгарня), “话吧” huàbā (переговорний пункт) та інші. Нині можна зустріти такі слова як “吧女” bānǚ (офіціантка в барі), “吧台” bātái (барна стійка), “吧娘” bāniáng (власниця бару) і можна помилково подумати, що “吧” bā тут є префіксом, насправді у цих словах просто опущена морфема “酒” jiǔ.

Суфікс “族” zú (група людей, об'єднаних загальною характеристикою чи заняттям) найпоширеніший в Інтернет-мові, слова із таким суфіксом з'являються регулярно. Наприклад, “淘宝族” táobǎozú (люди, які купують майже все через Інтернет-магазин Таобао), “闪婚族” shǎnhūnzú (ті, хто раптово вступають у шлюб), “低头族” dītóuzú (ті, хто йдучи вулицею або перебуваючи у транспорті, постійно дивляться у свої телефони або планшети і щось у них роблять, тобто постійно перебувають з опущеною головою), “啃老族” kěnlǎozú (що сидять на шиї у старших).

Інакше кажучи, “啃老族” після закінчення ВНЗ продовжують жити з батьками та дослівно "відгризають від старших" матеріальні блага. Але існує в китайському Інтернеті і слово, що означає абсолютно протилежну ситуацію, коли батьки, які вже вийшли на пенсію, живуть на утриманні своїх дітей. Таких людей називають “啃嫩族” kěnnènzú. “BMW” BMWzú (це не ті, хто їздить на машині марки BMW, а ті, хто добирається на роботу спочатку автобусом (англ. bus), потім на метро (англ. metro), потім ще потрібно пройтися трохи пішки (англ. walk)) та інші.

Слова з цим суфіксом з'являються і в інших шарах лексики. Найчастіше такі слова вживає молодь та представники ЗМІ. Наприклад,

“月光族” yuèguāngzú (ті, хто живуть від зарплати до зарплати);

“高研族” kāoyánzú (ті, хто складають вступні іспити до аспірантури);

“拇指族” mǔzhǐzú (мобіломани, телефонозалежні, люди, які постійно зайняті своїм телефоном, що відправляють смс або виходять в Інтернет).

Це дуже продуктивний суфікс не тільки в Інтернет-лексиці, за його допомогою утворюються і загальноживані слова, наприклад, “乐拍族” lèpāizú (любителі фотографуватися), “乐活族” lèhuó zú (люди, які віддають перевагу веселому способу життя) та інші.

Суфікс “党” dǎng, як і суфікс “族” zú, позначає група людей, об'єднаних спільною характеристикою. Наприклад, “标题党” biāotídǎng – ті, хто використовує гучні заголовки для тем форуму з метою залучення користувачів Інтернет, “寂寞党” jìmòdǎng – ті, хто роблять усі справи поодиноці та інші.

Суфікс “奴” nú (раб) означає людину, раба чогось, наприклад, 房奴 fángnú – раб квартири» (людина, яка купила квартиру в кредит і тепер витрачає на повернення кредиту майже весь свій заробіток), “车奴” chēnú – «раб машини» (людина, яка витрачає на утримання машини дуже багато грошей та часу) “卡奴” kǎnú – «раб кредитної картки» (людина, яка не може погасити заборгованість за своєю кредитною карткою), “孩奴” hái nú - «раб дітей» (той, хто витрачає свої гроші та час на дітей). За допомогою суфікса “爷” yé (суфікс, що вказує на чоловіка з певною характеристикою) утворюються слова “款爷” kuǎnyé – багатий, товстосум, “膀爷” bǎngyè – чоловік, що ходить голий по пояс вулицею, “侃爷” kǎnyé – базікання.

За допомогою суфікса “客” kè утворюються такі слова як “换客” huànkè (люди, які пропонують обміняти в Інтернеті на різних сайтах непотрібні їм речі на щось потрібне), “博客” bó kè (блог/мережевий щоденник); блогер

(обличчя, провідне мережевий щоденник), “晒客” shàikè (людина, яка показує у соцмережах фотографії своїх недавніх покупок, дорогої їжі, подорожей за кордон), а людей, які дивляться на те, що виклав у мережу “晒客” shàikè називають “看客” kànkè.

Часто в жартівливих цілях користувачі Інтернету замість звичного слова 黑客 hēikè (хакер) (дослівно, чорний гість)) використовують такі слова як “红客” hóngkè (дослівно, червоний гість), “蓝客” lánkè (дослівно, синій гість), “灰客” huīkè (дослівно, сірий гість) (黄克顺., 2007).

4. Конверсія

Конверсія – вид словотвору, у якому словотворчим засобом служить лише парадигма слова. Слова, утворені в результаті конверсії, мають тотожну основу, але відрізняються системою своїх форм.

Чжан Сюань відносить конверсію до морфологічного способу словотвору, поряд з афіксацією, редуплікацією та фонетичними змінами (张璇编著, 2013).

Інші лінгвісти вважають, що конверсію можна вважати особливим видом словотвору, при якому від окремого знаменного слова утворюється інше знаменне слово, що належить іншій частині мови, без будь-яких змін у зовнішній формі слова.

Виділяють 16 типів конверсії у сучасній китайській мові:

- 1) дієслово – іменник;
- 2) іменник – дієслово;
- 3) прикметник – дієслово;
- 4) іменник – прикметник;
- 5) прикметник – прислівник;

- 6) дієслово – прислівник;
- 7) іменник – прислівник;
- 8) іменник – прикметник;
- 9) прикметник – прислівник – дієслово;
- 10) іменник – прикметник – прислівник;
- 11) дієслово – іменник – прислівник;
- 12) дієслово – прикметник – іменник – прислівник;
- 13) дієслово – прийменник;
- 14) дієслово – сполучник;
- 15) прислівник – сполучник;
- 16) дієслово - прислівник - сполучник (прийменник);

Нами було виявлено 4 типи конверсії (з 2 по 5), що зустрічаються в китайській Інтернет-мові:

1) Іменник – дієслово

- “电话” diànhuà – телефон;
- “电话” diànhuà – дзвонити по телефону

Наприклад: “我电话呢” Wǒ diànhuà ne, що означає “我在打电话呢” Wǒ zài dǎ diànhuà ne (Я зараз розмовляю по телефону).

Іноді слово “电话” diànhuà у дієслівному значення скорочується до “电” diàn.

Наприклад: “有事电我” Yǒu shì diàn wǒ → “有事给我打电话” Yǒu shì gěi wǒ dǎ diànhuà (з'являється запитання, подзвони мені).

- “伊妹儿” yīmèir – e-mail (електронна пошта);

“伊妹儿” yīmèir – надіслати повідомлення електронною поштою.

Наприклад: “有事伊妹儿我” Yǒushì yīmèir wǒ → “有事给我发邮件” Yǒu shì gěi wǒ fā yóujiàn (з'являться питання, напиши мені на електронну пошту).

