

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Кафедра китайської філології

Курсова робота з китайської філології

на тему:

**" ВПЛИВ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ВИНИКНЕННЯ
НЕОЛОГІЗМІВ ТА СЛЕНГУ В КИТАЙСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ
СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ БЛОГІВ)"**

Студента групи Пкит 08-19

факультету східної і слов'янської філології
денної форми навчання

Освітньої програми

Китайська мова і література та переклад,
західноєвропейська мова

Спеціальності 035 Філологія

Спеціалізації 035.065 Східні мови

та літератури (переклад включно),

перша - китайська

Дроби Марії Валеріївни

Науковий керівник:

к. ф. н., доц. **Щербаков Я.І.**

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 СПЕЦИФІКА СЛОВОТВОРУ В КИТАЙСЬКІЙ МЕРЕЖЕВІЙ КОМУНІКАЦІЇ	
1.1 Конститутивні ознаки Інтернет-дискурсу.....	6
1.2 Джерела походження мережевого сленгу.....	9
1.3 Вплив комп'ютерних технологій на виникнення неологізмів та сленгу в китайській мові.....	12
Висновки до розділу 1.....	15
РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КИТАЙСЬКОГО ІНТЕРНЕТ- ДИСКУРСУ ТА ПРОБЛЕМАТИКА ВИКОРИСТАННЯ КИТАЙСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ- ЛЕКСИКИ	
2.1 Класифікація неологізмів та сленгу в китайських інтернет-блогах.....	18
2.2 Особливості вживання неологізмів та сленгу в китайських інтернет- блогах.....	22
Висновки до розділу 2	24
ВИСНОВКИ.....	26
简评.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30

ВСТУП

За останній період часу все більшої актуальності набуває мережеве спілкування. З огляду на стрімкий розвиток віртуального простору та надання переваги дистанційному режиму важко уявити життя без мережі Інтернет. Всесвітня павутина застосовується у всіх країнах і практично у всіх сферах життя, що є особливо актуальним для Китаю, адже приблизно половина населення країни мають доступ до Інтернету.

Вплив комп'ютерних технологій на появу неологізмів і сленгу в китайській мові був значним, особливо в контексті сучасних інтернет-блогів. Зростаюче використання цифрових комунікаційних технологій надало людям нову платформу для спілкування та самовираження у нові та творчі способи, що призвело до появи багатьох нових слів та виразів.

Одним із ключових способів впливу комп'ютерних технологій на появу неологізмів і сленгу в китайській мові стала глобалізація мови. Інтернет полегшив китайськомовним людям спілкування з людьми з інших країн, що призвело до появи нових слів і виразів, які зазнали впливу інших мов і культур.

Використання емодзі, та інших форм візуальної комунікації також сприяло розвитку неологізмів і сленгу в китайській мові. Ці форми комунікації часто використовуються в онлайн-спілкуванні для вираження емоцій та ідей у більш творчий і гумористичний спосіб.

Актуальність роботи зумовлюється масовим використанням Інтернет-мережі, яка на сьогоднішній день застосовується у всіх країнах і практично у всіх сферах життя. Комп'ютерні технології займають все більше місця в нашому житті, а виникнення нових слів та виразів, пов'язаних з цими технологіями, є невід'ємною частиною процесу, тому вивчення впливу комп'ютерних технологій на виникнення неологізмів та сленгу в цій мові є важливим для розуміння сучасного культурного контексту Китаю та його місця в світі.

Метою роботи є виявлення впливу комп'ютерних технологій на формування нових слів та виразів в китайській мові, а також аналіз використання сленгу в інтернет блогах. Визначення тенденцій у вживанні комп'ютерної лексики в китайській мові та вивчення різних механізмів формування неологізмів та сленгу в інтернет просторі.

Завдання:

1. Вивчення основних технологій та інструментів, які використовуються в китайському інтернет-просторі, що забезпечують виникнення неологізмів та сленгу.
2. Аналіз кількості та різноманітності неологізмів та сленгових виразів, які використовуються в китайських інтернет-блогах, з метою виявлення тенденцій їх розвитку.
3. Вивчення факторів, які впливають на виникнення неологізмів та сленгу в китайській мові, зокрема, соціальних, культурних, економічних та технологічних.
4. Вивчення специфіки використання неологізмів та сленгу в китайській мові порівняно з іншими мовами, які також використовуються в інтернеті.
5. Аналіз міжкультурного впливу на використання неологізмів та сленгу в китайській мові, зокрема, щодо запозичення та адаптації іноземних слів та виразів.

Об'єктом дослідження є процес формування та розвитку неологізмів та сленгу в китайській мові в контексті використання комп'ютерних технологій.

Предметом дослідження є вивчення специфіки виникнення та функціонування неологізмів та сленгу в китайській мові на прикладі сучасних інтернет-блогів, а також визначення впливу комп'ютерних технологій на формування цих лексичних одиниць в китайському інтернет-просторі.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та розв'язання конкретних завдань роботи передбачалось застосування теоретичних загальнонаукових методів, зокрема індукція і дедукція, класифікація, порівняння; для виділення особливостей, використовувався функціональний метод, зокрема дискурс-аналіз. Був використаний лінгвістичний аналіз текстів, цей метод передбачав аналіз вживання нових слів та

виразів в інтернет-блогах, що дозволило визначити їх типи, функції та походження. та погляди.

Практичне значення полягає в кращому розумінні процесу формування нових слів та виразів в китайській мові, а також у виявленні тенденцій та закономірностей у використанні комп'ютерної лексики. Все це дає краще уявлення про особливості розвитку сучасної китайської культури та молодіжної підкультури.

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що воно розкриває сутність і причини виникнення нових слів та фраз в китайській мові, воно також дозволяє оцінити вплив інтернет-комунікацій на розвиток китайської мови і сприяє зрозумінню особливостей мовної еволюції в сучасному світі. Це є важливим джерелом інформації для розуміння впливу комп'ютерних технологій на мовну культуру Китаю, а також для формування та розвитку комплексної мовної стратегії в умовах інтернаціоналізації та глобалізації.

Матеріалом дослідження слугували китайськомовні соціальні мережі, зокрема Weibo (微博), де користувачі активно використовують неологізми та сленг, QQ (騰訊 QQ), форум Baidu Tieba (百度貼吧), Zhihu (知乎). Також використовувались китайські новинні портали, такі як Sina News (新浪新闻) та Tencent News (腾讯新闻), які містили необхідні статті про вплив комп'ютерних технологій на мову.

Структура. Робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ 1 СПЕЦИФІКА СЛОВОТВОРУ В КИТАЙСЬКІЙ МЕРЕЖЕВІЙ КОМУНІКАЦІЇ

1.1 Конститутивні ознаки Інтернет-дискурсу

Структура Інтернет-комунікації полягає у чітко організованій ієрархічній системі, навігація між частинами якої забезпечується шляхом переходу від нижчих до вищих одиниць і навпаки (Вжещ, Я.Л. 2012). Вимогами до організації побудови інформації в рамках Інтернет-дискурсу є чіткість розподілу текстового поля на певні сегменти, а також забезпечення внутрішніх зв'язків між ними, що стає можливим саме завдяки гіпертексту – різновиду текстового документа, окремі частини якого зв'язуються за допомогою гіперпосилань. Цими гіперпосиланнями Інтернет-дискурсу вважається перелік, список ключових слів чи словосполучень; підкреслене та виділене кольором ключове слово (Тихонова, О.2009 ст.131-134).

Базовою конститутивною ознакою, з якої витікають всі інші, вважається електронно-опосередкований канал комунікації, виділяють притаманні риси Інтернет-дискурсу, що дають змогу вирізнити його з поміж усіх інших видів дискурсу:

електронний сигнал як канал спілкування;

віртуальність;

дистантність, тобто віддаленість в просторі і в часі;

опосередкованість технічними засобами;

високий ступінь проникності, оскільки слухачем, співучасником або учасником Інтернет-дискурсу може стати будь-яка людина;

наявність гіпертексту;

креолізованість, що значить присутність в текстах картинок, аудіо- та відеовставки;

переважно статусну рівноправність учасників;

передачу емоцій, міміки, почуттів за допомогою “смайлів”;

комбінацію різних типів дискурсу;

специфічну етику.

Н. М. Шкворченко у своїй науковій роботі зазначила, що у дискурсивному аспекті комп'ютерна комунікація включає всю термінологічну атрибутику наукового, ділового та інших стилів мови, тобто розповідь і повідомлення, твердження і міркування, аргументацію і доказ. Інтернет-тексти часто являють собою гіпермедійні структури, які об'єднують документи, графіки, малюнки, таблиці, безперервні звукові повідомлення, наприклад навчальні відеозаписи або аматорські фільми. «Комп'ютерна мова» інтернет-комунікацій розглядається як особливий вид дискурсивної практики, в якій інтернет-мислення подібно феномену внутрішнього мовлення (Шкворченко, Н. 2019 ст.62-68).

Проблема виокремлення універсальних принципів структурування Інтернет-дискурсу залишається відкритою. Конститутивні ознаки дискурсу можуть містити:

- о учасників, умови, організацію, способи і матеріал спілкування, тобто людей, що розглядаються з позицій спілкування в їх статусно-рольових амплуа;
- о сферу спілкування та комунікативне середовище;
- о цілі, стратегії, мотиви розгортання і членування спілкування;
- о канал, режим, тональність, стиль і жанр спілкування;
- о тексти з невербальними включеннями.

Користувачі Інтернету висловлюють думки у світі особистих інтересів, не оглядаючись діють на регламент, субординацію, слідує власним інтенціям, їм подобається відчувати прямий вплив на ситуацію. Можна виділити наступну характеристику для користувачів мережі: масовість поряд з відносною анонімністю, рівність можливостей, психологічна свобода, прагнення до змагання, добровільне об'єднання за інтересами й цінностями, оперативність. Лінгвісти вважають, що саме в розмовних мережевих жанрах відбивається вся своєрідність мови Інтернету (Семенюк, О.А., & Паращук, В.Ю. 2009).

Для мови Інтернету також характерно наявність спеціальних піктограм, невербальні засоби спілкування; до них відносяться передусім «смайлики», які передають різні почуття мовця у вигляді тих чи інших потішних малюнків, вживання великої літери, що символізує підвищення голосу тощо; наявність нейтральних засобів літературної мови; – використання нелітературних мовних засобів, що зближує з мовою

публіцистики; широке поширення скорочень; створення неологізмів за продуктивними словотворчим моделям (афіксація, усічення, інтелектуальне калькування, пряме запозичення без змін); поява нових слів під впливом технічного (комп'ютерного) жаргону; наявність ономастичної лексики з підвищеною експресією; активне використання форм імперативу першої особи однини замість форми ввічливості у другій особі множини; відхилення від синтаксичних і пунктуаційних норм літературної мови); емоційний синтаксис (Бацевич, Ф.С, 2004).

Поява комп'ютерних технологій кардинально вплинула на використання мови, особливо в плані неологізмів і сленгу. Китайська мова не є винятком з цієї тенденції, оскільки сучасні інтернет-блоги слугують платформою для створення та поширення нових слів і виразів. Чимало досліджень китайських науковців присвячено впливу комп'ютерних технологій на появу неологізмів та сленгу в китайській мові (Біляніна, В.І. 2018).

Так, стаття Тао Ін'яня аналізує характеристики та особливості інтернет-неологізмів та сленгу, а також їх формування, розвитку та поширення. Матеріалом дослідження слугує корпус сучасних китайських інтернет-неологізмів та сленгу, зібраний з популярних китайських веб-сайтів та соціальних медіа-платформ. У статті розглядаються типи неологізмів і сленгу, знайдені в корпусі, їхні значення, а також те, як вони відображають сучасні соціальні та культурні тенденції в Китаї. Дослідження дає уявлення про те, як комп'ютерні технології та інтернет вплинули на китайську мову та комунікацію (Тао, У 2011, р.57). Стаття Янься Чжен присвячена використанню метафор у китайських неологізмах. Дослідження має на меті вивчити, як метафори використовуються у створенні нових слів і виразів у китайській мові, і як ці неологізми відображають культурний і соціальний контекст Китаю. У дослідженні використано корпус сучасних китайських неологізмів, зібраних з різних джерел, зокрема з платформ соціальних мереж та інтернет-форумів. У статті проаналізовано метафори, присутні в неологізмах, і те, як вони використовуються для передачі значень та ідей. Дослідження дає уявлення про роль метафоричного мислення у використанні та створенні мови, а

також про те, як вона відображає культурні та соціальні цінності суспільства (Zheng.Y. 2016, p.308-313). Стаття Сунь Венцзін "Про стратегії перекладу китайських неологізмів" присвячена перекладу китайських неологізмів англійською мовою. У дослідженні розглядаються проблеми перекладу китайських неологізмів, які часто пов'язані з унікальними культурними та мовними контекстами, що можуть не мати прямих еквівалентів в англійській мові. У дослідженні проаналізовано різні стратегії та прийоми, які використовують перекладачі для передачі значень та культурних конотацій китайських неологізмів англійською мовою, зокрема транслітерацію, дослівний переклад та культурну адаптацію. У статті також обговорюється роль перекладача в процесі мовного та культурного обміну, а також те, як переклад неологізмів може впливати на міжкультурну комунікацію. Робота може бути використана для підтримки досліджень у галузі перекладознавства, китайського мовознавства та міжкультурної комунікації (Sun,W. 2014, p. 2365).