- “饭” fàn – їжа;
- “饭” fàn – їсти.

Наприклад: “饭了吗？” Fàn le ma? → “你吃饭了

- 吗？” Nǐ chīfàn le ma? (Ти їв?);
- “百度” - “Байду” (китайська пошукова система);
- “百度” – шукати щось у Байду.

Наприклад: “你百度一下就知道” Nǐ bǎidù yīxià jiù zhīdào, що означає «Пошукай у Байду і дізнаєшся». Одним із значень морфеми “黑” hēi в Інтернет-сленгу є «хакер», але при конверсії вона набуває значення «займатися хакерством, хакнути (використовуючи хакерські прийоми, технології, незаконно отримати доступ до чужої інформації; зламати (сайт, комп'ютер))».

Наприклад, “他黑了私电脑” Tā hēi le ān diànnǎo (Він хакнув мій комп'ютер).

2) Прикметник – дієслово

- “黑” hēi – чорний;
- “黑” hēi –записати до чорного списку.

Наприклад: “你不要黑我” Nǐ bù yào hēi wǒ (Не заноси мене до чорного списку).

- “短” duǎn – короткий;
- “短” duǎn – надсилати “короткі повідомлення”;

- (短信 duǎnxìn), тобто SMS.

Наприклад: “有事短我” Yǒu shì duǎn wǒ, що означає “有事给我发短信” Yǒu shì gěi wǒ fā duǎnxìn (з'являться запитання, напиши мені смс).

3) Іменник – прикметник

- “雷” léi - гуркіт грому, грім;
- “雷” léi – шокуючий.

При додаванні до морфеми “雷” léi морфеми “人” rén, тобто за допомогою словоскладання, утворюється слово “雷人” léirén, значення якого теж «шокуючий», наприклад, “Lady Gaga 每次出现都是那么雷人!” Lady Gaga měi cì chūxiàn dōu shì nàme léirén (Кожен виступ Lady Gaga шокує).

- “男人” nánrén – чоловік;
- “男人” nánrén – мужній.

Наприклад: “成龙真的很男人” Chéng Lóng zhēn de hěn nánrén (Джекі Чан дійсно дуже мужній).

- “宅” zhái - будинок, житло, квартира;
- “宅” zhái – домосідливий.

Наприклад, “我真是很宅” wǒ zhēnshì hěn zhái (я справді домосідливий) або “这个人宅到不行” zhège rén zhái dào bùxíng (ця людина домосідлива до мозку кісток).

- “暴力” Bàolì - насильство, груба сила;
- “暴力” Bàolì - запеклий, лютий та інші.

4) Прикметник – прислівник

- “巨” jù – великий, сильний, потужний;

- “巨” jù – дуже, найвищою мірою.

Наприклад:

- “巨强” jù qiáng (супер сильний);
- “巨美” jù mei (дуже красивий);
- “严重” yánzhòng – серйозний, небезпечний, строгий;
- “严重” yánzhòng – надзвичайно, дуже, старанно.

Наприклад: “严重喜欢” yánzhòng xǐhuan (дуже подобається), “严重关注” yánzhòng guānzhù (уважно стежу).

У «Словнику Інтернет-мови Сінхуа» представлено 37 (1,3%) лексичних одиниць, утворених шляхом конверсії.

Крім того, крім традиційних класичних способів словотвору, в китайській Інтернет-мові з'являються свої засоби. Так, переважна кількість нових слів у китайській Інтернет-мові утворюється на основі гомофонії.

При гомофонії відбувається зміна тонів, складів або ініціалів та фіналів слова, таким чином, утворюються нові слова з минулим значенням. Так як під час спілкування співрозмовникам необхідно швидко набирати ієрогліфи, користувачі Інтернету часто не виправляють надруковані неправильно ієрогліфи, створюючи при цьому нові слова, вимова яких збігається або схоже на вимову правильних ієрогліфів. Використання гомофонії надає мовлення гумористичний відтінок.

Приклади:

- “是” shì (е, е) → “素” sù;
- “这” zhè (це) → “介” jiè;
- “没钱” méi qián (немає грошей) → “米钱” mǐqián;
- “非常” fēicháng (дуже) → “灰常” huīcháng;

- “我喜欢” wǒ xǐhuan (мені подобається) → “偶稀饭” ǒu xīfán;
- “什么” shénme (що) → “虾米” xiāmǐ;
- “没有” méi yǒu (не мати) → “木油” mùyóu;
- “不知” bùzhī (не знати) → “母鸡” mǔjī;
- “美女” měinǚ (красуня) → “镁铝” měilǚ;
- “帅哥” shuàigē (красень) → “帅锅” shuàiguō;
- “版主 bǎnzhǔ” (модератор) → “斑竹 bānzhú, 板猪 bǎnzhū”;
- “主页 zhǔyě” (головна сторінка) → “竹叶 zhúyè”;
- “邮箱 yóuxiāng” (поштова скринька) → “幽香 yōuxiāng”.

Завдяки співзвуччю, цифри, що не мають жодного зв'язку між собою, поєднуючись разом, в Інтернет-мові знаходять певний сенс. При цьому зникає їх числове значення. Так утворюються цифрові слова. Вони набувають нового значення, оскільки вимова цих чисел збігається або подібна до вимови будь-якого слова, чи то слова з діалекту чи іноземної мови. Слова, записані цифрами, мають велику омонімічність, оскільки кількість цифр дуже обмежена. Одна цифра, крім свого цифрового значення, може означати відразу кілька слів:

- 1 – 要 yào (потрібно), 意 yì (значення, сенс);
- 2 – 爱 ài (любити), 啊 a (частка), 饿 è (голодний);
- 3 – 想 xiǎng (бажати, сумувати), 生 shēng (народитися), 深 shēn (глибокий), 神 shén (дух), 上 shàng (верхній), 先 xiān (раніше, перший), 相 xiāng (взаємний);
- 4 – 是 shì (бути, з'являтися), 死 sǐ (померти), 世 shì (покоління; світ), 时 shí (гра), 时 shí (час), 只 zhǐ (лише), 速 sù (скоро, швидко);

5 – 我 wǒ (я), 完 wān (фонетичний крик), 无 wú (що, що є), 晚 wǎn (вечір, пізно), 唯 wéi (тільки);

6 – 啦 la (частка), 聊 liáo (говорити), 了 le (частка), 顺 shùn (приємний), 髒 zāng (частка), 老 lǎo (бути ледачим, лінивим), 老 lǎo (старий);

7 – 亲 qīn (близькість), 气 qì, 情 qíng, 孳 qǐ, 去 qù, 吃 chī, 请 qǐng, 起 qǐ;

8 – 抱 bào (обіймати), 发 fā (відпускати, посилати), 吧 ba , 不 bù (ні, не), 帮 bāng (допомагати), 伴 bàn (супроводжувати), 别 bié (інше), 被 bèi (службове слово), 拜 bài ;

9 – 就 jiù (прийти), 走 zǒu (йти), 球 qiú (м'яч), 加 jiā (додати), 救 jiù (зберегти), 最 zuì (поцілунок), 久 jiǔ (довгий), 求 qiú (запитувати);

0 – 你 nǐ (ти), 理 lǐ (керувати, наводити порядок, звертати увагу).