1.2 Джерела походження мережевого сленгу

Розвиток цифрових технологій забезпечив можливість взаємодії між країнами під час карантинних обмежень, що були введені через пандемію коронавірусу. Віддалена форма спілкування, яка стала можливою завдяки відеоконференціям, привела до появи нової культури комунікації. У цьому контексті цифрові технології допомогли людям швидко встановлювати контакти за допомогою зустрічей та дзвінків, а також регулювати терміни та обсяг роботи, який мав виконуватися вдома (Oliinyuk, L., Romaniuk, N., Kuznetsova, H., & Horbenko, I. 2022). У сучасному світі, глобальний інтернет створює багатомовне та мультикультурне середовище, де з'являються нові слова та фрази - неологізми. Вивчення мови Інтернету є окремим науковим напрямом, який було започатковано Девідом Кристалом в Великобританії, цей напрям активно розвивається в Україні та інших країнах (Crystal, D. 2001). Міжнародна інтернет-спільнота бере активну участь в аналізі, поширенні та популяризації цих слів. В

інтернет-просторі навіть існують постійно оновлювані словники неологізмів та інтернет-сленгу, які пояснюють значення слів, популярних серед молоді.

Мережевий сленг походить з різних джерел, включаючи:

- Інтернет-форуми та спільноти: з появою інтернет-форумів та спільнот з'явилася необхідність швидкого та ефективного спілкування. Таким чином, люди почали використовувати короткі форми висловлювань та скорочення слів, щоб економити час та виражати свої думки більш конкретно.
- Технічні та комп'ютерні терміни: мережевий сленг часто включає в себе терміни, пов'язані з комп'ютерами та Інтернетом, такі як "URL" (Uniform Resource Locator), "HTTP" (Hypertext Transfer Protocol), "hashtag" та "blog".
- Мову спілкування молоді: мережевий сленг також включає в себе вислови та фрази, які використовують молоді в побуті та в соціальних мережах, такі як "LOL" (Laughing Out Loud), "YOLO" (You Only Live Once) та "FOMO" (Fear Of Missing Out).
- Культурні впливи: мережевий сленг може бути впливом культурних тенденцій та популярної культури. Наприклад, термін "meme" походить від поняття, яке виникло в мемах Інтернету, а термін "bae" (before anyone else) походить з афроамериканського діалекту.
- Онлайн-ігри: в Китаї дуже популярні онлайн-ігри, які також сприяли розвитку мережевого сленгу. Гравці часто використовують спеціальні терміни та скорочення в чатах гри для швидшого та зручного спілкування.

З появою смартфонів та мобільних додатків у Китаї, з'явилися нові можливості для спілкування та використання мережевого сленгу.

Наприклад:

Wechat. Це найпопулярніша соціальна мережа, якою користуються китайці. Wechat став частиною життя китайців, і в Китаї ви побачите, як китайці щодня перевіряють свій Wechat.

Weibo. Weibo дуже схожий на Twitter. Це досить публічна соціальна мережа, де багато знаменитостей публікують пости і спілкуються з шанувальниками на основі фоловерів. *QQ.* QQ - ще одна популярна соціальна мережа, де ви можете публікувати повідомлення та спілкуватися з друзями. Вона також пропонує такі послуги, як прослуховування музики, соціальні ігри, ведення мікроблогів тощо.

TikTok (Douyin)

TikTok став популярним у Китаї нещодавно. Китайською він відомий як 抖音 (dǒu yīn), і це місце, де ви можете створювати та ділитися своїми відео. Багато знаменитостей також використовують його для трансляцій.

Вважається, що словоскладання є головним механізмом словотворення в китайській мові, тому нове поняття в китайській мові найчастіше отримує свою форму вираження у вигляді неологізму на основі складання двох або 132 декількох вільних морфем, вже наявних у семіотичній системі (Zhu, Y. 2015). Наприклад, слово 蛋白 “протеїн” складається з двох компонентів: 蛋 “яйце” і 白 “білок”, дослівно: “яєчний білок”. Слово 射线 “промені”; “випромінювання” складається з морфем 射 “випромінювати” і 线 “промінь”.

Слово 乳糖 “лактоза”, дослівно: “цукор молока”, складається з 乳 “молоко”, “молочний” і 糖 “цукор”.

Механізмом утворення неологізмів є вже існуючі компоненти, що поєднуються в групи слів з новим лексичним значенням. Та оскільки первинне значення кожного лексичного компонента вже знайомо, то не важко здогадатися про значення нового слова. Наприклад: 双层大巴 · 空调大巴 · 电动气行车.

1.3 Вплив комп'ютерних технологій на виникнення неологізмів та сленгу в китайській мові

Комп'ютерні технології мали значний вплив на появу неологізмів і сленгу в китайській мові. З широким розповсюдженням комп'ютерів та інтернету з'явилися нові технології та концепції, що призвело до створення нових слів і фраз (Коломієць, Н.В. 2004). Одним з найяскравіших прикладів цього є поява "інтернет-сленгу" або "网络流行语" (wǎngluò liúxíng yǔ) в китайській мові. Інтернет-сленг - це лексика, яка є часто вживаною в онлайн-середовищі, але може бути незнайомою в звичайному спілкуванні. Ці слова та вирази часто створюються для передачі нових ідей, емоцій та вражень, що виникають у зв'язку зі зростанням популярності Інтернету та цифрових технологій. (Zhu, W. 1992). Наприклад, термін "wǒ kěyǐ shuō shì jiānlè" (我可以說世界了) з'явився на початку 2000-х років і використовується для вираження почуття подиву або здивування чимось. Фраза "тепер я можу сказати світ" є дослівним перекладом і використовується в онлайн-дискусіях для вираження захоплення або здивування. Комп'ютерні технології також призвели до появи інших неологізмів, а саме до використання акронімів та аббревіатур, які стають все більш поширеними в китайському онлайн-спілкуванні. Наприклад, акронім "666" (六六六) використовується для вираження захоплення або схвалення, а аббревіатура "zscq" (知识产权) - для позначення прав інтелектуальної власності.

Стрімкий розвиток технологій також призвів до створення нових слів для опису нових продуктів і послуг. Наприклад, "dìtú" (地图) означає цифрові карти, а "shǒujī" (手机) - мобільний телефон. Комп'ютерні технології значно вплинули на появу неологізмів та сленгу в китайській мові. З постійним розвитком нових технологій і концепцій, цілком ймовірно, що ми продовжимо спостерігати створення нових слів і фраз у найближчі роки.

Існує багато причин виникнення мови Інтернету. Це взаємодія низки комплексних причин і факторів:

(1) Взаємодія в Інтернеті створює контекст, який характеризується рівністю, розділом поведінки та відповідальності, та елементами випадковості, що нагадують рольову гру.

Ці умови стимулюють виникнення інтернет-мови.

(2) Мова є постійною і живою формою спілкування, яка знаходиться у стані неперервного розвитку. Однією з характерних рис мови є її активність, яка змінюється залежно від епохи та суспільного розвитку. Популярність того чи іншого різновиду мови може змінюватись з часом, приходячи на зміну іншим, як це сталося з класичною китайською на користь сучасної китайської. Мова Інтернету є новим видом мови, який також перебуває у стані постійного розвитку та змін. Популярність мови може залежати від затвердження певної групи людей та її використання в певному колі, підтверджуючи те, що мова є живою та енергійною.

(3) Інтернет створює об'єктивні умови та комунікативне середовище. Мова Інтернету може забезпечити масовість інформації, не тільки з точки зору великої кількості, але й з точки зору різноманітної форми.

Процес введення інформації з клавіатури має вплив на швидкість введення. Для підвищення швидкості введення необхідно знайти зручний та ефективний шаблон заміни, пріоритетом якого є кількість символів. Більшість користувачів в Інтернеті обирають систему пін'їнь для введення китайської мови, що призводить до використання омофонів для заміни багатьох часто вживаних слів та словосполучень. Крім того, вартість Інтернету також впливає на користувачів, які звертають увагу на швидкість введення, а не на правильність форм. Це сприяє спрощенню мови Інтернету. Завдяки комунікативному патерну, з'являються різні види виразів та комбінації дій, які допомагають досягти яскравості мові Інтернету. (Qin, X. 2003. p.34).

Вплив комп'ютерних технологій на розвиток китайської мови вважається значним, особливо з появою Інтернету. Мова Інтернету характеризується спрощенням, стислістю та яскравістю, що задовольняє потреби користувачів мережі та додає живості мові.

Більшість нових слів, запозичень, букв та цифр походять з Інтернет-сленгу, що збагачує та розвиває лексику китайської мови. (Yu, G. 2001).

У порівнянні з традиційним способом читання, читання в Інтернеті формує свої особливості та переваги. Перший момент - це взаємодія під час читання. Інтернет-технології здійснюють революцію в читанні. Читання в Інтернеті виходить за межі паперового тексту, і те, що читають користувачі мережі, є інформаційним масивом з переплетеними вузлами. Кожен з вузлів є концентрованою інформаційною мережею, яка діє на читача за допомогою еманативного та нелінійного способами мислення. Читачі в Інтернеті виявляють, що спосіб передачі інформації є настільки привабливий і стимулюючий, що вони вважають за краще читати більше в Інтернеті (Тао, У. 2017).

Проте, не слід забувати про негативний вплив мови Інтернету. Оскільки вона передається безпосередньо від автора до отримувача, відсутність проміжного рівня редагування може призвести до появи недоліків та недбалості в тексті. Це зазвичай призводить до появи нестандартної мови Інтернету, яка включає наступні аспекти:

- 1) Вона не відповідає граматичним нормам, наприклад, "好拒绝", "很风景".
- 2) Зловживання омофонами. Введення китайських ієрогліфів складніше, ніж введення англійських літер. Через обмеження системи пін'їнь, ідентична вимова є досить поширеним явищем. поширеною є ідентична вимова. Крім того, користувачі мережі зазвичай жнуть за швидкістю спілкування на шкоду правильній формі. У зв'язку з цим існує велика кількість омофонів, точніше, неправильних ієрогліфів, наприклад, "зателефонувати комусь" вимовляється як " 大 点 化 ".
- 3) Спотворення змісту. Спотворення, як правило, призводить до іронічного значення, щоб створити ефект несподіванки та новизни, наприклад "милий" (可爱) означає "когось не можна любити". Така ситуація псує чистоту мови, впливає на розуміння мови, а це, в свою чергу створює бар'єр мовного спілкування.

4) Суміш китайських ієрогліфів та англійських літер. Наприклад, "I 服 U" та "一切 OK". Це очевидно шкодить як китайським ієрогліфам, так і англійським літерам.

Висновки до розділу 1

Ми визначили, що інтернет дискурс - це специфічний тип комунікації, який розвивається на основі використання Інтернету і комп'ютерних технологій. Конститутивними ознаками Інтернет дискурсу є швидкість, анонімність, глобальність та інтерактивність. Інтернет дискурс також має свої власні джерела, а саме соціальні мережі, форуми, блоги, відеоблоги, чати.

Структура Інтернет-комунікації полягає у чітко організованій ієрархічній системі, навігація між частинами якої забезпечується шляхом переходу від нижчих до вищих одиниць і навпаки. Вимогами до організації побудови інформації в рамках Інтернет-дискурсу є чіткість розподілу текстового поля на певні сегменти, а також забезпечення внутрішніх зв'язків між ними, що стає можливим саме завдяки гіпертексту – різновиду текстового документа, окремі частини якого зв'язуються за допомогою гіперпосилань. Комп'ютерні технології мають значний вплив на формування нових слів та виразів в китайській мові. Неологізми та сленгові слова стають все більш поширеними, оскільки вони дозволяють користувачам ефективніше і точніше виражати свої думки та почуття. Комп'ютерні технології надають користувачам можливість легко створювати нові слова та вирази, що дозволяє їм активно впливати на розвиток мови.

У китайській мові сленг та неологізми набувають все більшого поширення, особливо серед молоді. Вони збагачують мову, роблять її більш експресивною та живою, використання неологізмів та сленгу може вказувати на належність користувача до певної соціальної групи, що підсилює його ідентифікацію з нею.

Отже, інтернет дискурс та комп'ютерні технології мають значний вплив на формування мови, зокрема на виникнення неологізмів та сленгу в китайській мові.

РОЗДІЛ 2 ПРОБЛЕМАТИКА ВИКОРИСТАННЯ КИТАЙСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ

2.1 Класифікація неологізмів та сленгу в китайських інтернет-блогах

У широкому розумінні інтернет-неологізм можна розділити на три аспекти:

1. Професійні терміни, пов'язані з комп'ютером або мережею;
2. Нові терміни що походять від нових речей та явищ;
3. Нові терміни, що вживаються в процесі спілкування в Інтернеті.