Тому деякі фрази, написані виключно цифрами, можна зрозуміти інакше. Наприклад, фраза «584. 5682177778. 12234. 1798. 76868. 587129955. 829475» може мати такі варіанти:

- 我发誓。我若发了要一个去吹吹风。要爱你三世。我不介意你久久吻我。被爱是小平台！ Wǒ fāshì. Wǒ ruò fāle yào yīgè qù chuī chuīfēng. Yào ài nǐ sānshì. Wǒ bù jièyì nǐ jiǔjiǔ wěn wǒ. Bèi ài shì xiǎo píngtái! Я присягаюсь. Навіть якщо я розбагатію, це все. Я не забуду тебе. Я завжди буду любити тебе. Я хочу, щоб ти завжди цілувала мене. Бути коханим - це щастя!
- 我发誓。我要抱你一丽去吹吹风。我你爱相可。名名心与你聊聊我我。被爱是妈平台！ Wǒ fāshì. Wǒ yào bào nǐ yī lì qù chuī chuīfēng. Wǒ nǐ ài xiāng kě. Míng míng xīn yǔ nǐ liáo wǒ wǒ. Bèi ài shì mā píngtái! Я присягаюсь. Я хочу обіймаючи тебе, гуляти з тобою. Твоя любов буде зі мною. Я не зміню своїх почуттів. Буду мили з тобою. Бути коханим - це щастя!

- 我发誓。我要把爱一个报力技抱。要报爱相可。

我不介意你久久吻我。被爱是妈平台！ Wǒ fāshì. Wǒ yào bǎ ài yīgè bào lì jì bào. Yào bào ài xiāng kě. Wǒ bù jièyì nǐ jiǔjiǔ wěn wǒ. Bèi ài shì mā píngtái! Я присягаюсь. Ми будемо разом берегти нашу любов. Нехай кохання супроводжує нас. Я хочу, щоб ти завжди цілувала мене. Бути коханим – це і є щастя!

Гомофонний спосіб словотвору є дуже поширеним у китайській Інтернет-мові. Ієрогліфічні гомофонні утворення становлять 5,3% (155 лексичних одиниць) лексики «Словника Інтернет-мови Сінхуа», а цифрові гомофонні утворення – 15,2% (448 лексичних одиниць), що робить цей спосіб словотвору другим за продуктивністю в Інтернеті після словоскладання.

Іншим способом створення нових слів в Інтернеті є розбивка ієрогліфа на складові. Цей тип утворення нових слів відбувається від давньої народної гри з вгадування ієрогліфів з його складових частин. Наприклад, ієрогліфи, що позначають прізвище або рід: “木” і “子” утворюють “李”, “弓” і “长” – “张”, “口” і “天” – “吴” і так далі. Користувачі Інтернету запозичили цей спосіб для утворення слів. Найчастіше зустрічаються слова:

- “弓虽” gōng suī – “强” qiáng (сильний);
- “走召弓虽” zǒu zhào gōng suī – “超强” chāo qiáng (суперсильний);
- “马叉虫” mǎ chā chóng – “骚” sāo (турбуватися, хвилюватися);
- “矢口” shǐ kǒu – “知” zhī (знати);
- “人尔” rén er – “你” nǐ (ти);
- “火爆女子” huǒ bào nǚ zǐ – “爆好” bàohǎo (чудово, добре).

Більшість таких новоутворень використовуються для позначення модальних частинок:

- “口黑” kǒu hēi – “嘿” hēi (ех!, ах!, ну! (вигук) здивування, жалю, досади));
- “口可” kǒu kě – “呵” hē (виражає подив, переляк; а!, о!);
- “口合” kǒu hé – “哈” hā (звуконаслідування сміху; ха!; реготати) та інші.

Цей спосіб словотвору є самим непродуктивним. Всього 0,2% (7 лексичних одиниць) лексики «Словника Інтернет-мови Сінхуа» утворено даним способом.

Також нові слова можуть утворюватися з допомогою редуплікації. 16 лексичних одиниць (0,5%) «Словника Інтернет-мови Сінхуа» утворено редуплікацією. І хоча редуплікація слів – це не нове явище в китайській мові, але в Інтернеті з'являються нові правила подвоєння.

У китайській нормативній мові іменники не мають форми подвоєння, хоча деякі іменники утворені шляхом редуплікації. В Інтернет-мові іменники, прикметники та дієслова, які зазвичай не подвоюються, редуплікуються. Редупліковані слова мають те саме значення, що й нередупліковані, але такі слова надають промові неформальний відтінок, так як редупліковані слова є наслідуванням промови маленьких дітей.

Замість 东西 dōngxī (річ, предмет) пишуть 东东 dōng;

- 很坏 hěn huài (дуже поганий) → 坏坏 huài;
- 车 chē (машина) → 车车 chē;
- 饭 fàn (їжа) → 饭饭 fàn;
- 厕所 cèsuǒ (туалет) → 厕厕 cè;
- 睡觉 shuìjiào (спати) → 觉觉 jiào;
- 漂亮 piàoliang (красивий) → 漂漂 piào;
- 一般 yībān (звичайний) → 一般般 yībān bān;
- 华丽 huá lì (прекрасний, розкішний) → 华丽丽 huá lì lì та інші.

Зауважимо, що такі форми редуплікації не допустимі у нормативній китайській мові. Вони повністю суперечать граматичним правилам.

Висновки до розділу 3.

У 3 Розділі нами були виділені основні семантико-тематичні групи Інтернет-лексики та розглянуті словотворчі механізми у формуванні Інтернет-лексики.

Дослідивши семантико-тематичні групи у пункті 3.1., можемо відзначити, що більшість китайських лінгвістів включають у лексику китайського Інтернету слова, утворені на основі співзвуччя, емограми, різні типи скорочень, іноземні запозичення, редупліковані та літерні слова, Інтернет-неологізми та слова з новим значенням, Інтернет-терміни, змішані утворення, що включають літерно-символьні, літерно-цифрові, ієрогліфічно-цифрові, літерно-ієрогліфічні, літерно-символьні, літерно-ієрогліфічно-цифрові комбінації та поєднання ієрогліфів та англійських слів. Можна підкреслити також функціонування у китайському Інтернеті звуконаслідувань, діалектизмів, візуальних утворень, чисел із прихованим змістом та слів, утворених за рахунок фузії.

Проаналізувавши способи поповнення лексики китайського Інтернету в пункті 3.2., можемо зробити такі висновки. Іноземні запозичення є одним із джерел поповнення лексики Інтернету. Запозичення можуть бути фонетичними, семантичними та фонетико-семантичними. Найчастіше зустрічаються запозичення з англійської мови, але є і запозичення з японської. Словотвір лексики Інтернету будуватися на основі способів словотворення нормативної мови: словоскладання, афіксація, морфемна контракція, конверсія, редуплікація. При цьому з'являються нові типи, наприклад, скорочення на основі піньїнь, а при редуплікації в Інтернет-мові подвоюються ті слова, які не мають форми редуплікації у нормативній мові. У створенні лексики Інтернету спостерігаються нові способи, які не використовуються в

словотворенні нормативної лексики. Наприклад, гомофонія, розбивка ієрогліфа на частини.

Лексичні одиниці, створені новими способами, часто не виходять за рамки вживання Інтернету, але частина такої лексики проникає в мову повсякденного мовлення, демонструючи безперервний процес розвитку мови. Найпродуктивнішим способом словотвору в китайській Інтернет-мові, як і в стандартній китайській мові, є словоскладання. Другий за продуктивністю спосіб – гомофонія. Найнепродуктивнішими способами словотвору є редуплікація та розбивка ієрогліфа на складові частини.

ВИСНОВКИ

В даній науковій роботі ми визначили та дослідили основні положення та поняття, що мають безпосереднє відношення до Інтернет-дискурсу.

Інтернет-дискурс – це спілкування користувачів Інтернету в електронному середовищі, що має свою термінологічну базу, відмінний від мови повсякденного спілкування словниковий склад з безліччю сленгізмів і жаргонізмів, які використовуються в чатах, форумах, блогах .

Інтернет-комунікація – сукупність текстів, об'єднаних загальною тематикою, пов'язаною з сучасними інформаційними технологіями.

Інтернет-комунікація – це єдність чотирьох процесів, а саме: у комп'ютерній комунікації створюється нова реальність, в якій відображено об'єктивну дійсність і виражається суб'єктивно-особистісний світ, а також здійснюється передача духовного змісту всім учасникам комунікації.

Сленг – яскравий, експресивний шар нелітературної лексики, стиль мови, що займає певну нішу в лінгвістиці та виступає в прямо протилежній формі вкрай формальної мови. Сленг є живим, рухомим шаром словникового складу мови, що розвивається разом із сучасним світом та відображає будь-які зміни в житті країни та суспільства.

Інтернет-сленг – це нелітературна лексика, стиль мови, що використовується у мережі Інтернет та викликає інтерес у багатьох китайських та іноземних лінгвістів. Активно досліджується вплив Інтернет-сленгу на розвиток китайської мови на сучасному етапі. Інтернет-сленг сучасної китайської мови виходить за рамки Інтернету та вживається в повсякденному житті. «Мова спілкування в Інтернеті сьогодні стає все більш різноманітною і постійно змінюється. У зв'язку з цим безперечний інтерес представляє той факт, яким чином мова Інтернету впливає на сучасну китайську мову».

Інтернет-мова – це нове джерело слів сучасної китайської мови, а також новий об'єкт вивчення китайської мови . Основними шляхами поповнення лексики сучасної китайської мови є словотвір, діалектизми та іноземні запозичення. Інтернет-лексика може утворюватися за допомогою таких способів словотвору : словоскладання, афіксація, морфемна контракція, конверсія, редуплікація.

Отже, в даному дослідженні, нами був охарактеризований Інтернет-дискурс, проведено вивчення Інтернет-лексики сучасної китайської мови і показані її особливості, способи творення, шляхи поповнення, а також джерела виникнення та проникнення нових слів, виразів і фразеологізмів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Adam, B. (2004). An Investigation of the Language of Internet Chat Rooms. 45.
- Bloomfield, L. (1933). Language. *New York: Henry Holt and Co.*, 33-34.
- Brown G., Y. G. (1983). Discourse Analysis. *Cambridge: Cambridge University Press*), 53-55.
- Butler, C. (1985). Statistics in Linguistics. *Oxford: Basil Blackwell*, 68-69.
- Cao, W. (2004). *The Study of Modern Chinese Lexicons*. Beijing: Peking University Press.
- Crystal, D. (2004). Language and the Internet . *Cambridge*, 272.
- Crystal, D. (2004). The language revolution . *Cambridge: Polity Press Ltd*, 152.
- Crystal, D. (2005). The scope of Internet linguistic . *American Association for the Advancement of Science meeting*. , 1-4.
- Crystal, D. (2010). The changing nature: a linguistic perspective . *Text Comparison and Digital Creativity*. , 221-225.
- Crystal, D. A. (2001). linguistic revolution . *Education, Communication & Information*, 93-97.
- Elaine, J. Y. (2011). Language as Social Practice on the Chinese Internet University of Illinois at Chicago. *Elaine J. Yuan (2011) Language as Social* https://www.researchgate.net/publication/288705515_Language_as_Social_Practice_on_the_Chinese_Internet, 12-15.
- Fries, C. (1947). Introduction to American College Dictionary. *Ch. Fries*. - *New York*,.
- Guobin, Y. (2011). Technology and Its Contents: Issues in the Study of the Chinese Internet. *The Journal of Asian Studies* 70, № 4, 41-43.
- Herring, S. C. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. *Herring, S. C. "Computer-mediated discourse analysis: An approach t Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*, 338-376.
- Hutton, B. K. (1997). Bolton Kingsley and ChriBad Boys and Bad Language: Chou Hau and the Sociolinguistics of Swearwords in Hong Kong Cantonese. *Hong Kong: The Anthropology of a Chinese Metropolis, Grant Evans and Maria Tam, eds., Honolulu: Univers*, 15-18.
- Jones, S. (1998). *Doing Internet Research*. Critical Issues and Methods for Examining the Net. Thousand Oaks, CA: Sage Publ.