Інтернет-неологізм відноситься до третього аспекту, в такому випадку класифікація ґрунтується на вузькому значенні (Stambolis-D'Agostino, A. 2023).

Китайські інтернет-неологізми можна поділити на п'ять категорій з широкої перспективи:

1. Перефразування (наприклад, меню "菜单"),
2. Транслітерація (як "黑客" хакер),
3. Поєднання перефразування та транслітерації (як "因特网" Інтернет)
4. Абревіатура (наприклад, VIP - важлива особа),
5. Омофонія (наприклад, "童鞋" від "同学").

Поява неологізмів в мові зображає процес розвитку мови, що обумовлено значною мірою розвитком його словотворчої системи, становленням нових словотворчих моделей слів, зміною наявних, збільшенням або зменшенням їх продуктивності та іншими факторами (Liu, S., Gui, D., Zuo, Y., & Dai, Y. 2019).

Ось приклад ряду словотворчих способів сучасної китайської мови, за допомогою яких утворюється значна кількість інтернет-неологізмів. Серед них заслуговують на увагу :

1) Метод співзвуччя з іноземними словами (в основному англійськими), запозичення з англійської мови:

“e-mail” – 伊妹儿 yīmèir (комп. електронна пошта, відправляти повідомлення електронною поштою);

“Windows” – 瘟都死 wēndōusǐ (комп. графічна операційна система корпорації Майкрософт);

“Windows 98” – 瘟酒吧 wēnjiǔbā (комп. графічна операційна система випущена корпорацією Майкрософт в 1998 г.);

“Homepage” – 烘焙鸡 hōngbèijī (комп. «домашня сторінка», головна сторінка браузера);

“modem” – 猫 māo (техн. пристрій, який застосовується в системах зв'язку);

“Internet” – 因特网 yīntèwǎng (Інтернет);

“hacker” – 黑客 hēikè (хакер, програміст).

2) Використання змішаних форм – комбінованого написання латиницею і ієрогліфікою.

Під категорію змішаного типу потрапляють комбінації різних графічних елементів – ієрогліфів, англійських букв, цифр, а іноді навіть і знаків:

- 4G 电话 diànhuà (电话 diànhuà “телефон”) – техн. телефон з підтримкою 4G;
- IP 地址 dìzhǐ (地址 dìzhǐ “адреса”) – IP адреса (комп. адреса комп'ютера в Інтернеті);
- 3Q sān-q замість Thank you “Дякую”;
- P9 p-jiǔ замість 啤酒 píjiǔ “пиво”;
- B4 b-sì замість 鄙视 bǐshì “презирливість”;
- 小 P 孩 xiǎo P hái замість 年轻人 niánqīng rén “хлопець”.

Можливий зворотній порядок, коли англійські букви (переважно загальновідомі аббревіатури) доповнюються китайським словотворчим елементом в ієрогліфічному формі:

- E 化 E huà (от англ. electronic) “комп'ютеризація”.

Зустрічаються і яскраві приклади мовної гри з поєднанням букв з символами та символів з цифрами:

- +U jiā U співзвучно виразу 加油 jiāyóu “Давай! Вперед”;
- - 7 fūqī співзвучно слову 夫妻 fūqī “чоловік і жінка, подружжя”.

Знак мінус в китайській мові можна вказати ієрогліфічно як 负 fù, що (без ура-хування тону) омонімічний 夫 fū 'чоловік', аналогічно числівник 7 (в ієрогліфічному записі 七 qī) має повний омофон 妻 qī “дружина” (25).

Класифікація китайських інтернет-неологізмів поділяється на наступні категорії:

1. Скорочені інтернет-неологізми

Під аббревіатурою ми розуміємо скорочення або спрощення довгих слів або речень, написаних пінїнем, китайськими ієрогліфами, англійськими словами та реченнями з літерами та цифрами всередині.

2. Скорочення пінїнь (фонетичне написання)

Наприклад, MM (mei mei) означає 妹妹 (молодша сестра) або 美眉 (красива дівчина).

Відповідно, GG (ge ge) спочатку використовувалося для того, щоб називати брата, а потім поширилося на хлопця з надутими губами. Крім того, кілька аббревіатур еволюціонували у спільноті пост-бару. Той, хто публікує новий допис, називається LZ (lou zhu), що означає ініціатор допису. Відповідно, той, хто коментує і залишає повідомлення перед поточним коментарем називається LS (lou shang), а той, хто коментує безпосередньо після, називається LX (lou xia), дослівно "внизу". Власне кажучи, поява та LZ, LS і LX обмежуються коментарями в таких соціальних мережах як Post Bar, Weibo, QQ і WeChat.

Варто взяти до уваги «модні слова», - це слова та фрази, які нещодавно стали популярними завдяки поточним подіям, поп-культурі або тенденціям у соціальних мережах. Прикладами модних слів у китайській мові є "ханьфу" (стиль традиційного китайського одягу), "996" (позначає графік роботи з 9 ранку до 9 вечора, шість днів на тиждень) і "Little Fresh Meat" (термін, що використовується для опису молодих

чоловіків-знаменитостей, які вважаються привабливими). Також популярними є крилаті фрази - фрази або речення, які часто повторюються і використовуються як спосіб вираження певної емоції або думки. Прикладами крилатих фраз у китайській мові є "NMSL" (аббревіатура вульгарного виразу, що означає "вся твоя сім'я помре"), "baojiu" (що означає "хвалитися") і "jiong" (що означає "ошелешений").

Не варто забувати за «культуру мемів». Мем - це зображення або відео, які часто супроводжуються гумористичними підписами і стали популярною формою самовираження в китайській інтернет-культурі. Мем також може призвести до створення нового сленгу та крилатих фраз. Також, китайські інтернет-користувачі часто створюють каламбури, використовуючи омофони, тобто слова, які звучать однаково, але мають різне значення. Ці каламбури часто використовуються в мемах та інших формах онлайн-гумору.

2.2 Особливості вживання неологізмів та сленгу в китайських інтернет-блогах

На сьогоднішній день китайськомовний Інтернет швидко змінюється та розвивається. Майже 1 мільярд жителів Китаю мають доступ до мережі та проводять час у кіберпросторі. Китай є найбільшим у світі ринком соціальних мереж, і хоча його додатки можуть здатися іншими для користувачів соцмереж, які говорять на англійській, їх використання стає все більш знайомим. (Yu, G. Y. 2001).