- Kan, K. (2013). The New 'Lost Generation': Inequality and Discontent among Chinese Youth. *China Perspectives*, <https://www.jstor.org/stable/24055557>), 68.
- Michael, A. (2009). *Slang: The People's Poetry*. New York: Oxford University Press.
- Paul, C. (2012). *Youth Culture in China: From Red Guards to Netizens*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Spears, R. (1991). *Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions*. . Lincolnwood, Illinois, USA, 1991. - с. 20-21.
- van Dijk Teun. (2006). A Critical Discourse Analysis // <http://www.hum.uva.nl/teun/cda.htm>.
- van Dijk Teun, A. (1993). *Principles of critical discourse analysis*. van Dijk Teun A. (1993) *Principles of cr Discourse & Society*. Sage (London. Newbury Park and New Delhi), vol. 4(2) // <http://www.daneprairie.com>).
- van Dijk Teun, A. (б.д.). Ideology and Discourse Analysis Ideology Symposium Oxford, September 2004. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona Secondversion. November 2004. // <http://www.discourse-in-society.org>). стр. 8-10.
- van Dijk Teun, A. (б.д.). Political discourse and ideology University of Amsterdam. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona // Doxa Comunicaci N1. стр. 2-5.
- Д'яков А. С. . (2000). *Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти*. К.: Видавничій дім «КМАcademia». с. 218. .
- Дудик, П. (2005). *Методологія, методи й методика стилістики. Стилїстика української мови: навчальний посібник*. К.: Видавничий центр «Академія». с. 43–46.
- Дудоладова, О. (2008). Інтернет-дискурс як особливий тип дискурсу . *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*, 78.
- Зеленько, А. С. (1999). Методи й аспекти дослідження мови. *Вісник Луганського державного педагогічного університету*, 7.
- Землякова, О. О. (2010). *Лінгвостилістичні характеристики жанру англomовного корпоративного блогу: автореферат*. Харків.
- Калініна, К. В. (2013). Особливості функціонування комп'ютерного дискурсу . *Обрії сучасної лінгвістики, Луганськ*, 62.

- Мойсеєнко, С. М. (2010). Функціонально-стильові особливості англomовного комп'ютерного дискурсу. . *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки: Філологічні науки. Мовознавство.*, 95-98.
- Приходько, А. М. (2007). Дискурсологія концепту vs концептологія дискурсу. *Вісник Харківськ. Нац. Ун-ту ім. В.Н. Каразіна.* , 66-67.
- Серажим, К. (2002). *Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [на матеріалах сучасних газетних публіцистики]: монографія. К. с. 392.* монографія. К. с. 392.
- Ткачик, О. В., Роговська Н.В. . (2017). *Шляхи поповнення лексичного складу сучасної англійської мови.* . Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». .
- Шевченко, І. (2006). *Дискурс і когнітивно-комунікативна парадигма лінгвістики.* Харків: Мова. Людина. Світ. с. 148-156.
- 何红峰. (2003). *从符号系统的角度看“网络语言”*. 何红峰 // 江汉大学学报 (人文科学版).
- 刘叔新. (2005). *汉语描写词汇学*. 刘叔新. – 北京: 商务印书馆. 415 页.
- 劲松. (11 2000 年). *网络语言是什么语言*. 劲松, 麒珂 // *语文建设*, стр. 13-14.
- 安志伟. (2012). *网络语言的多角度研究 / 安志伟*. 太原: 山西人民出版社, 245 页).
- 宗守云. (2012). *类后缀“一族”及其逆向语法化*. 百色学院学报 期. 88-92.).
- 常晋芳. (2005). *网络哲学引论: 网络时代人类存在方式的革命*. 常晋芳. – 广州: 广东人民出版社, 2005. с. 443 页).
- 张云辉. (2010). *网络语言语法与语用研究*. 上海: 学林出版社.
- 张玉玲. (2014). *网络语言的语体学研究*. 北京: 中国社会科学出版社.
- 曹起. (2012). *新时期汉语语言变异研究*. 曹起. – 北京: 中国社会科学出版社, 240 页.
- 曹进. (2012). *网络语言传播导论*. 曹进. – 北京: 清华大学出版社. – 280 页).
- 杨小平. (2012). *当代汉语新词语研究*北京. 中国社会科学出版社.
- 林纲. (2012). *网络新闻语言的语用分析*. 林纲. – 南京: 南京师范大学出版社, 258.

- 林纲. (2017). *网络语言学教程*. 北京: 科学出版社, 209 页.
- 牟玉华. (2008). “网络语言”影响下的汉语、汉字发展趋势. 牟玉华, 谢旭慧 // *山西师大学报(社会科学版)*, 116-119.
- 蔡辉. (2003). *网络语言的类型特点探析*. 蔡辉, 冯杰 // *河北大学成人教育学院学报*, 2003 年第 3 期. – 第 59-62 页.
- 贺国伟. (2003). *汉语词语的产生与定型*. 上海: 上海辞书出版社.).
- 陆俭明. (1980). *汉语口语句法里的易位现象*. 陆俭明 // *中国语文*, -41 页.
- 陈留. (2002). *网络语言: 虚拟世界的信息符号*. 陈留 // *辽宁师范大学学报*, 2002 年第 25 卷第 1 期. – 第 82-85 页), 82-85 页).
- 页), 傅. (2013). *英汉网络语言对比研究*. 傅轶飞. – 北京: 国防工业出版社. – 163 页).
- 高岩. (2014). *基于语言学理论的网络语言应用研究* / 高岩. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学出版社, .
- 黄克顺. (2007). *新时期新词新义的修辞透视*. 黄克顺 // *皖西学院学报*, 年第 23 卷第 6 期. – 第 117-119 页.
- 黄克顺. (2007). *新时期新词新义的修辞透视*. 黄克顺 // *皖西学院学报*, 年第 23 卷第 6 期. – 第 117-119 页).

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лі Шуцзюань, Янь Ліган (2009) *Словник сучасного китайського сленгу*. – М.: Восточна книга,
2. Селіванова О. О. (2006). *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія*. Полтава: Довкілля. К., с. 716.
3. Сімпсон Джон (1992) *Оксфордський словник сучасного сленгу* / Джон Сімпсон. -Нью-Йорк; Оксфорд: Оксфордська університетська преса, – р.299 (Simpson John (1992) *The Oxford dictionary of modern slang* / John Simpson. –New York; Oxford: Oxford university press, – p.299)

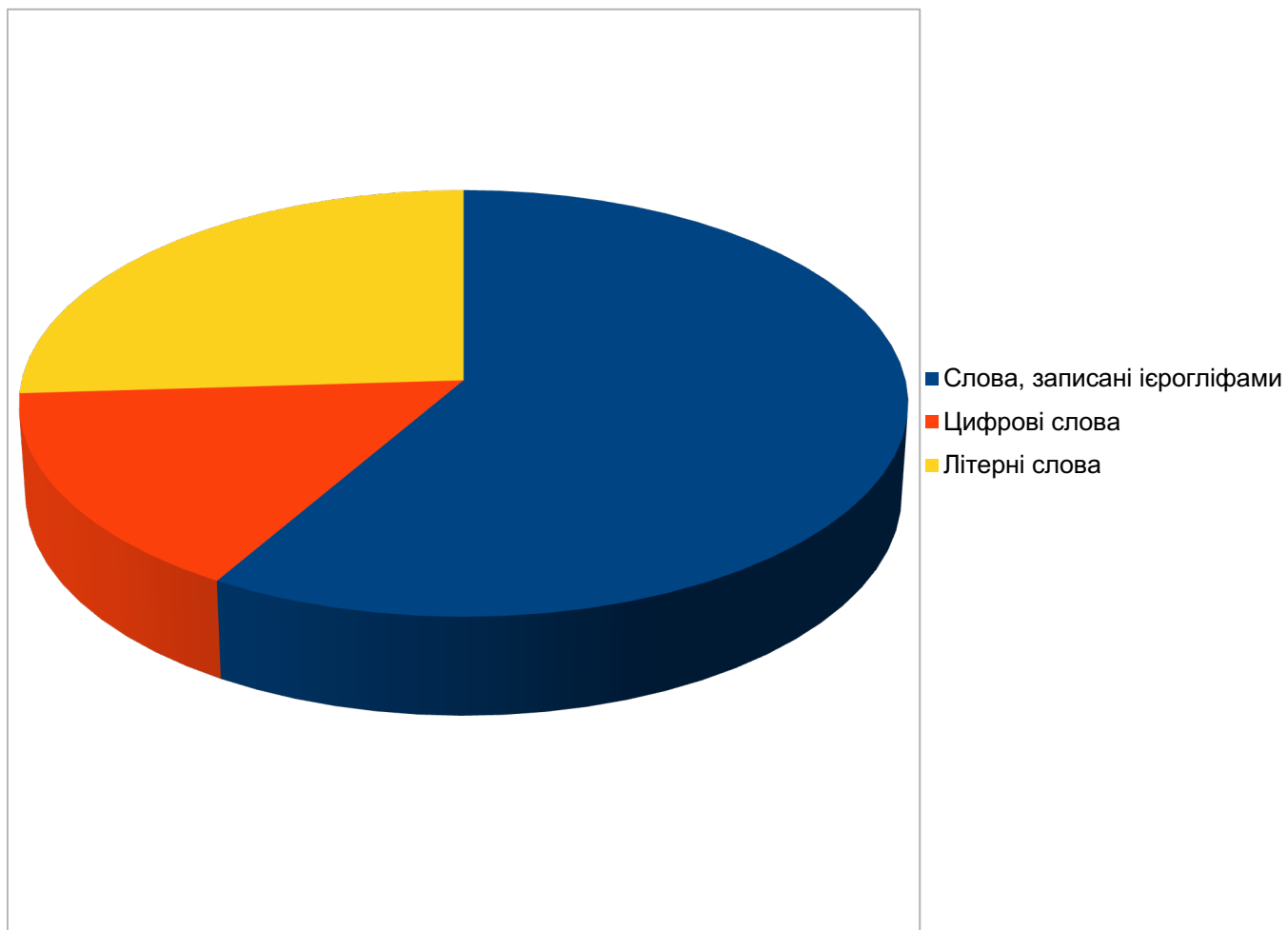
4. Цихай 辞海 «Море слів» (2021) "Cihai", Shanghai Century Publishing Group и Shanghai Lexicographic Publishing Hous, видання 7, URL: <http://cihai.supfree.net/two.asp?id>
5. BKRS: URL: <http://bkrs.info/> 82
6. Хоттен, Джон Кемден. (1960) Словник сучасного сленгу, жаргону та вульгарного слова, що вживаються й нині на вулицях Лондона/ Хоттен, Джон Кемден.-М.:Лондон.,-324р.(Hotten, John Camden. (1960)A dictionary of modern slang, cant, and vulgar words, used at the present day in the streets of London/ Hotten, John Camden.-M.:London.,-324p)

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

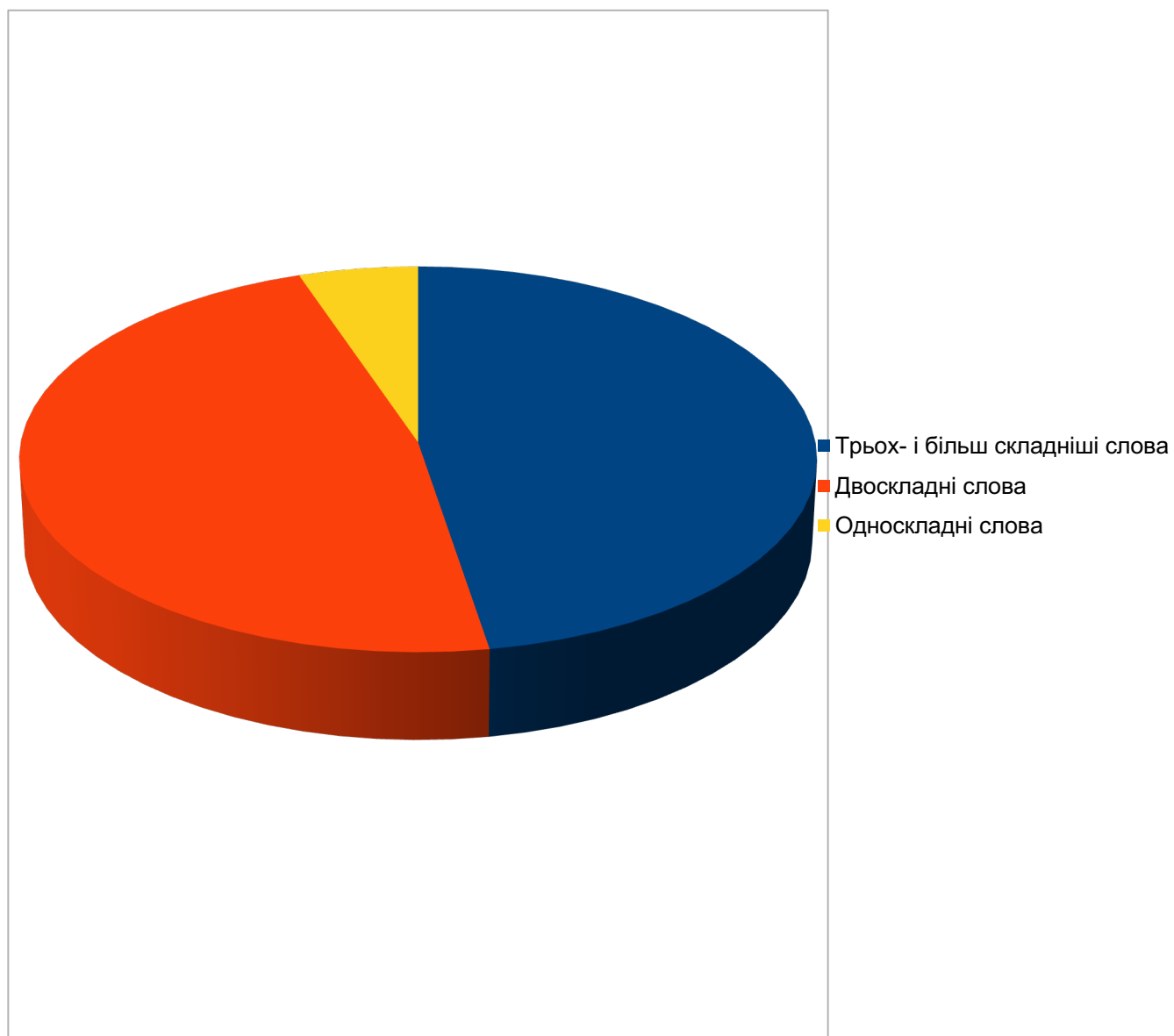
1. Baidu 贴吧 (Інтернет-форум Байду),
[URL:http://tieba.baidu.com/p/2962443825](http://tieba.baidu.com/p/2962443825)
2. Baidu zhishu 度指数 (Baidu Index),
<http://index.baidu.com/v2/index.html#/>