Аналогічно до англійського інтернет-сленгу, китайський інтернет-сленг перетворює китайську мову, надаючи їй неочікуваних та докладних відтінків. Сленг широко застосовується в китайських блогах та інших онлайн-формах комунікації. Це дозволяє китайським користувачам Інтернету висловлювати себе більш неформально та креативно, а також передавати емоції та відчуття, що можуть бути складно виразити стандартною китайською мовою. Однією з причин, чому сленг настільки поширений у китайських інтернет-блогах, є те, що він відображає динамічний і швидкозмінний характер китайського суспільства і культури. Нові слова і фрази постійно створюються і приймаються, часто у відповідь на популярну культуру, новинні події та інші соціальні тенденції (Bailey, R. 2017).

Використання інтернет-сленгу для позначення людей є однією з найстаріших його форм, тому в світі китайського інтернет-сленгу існує безліч способів звертатися до інших людей (Nalesnik, D. 2021).

1. 网红 (wǎng hóng) - лідери інтернету, інфлюенсери, люди з владою, люди з власними відеоканалами.

Останніми роками 网红 стали величезним явищем у Китаї. У західних країнах ми схильні називати таких людей інтернет-зірками або ютуберами. Китайці ж використовують 网红. Насправді це неймовірно розумно, адже 网 схоже на 王, що означає "король". Отже, 网红 - це королі інтернету.

2. 土豪 (tǔháo)

Хоча раніше 土豪 було досить поганим словом, яке можна було сказати комусь, зараз воно все частіше використовується як жарт. Кілька років тому його використовували для позначення тих, хто нещодавно розбагатів і мав схильність нерозумно витратити гроші та розтринькувати свій новознайдений статок. Зараз це означає приблизно те ж саме, але з набагато менш серйозним відтінком.

3. 歪果仁 (Wāi guǒ rén)

歪果仁 (Wāi guǒ rén) означає 外国人 (wàiguó rén), або іноземець. Він має той самий піньїнь і значення, що і його аналог, але ієрогліфи відрізняються. 歪果仁 став для китайців способом згадувати іноземців в інтернеті.

Також, важливо знати про китайські інтернет-фрази. Це не зовсім ідіоми 成语 (Chéngyǔ), але вони близькі до них. Це речення, буквально значення яких здається не зовсім зрозумілим.

友谊的小船说翻就翻 (Yǒuyì de xiǎochuán shuō fān jiù fān)

Дослівно перекладається як "Дружба схожа на човен, вона завжди може перекинутися". Це речення використовується, коли хтось відчуває, що друг його підвів. Наприклад, якщо він попросив про допомогу або хотів, щоб той щось зробив. Однак це не завжди має бути серйозно. Часто його використовують як саркастичну відповідь.

富二代 (fù èr dài)

Це перекладається як "багате друге покоління". Його використовують у глузливому сенсі, щоб сказати, що друге покоління багатих родин розпещене і здебільшого не здатне подбати про себе. Кмітливі інтернет-коментатори можуть поєднати це зі старою китайською приказкою 富不过三代 Fù bùguò sāndài, або "грошей не вистачить на три покоління".

У Китаї є багато різних діалектів, і путунхуа - це тільки один з них. З поширенням Інтернету в Китаї, який його зменшив у цифровому вимірі, китайські користувачі Інтернету почали використовувати фрагменти своїх діалектів в онлайн-спілкуванні, щоб додати трохи гумору та співчуття до своїх розмов. Важливо пам'ятати, що це сленгові терміни та їх слід використовувати тільки в Інтернеті. Хоча звуки можуть бути схожі на оригінал, існує значна ймовірність того, що багато людей на вулиці не зрозуміють вас, особливо якщо ви почнете говорити ними в місці, де цей діалект не поширений.

稀饭(xīfàn)

Використовується замість 喜欢 (xǐhuān), коли ви хочете сказати, що вам щось подобається. Це просто крутіший спосіб сказати це і містить трохи діалектного удару з одного з багатьох різних діалектів Китаю.

酱紫(jiàngzǐ)

酱紫 використовується замість 这样子 (zhèyàng zi). Він коротший, легше вимовляється і додає елементу молодіжної сучасності до будь-якого речення.

表 (biǎo)

Якщо ви хочете сказати, що ви чогось не хочете, то замість того, щоб сказати 不要 (bùyào), просто вигукніть 表 (biǎo), цей простіший і коротший спосіб повідомити про щось (26).

1. yuǎn de shén (永远的神)

永远的神 (yǒngyuǎn de shén; yuǎn de shén) означає "вічний Бог" і описує видатну людину або річ.

Це схоже на вислів GOAT (Greatest of All Time) в англійській мові. Фраза часто використовується фанатами, щоб похвалити своїх кумирів або просто описати щось, що їм подобається.

Наприклад:

桂林米粉太好吃了，桂林米粉就是 yuǎn de shén !

Guìlín mǐfěn tài hào chī le, Guìlín mǐfěn jiùshì yuǎn de shén.

Гуйлінська рисова локшина дуже смачна, це просто yuǎn de shén!

Ось ще один приклад:

李小龙的中国功夫太厉害了，他就是 yuǎn de shén !

Lǐxiǎolóng de Zhōngguó gōngfū tài lìhài le, tā jiùshì yuǎn de shén

Навички кунг-фу Брюса Лі настільки хороші, що він такий yuǎn de shén!

2. zhēnqíng shí gǎn (真情实感)

真情实感 (zhēnqíng shí gǎn; zhēnqíng shí gǎn), що перекладається як "справжні почуття", описує емоційно зворушливу або сердечну ситуацію і зазвичай використовується для коментування фільмів або телевізійних драм.

Наприклад:

《你好，李焕英》这部电影太 zhēnqíng shí gǎn 了！

"Nǐhǎo, Lǐ Huànyīng" zhè bù diànyǐng tài zhēnqíng shí gǎn le!

Фільм "Привіт, Лі Хуанінг" такий zqsg!

Ще один приклад:

很久没有看到这么 zqsg 的军旅剧了。

Hěn jiǔ méiyǒu kàndào zhème zqsg de jūnlǚjù le.

Я давно не бачив такого фільму про війну zqsg.

3. xswl (笑死我了)

"笑死我了" (xiào sǐ wǒ le; xswl) буквально означає "реготати до смерті" і використовується мовцями у відповідь на щось смішне, що можна порівняти з LOL англійською.

Наприклад:

这张图片好搞笑, xswl!

Zhè zhāng túpiàn hǎo gǎoxiào, xswl!

Ця фотографія така смішна, xswl!

Ще один приклад:

Xswl, 怎么会有这么搞笑的视频?

Xswl, zěnmé huì yǒu zhème gǎoxiào de shìpín?