ДОДАТОК

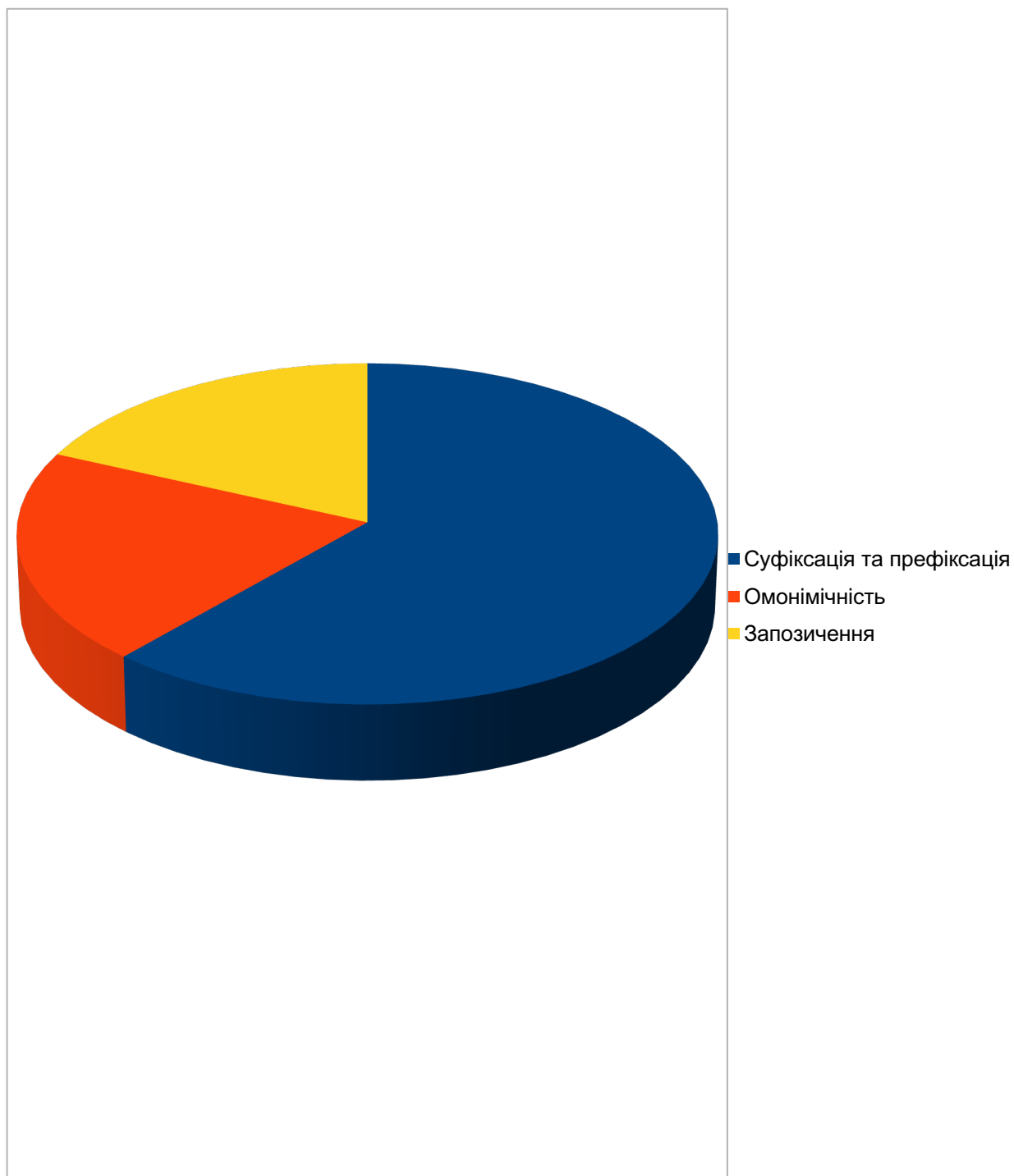
Малюнок. 1. Склад Інтернет-лексики китайської мови.



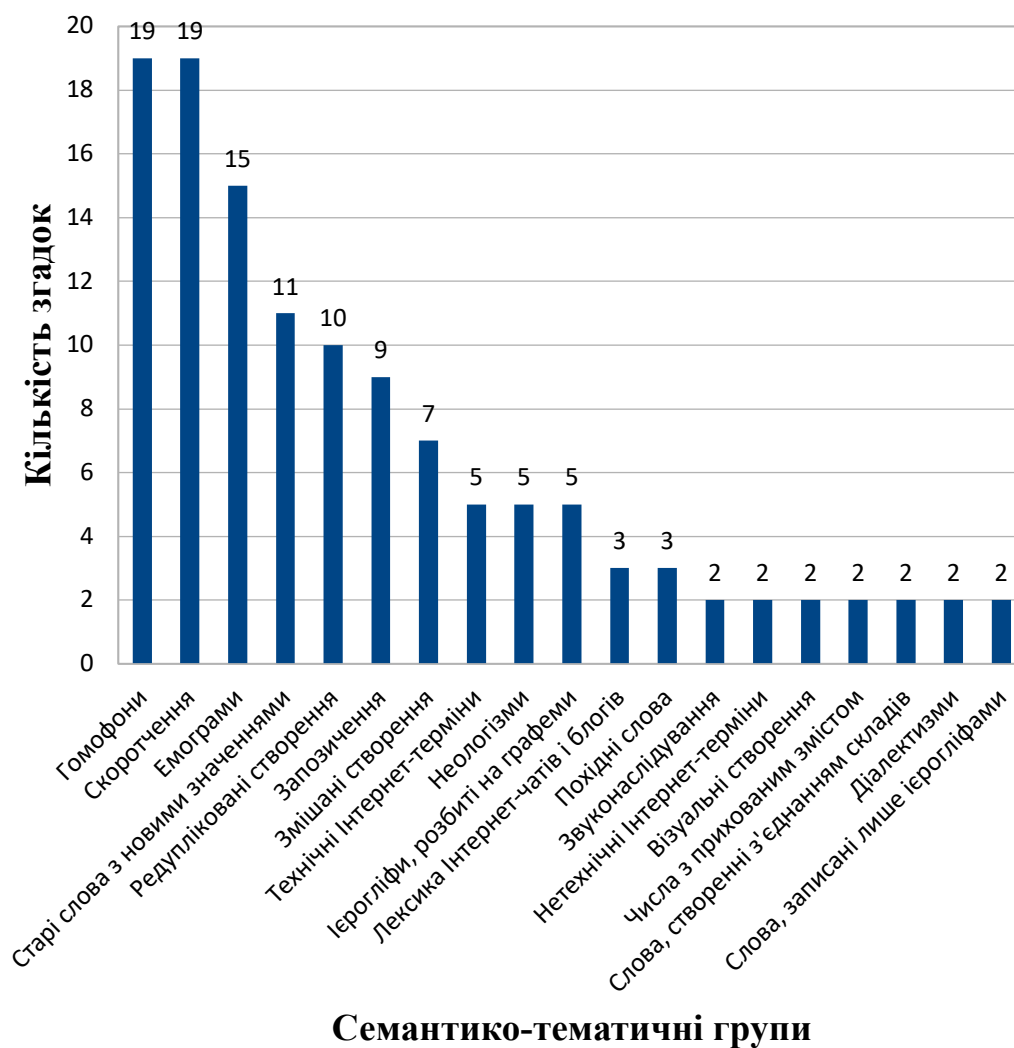
Малюнок 2. Склад лексичних одиниць, записаними ієрогліфами



Малюнок 3. Способи утворення лексичних одиниць Інтернет-лексики китайської мови



Малюнок 4. Семантико-тематичні групи Інтернет-лексики



Таблиця 1. Типи буквених слів Інтернет-лексики китайської мови

Літерні аббревіатури від англійських слів	Літерні слова, які утворюються шляхом вживання перших літер фонетичної транскрипції «пінйін» китайських морфем.	Літерні слова, утворені лише з однієї літери
AAA - (від слів anytime, anyplace, anywhere) - у будь-який час, в будь-якому місці, де завгодно	DX (大虾 dàxiā) – просунутий Інтернет-користувач	L (від китайського 乐 lè або англійської «laugh») – смішний, радісний
IDNY - (від слів "I don't know you") - я тебе не знаю	SG (帅哥 shuàigē) – красень та ін.	D (від китайського 顶 dǐng) – підтримувати
DIYer (від слів "do it yourself" та суфікс "er") - самотійний; людина, яка воліє робити все сама.		

PE3IOME

今天，无法想象没有互联网的现代人的生活。万维网技术在所有国家都得到应用，并触及生活的各个领域。对于像中国这样的用户数量超过整个欧洲人口的国家来说尤其如此。

汉语与其他语言一样，随着互联网进入现代人的生活而发生了变化。这些变化最清楚地反映在词汇上，尤其是俚语上。

本科学研究致力于对现代汉语网络话语的研究，对其现有研究方法的系统化和概括，分析其特征、网络词汇形成方法，以及其在日常生活中的应用和对现代中国社会的影响。

这项工作的相关性在于，随着计算机技术的发展，互联网词汇在互联网用户中特别受欢迎。因此，有必要研究消费的特点。

研究对象是中国博客圈的网络词汇。

研究的主题是中国博客圈使用网络俚语的特点。

本研究的目的是深入分析现代汉语网络词汇的词汇语义特征，研究汉语中网络俚语的使用特点，并确定中国网络俚语最具生产力的类型。及其主导功能。该目标涉及解决以下任务：

- 1) 考虑“网络话语”概念的定义，确定其传播状态，定义“网络俚语”的概念；
- 2) 识别俚语的构成、风格和功能；
- 3) 分析网络俚语的使用（基于新浪微博帖子）；
- 4) 研究互联网词汇的词汇语义特征；
- 5) 分析网络词汇对现代中国社会的影响。

采用以下研究方法来完成这些任务：描述方法、数据系统化方法、成分分析方法、上下文分析方法和统计计算方法。

研究材料是中国微博服务新浪微博上的中文帖子。通过连续抽样选择语言材料和例子。

本研究的理论意义在于对汉语中网络俚语使用相关问题的研究做出了贡献。

这项工作的实际意义在于，其结果可以作为撰写相关主题文章的材料，在撰写课程和文凭论文时，以及在开发口语和书面交流实践课程时，词汇学，汉语的文体学。

本毕业论文的目的和任务决定了它的结构。作品结构包括引言、第一章、第二章、第三章、结论和参考文献清单。

引言包括以下几点：所选主题、对象、主题、工作目标和任务的相关性、研究方法基础和研究材料的描述、理论意义、实践意义和工作结构的描述。

在第一章中，我们考察了现代科学范式中网络话语的一般概念，界定了俚语的概念及其与行话、专业、俚语、粗俗等概念的偏离，考察了俚语的主要功能和网络语言的特殊性。Internet 语言网络。

第二章考察了汉语互联网词汇的发展趋势和特点。在第 2.1 点中，我们在第 2.2 点中考虑了中国互联网俚语的功能。互联网俚语的构成，见第 2.3 点。互联网俚语风格。实践部分是对新浪微博资料中中文网络俚语表达的分析。

第三章分析了网络话语的词汇语义特征，即网络词汇形成的构词机制和技术。最后，我们总结了所做的工作，总结了研究过程中得出的结论。

在这项科学工作中，我们确定并调查了与互联网话语直接相关的主要条款和概念。

互联网话语是互联网用户在电子环境中的交流，它有自己的术语库，是一种不同于日常交流语言的词汇，其中包含聊天、论坛、博客中使用的许多俚语和行话。

互联网通信是由与现代信息技术相关的共同主题联合起来的整套文本。

互联网传播是四个过程的统一，即：在计算机传播中，创造了一个新的现实，在这个新现实中反映了客观现实，表达了主观-个人世界，并将精神内容传递给了所有的传播参与者。

俚语是一种非文学词汇的明亮、表达层，是一种在语言学中占有一定位置的语言风格，以与极其正式的语言完全相反的形式出现。俚语是语言词汇的一个活生生的、动人的层次，它随着现代世界的发展而发展，反映了国家和社会生活的任何变化。

网络俚语是一种非文学词汇，一种在互联网上使用的语言风格，是许多中外语言学家感兴趣的。网络俚语对现阶段汉语发展的影响正在积极研究中。现代汉语网络俚语超越了互联网，被用于日常生活。“当今互联网上的交流语言正变得更加多样化和不断变化。在这方面，互联网语言如何影响现代汉语这一事实是不容置疑的。”

网络语言是现代汉语的新词源，也是学习汉语的新对象。补充现代汉语词汇的主要途径是词汇、方言和借用。

互联网词典可以使用以下构词方法形成：构词法、词缀法、词素收缩法、转换法、重复法。

因此，在本研究中，我们对网络话语进行了特征化，对现代汉语网络词汇进行了研究，展示了其特征、创造方法、补充方式以及新词的出现和渗透来源、表达方式和用语。