Xswl, чому це відео таке смішне?

Xswl - це китайський еквівалент LOL.

4. plgg (漂亮哥哥), pljj (漂亮姐姐)

漂亮哥哥 (piàoliang gēgē; plgg; використовується для чоловіків) і 漂亮姐姐 (piàoliang jiějie; pljj; використовується для жінок) можна перекласти як "симпатичний брат" і "симпатична сестра" відповідно. Китайські користувачі мережі зазвичай використовують ці фрази, щоб зробити комплімент чийсь гарній зовнішності. Однак майте на увазі, що "plgg" зазвичай використовується для опису стереотипно жіночних чоловіків.

Наприклад:

哇！这真是个 plgg / pljj 。

Wa! Zhè zhēnshì gè plgg/ pljj.

Ого, цей plgg/pljj дійсно привабливий.

Ці терміни також можуть використовуватися як ввічлива форма звертання до когось, кого мовець погано знає.

Наприклад:

Plgg / pljj, 请问这个是什么？

Plgg / pljj, qǐngwèn, zhège shì shénme?

Plgg / pljj, можна запитати, що це таке?

Plgg або pljj може використовуватися як ввічлива, але неформальна форма звертання.

5. bdjw (不懂就问)

不懂就问 (bù dǒng jiù wèn, bdjw) - це корисна перехідна фраза, яка використовується для введення запитання. Вона схожа на "просто цікаво" або "дозвольте запитати" в англійській мові.

Наприклад:

Vdjw, 什么是阿基米德定律？

Vdjw, shénme shì Ājīmǐdé dìnglǜ?

Vdjw, що таке закон Архімеда?

Висновки до розділу 2

Користувачі створюють нові сленгові слова, які поступово входять в офлайн-культуру і стають такими ж популярними, як і в онлайні. Однак деякі сумніваються, чи доречно використовувати інтернет-сленг в офіційних ситуаціях. Ось все, що ви повинні знати про те, як сленг соціальних мереж змінює офіційне використання китайської мови.

Неологізми та сленг є важливою частиною китайської інтернет-культури, що дозволяє користувачам виразити себе більш точно та ефективно. Однак, вони можуть бути складними для розуміння для тих, хто не має достатнього досвіду в користуванні інтернетом в Китаї та можуть містити вульгарні або образливі вирази, що може призвести до неправильного розуміння текстів або навіть конфліктів.

В китайських інтернет-блогах поширена велика кількість неологізмів та сленгових виразів. Неологізми можна класифікувати за багатьма ознаками, включаючи за джерелом походження, за семантичною структурою та за функцією. За джерелом походження, неологізми в китайських інтернет-блогах можуть бути створені шляхом складання скорочень, застосування іноземних слів та термінів, а також застосування змінених форм слова. За семантичною структурою, неологізми можуть бути створені за допомогою зміни лексичного значення слів, застосування нових сполучень слів або введення нових слів в мову. Щодо особливостей вживання неологізмів та сленгу в китайських інтернет-блогах, вони в основному використовуються для вираження почуттів, емоцій, або для створення гумористичного ефекту. Також сленгові вирази часто використовуються для зміни звучання, що робить їх привабливими для молодіжної аудиторії.

ВИСНОВКИ

Комп'ютерні технології мали значний вплив на появу неологізмів та сленгу в китайській мові, особливо в контексті сучасних інтернет-блогів. Широке використання комп'ютерів та інтернету створило нову форму комунікації, яка призвела до появи багатьох нових слів і виразів. Інтернет-культура створила нові слова, які люди іноді використовують в Інтернеті. Це стосується як англійської частини всесвітньої павутини, так і будь-якого іншого її куточка - включно з китайським інтернетом. Сленг - це також спосіб для китайських користувачів мережі створити відчуття спільноти та спільної ідентичності. Використовуючи схожу мову та вирази, вони можуть створити відчуття приналежності та товариства, навіть якщо вони ніколи не зустрічалися особисто.

Неологізми, що визначаються як новостворені слова/вирази або їх створення/використання, заповнили соціальні мережі в КНР і відіграють важливу роль у китайському мережевому спілкуванні. Китайські інтернет-неологізми демонструють відмінні властивості. Інновації реалізуються через творчість китайських користувачів мережі як пересічних користувачів мови, а не ініціюються інтелектуальною елітою чи ідеологічною владою.

Одним із найпомітніших способів впливу комп'ютерних технологій на появу неологізмів та сленгу в китайській мові є використання аббревіатур. В умовах обмеженого простору для набору тексту в соціальних мережах і платформах обміну повідомленнями користувачі часто покладаються на аббревіатури та акроніми, щоб спілкуватися ефективніше. Це призвело до створення нових слів і виразів, таких як "OFO" (популярний сервіс спільного користування велосипедами) і "666" (використовується для вираження захоплення або схвалення).

Окрім аббревіатур, комп'ютерні технології також вплинули на появу сленгових слів та виразів у китайській мові. Анонімність інтернету дозволила користувачам вільно самовиражатися та експериментувати з мовою. Це призвело до створення нових

сленгових термінів і виразів. Широке використання англійської та інших іноземних мов у комп'ютерних технологіях також вплинуло на появу неологізмів і сленгу в китайській мові. Багато нових слів і виразів було запозичено з інших мов, наприклад, "емодзі" і "селфі", які були адаптовані до китайської мови.

Інтернет, наповнює китайську мову новими термінами, розбудовуючи значеннєву структуру вже існуючих слів, він створює особливе середовище для розвитку неологізмів, у якому виникають як комп'ютерні терміноодиниці, так і сленгові мовні форми, що створюються в процесі спілкування користувачів соціальних мереж. В сучасній китайській мові неологізми з'являються шляхом створення нових лексичних одиниць з вже наявного в мові матеріалу за допомогою доступних словотворчих засобів з тих моделей, що історично склалися в цій системі.

Найбільш продуктивним морфологічним способом є словоскладання або утворення нових слів шляхом з'єднання двох і більш морфем або слів. Зараз Інтернет-дискурс набув масового характеру, об'єднавши людей за інтересами, сприяючи формуванню міжособистісних відношень. Для швидкого обміну інформацією в Китаї розроблено багато засобів: електронну пошту, чати, блоги, форуми, служби обміну миттєвими повідомленнями, соціальні мережі, гостьові книги, телеконференції тощо.

Загалом можна сказати, що на розвиток сучасної китайської інтернет-мови відбився процес мовної глобалізації, що підтверджується великою кількістю запозичень, аббревіатур з англійської мови. Зміни вимагають, щоб комунікатори в режимі онлайн передавали інформацію в найкоротші терміни. Аббревіатури або альтернативні символи стали найбільш оптимізованими. Особливістю самих мовних слів в Інтернеті є зображення новизни та креативності мови через гру з мовою, через аббревіатури модних слів в Інтернеті. Під час спілкування ми можемо використовувати фонетичну схожість.

Використання сленгу в китайських інтернет-блогах є відображенням унікальної та постійно мінливої природи китайської онлайн-культури і є ключовою частиною способу спілкування та взаємодії китайських користувачів в Інтернеті.

简评

在学年论文, 我们研究了问题关于网络语的特征。我们也研究了“话语”概念的多义小生, 而且我们描写了互联网活语的特点. 主要目标是确定互联网话语对中国人民语言的影响, 因为互联网的发展已经影响到语言。我们发现在聊天, 博客, 论坛中, 这是现代汉语最活跃的过程。它们导致了新的交流形式, 新的语言类型以及新单词的出现。中文使用的数字语言提高了文本输入的速度和沟通效率。随着网络的普及, 网民的增加, 作为通行于网络的最重要的交际工具和交际手段—网络语言, 也正以前所未有的突飞猛进的速度发展着。

计算机技术对中文新词和俚语出现的影响是一个比较新的现象, 它是随着中国互联网使用的增长而出现的。这种现象是科技和信息社会快速发展的结果, 如今它在中国人的日常交流中变得越来越突出。新词是随着新技术、新产品或新观念的发展而出现在语言中的新词或表达方式。在汉语中, 与计算机技术、互联网和社交媒体有关的新词和表达方式越来越多。与计算机技术相关的词汇和表达方式往往源于英语。这反映了全球化和英语作为国际交流语言的影响。

计算机技术对汉语中新词和表达方式的形成有很大影响。新词和俚语正变得越来越普遍, 因为它们可以让用户更有效、更准确地表达他们的思想和感受。计算机技术为用户提供了轻松创造新词和表达的能力, 使他们能够积极影响语言的发展。

在中文中, 俚语和新词越来越普遍, 特别是在年轻人中。它们丰富了语言, 使其更具表现力和生动性, 而且使用新词和俚语可以表明用户属于某个社会群体, 从而加强他

或她对这个群体的认同。因此，网络话语和计算机技术对语言的形成，特别是对汉语中新词和俚语的出现有很大的影响。

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

українською мовою

1. Вжеш, Я.Л. (2012). Інтернет-дискурс: проблема визначення поняття, особливості структури. Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка, (14)249, 15-19.
2. Гудзь, Н.О. (2013). Інтернет-дискурс – невід’ємна складова сучасної комунікації. Вісник Житомирського державного університету. Серія «Філологічні науки», 228-232.
3. Коломієць, Н.В. (2004). Лінгвістичні особливості організації гіпертексту інтернет-новин (на матеріалі англійської мови) [дисертація кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка].
4. Шкворченко, Н. (2019). Інтернет-дискурс як лінгвістична категорія. Актуальні питання гуманітарних наук, 23(3), 62-68. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd>
5. Семенюк, О.А., & Паращук, В.Ю. (2009). Основи теорії мовної комунікації: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Ін Юре.
6. Біляніна, В.І. (2018). Структурні особливості неологізмів Інтернет-соціолекту у китайській мові. Львівський філологічний часопис, (3), 31-35. http://nbuv.gov.ua/UJRN/lvphj_2017_3_7
7. Афанасьева, О. (2011). Мовленнєві акти в структурі сучасного дискурсу суспільно-політичних наук. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія, (44), 23-26. <http://nbuv.gov.ua/UJRN>
8. Бацевич, Ф.С. (2004). Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Альма-матер.
9. Тихонова, О. (2009). Основні моделі утворення неологізмів у китайській мові. Китайська цивілізація: традиції та сучасність: Зб. ст., 131-134. Київ. Бібліогр.: 6 назв. [Tikhonova, O. (2009). Основні моделі утворення неологізмів у китайській мові. Chinese civilization: traditions and modernity: Collected works, 131-134. Kiev. Bibliography: 6 titles].

англійською мовою

10. Tao, Y. (2011). An investigation into Chinese Internet neologisms. Chinese Journal of Applied Linguistics, 34(3), 57-69.

11. Zheng, Y. (2016). A metaphorical study on Chinese neologisms. *Theory and Practice in Language Studies*, 6(2), 308-313.
12. Sun, W. (2014). On the translation strategies of Chinese neologisms. *Theory and Practice in Language Studies*, 4(11), 2365-2369.
13. Liu, S., Gui, D., Zuo, Y., & Dai, Y. (2019). Good slang or bad slang? Embedding Internet slang in persuasive advertising. *Frontiers*. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01251>
14. Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
15. Oliinyk, L., Romaniuk, N., Kuznetsova, H., & Horbenko, I. (2022). The impact of digital and internet technologies on language development. doi: 10.46502/issn.1856-7576/2022
16. Zhu, Y. (n.d.). *The emergence of Internet language and its influence on Chinese*. Xi'an Peihua University.
17. Qin, X. (2003). Net language and net dialect. *Foreign Language Audio-Visual Teaching*, (1), 32-34.
18. Yu, G. (2001). *Overview of network language*. Beijing: China Economic Publishing House.
19. Zhu, W. (1992). *Introduction to sociolinguistics*. Changsha: Hunan Education Press.
20. Tao, Y. (2017). An investigation into Chinese Internet neologisms. doi: 10.3968/10023
21. Yu, G. Y. (2001). *An overview of internet language*. Beijing: China Economic Publishing House.
22. Stambolis-D'Agostino, A. (2023, January 11). The Chinese Internet slang you need to know in 2023. StudyCLI. Retrieved from <https://studycli.org/learn-chinese/chinese-internet-slang/>
23. Nalesnik, D. (2021, March 2). Chinese Internet slang for Chinese learners. Hack Chinese. Retrieved from <https://www.hackchinese.com/blog/chinese-internet-slang>
24. Bailey, R. (2017, August 30). Chinese Internet slang 101. Speechling. Retrieved from <https://speechling.com/blog/chinese-internet-slang-101/>

25."浅析网络语言中的符号网语" [Symbolic Net Language in Online Language: A Brief Analysis]. bixuanzl.com. Retrieved from <https://www.bixuanzl.com/article/12710.html>

26."浅析网络流行语的构词特点与流行因素" [An Analysis of the Word-Formation Features and Popularity Factors of Internet Buzzwords]. wk.baidu.com. Retrieved from <https://wk.baidu.com/view/6c0a6f0502029e747e0e999b?pcf=2>