

УДК (811.161.1+811.581.11)'37:004.738.5

Чжан Аньци, аспирант

Минский государственный лингвистический университет, Минск, Беларусь
эл. почта: zhanganqi7@yandex.by

Zhang Anqi, PhD Student

Minsk State Linguistic University, Minsk, Belarus
e-mail: zhanganqi7@yandex.by

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГА В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Рассматривается семантическая структура русского и китайского интернет-сленгов – характер обозначаемых в них предметов и явлений. Проводится семантическая классификация лексики сленгов. Выявлены закономерности предметно-понятийной структуры интернет-сленгов обоих языков.

Ключевые слова: русский язык, китайский язык, интернет-сленг, сленгизм, семантика

SEMANTIC CHARACTERISTICS OF INTERNET SLANG IN RUSSIAN AND CHINESE

The semantic structure of Russian and Chinese Internet slangs - the nature of objects and phenomena denoted in them - is considered. The semantic classification of slang vocabulary is carried out. The regularities of the subject and conceptual structure of the Internet slangs of both languages are revealed

Key words: Russian, Chinese, Internet slang, slangism, semantics

Цель исследования – выявление семантических характеристик интернет-сленга в русском и китайском языках, а именно: установление типов называемых предметов и явлений, набора и характера тех понятий, которые получают в сленге свое выражение.

Материалом исследования для русского интернет-сленга послужили единицы из двух источников: «Словаря языка Интернета.ру» под редакцией М. А. Кронгауза и онлайн-словаря молодежного сленга, размещенного на сайте <https://teenslang.su/> (594 сленгизма), для китайского – онлайн-словарь 小鸡词典(Сяоцзи) с сайта <https://jikipedia.com>. (332 сленгизма).

Основной **метод** исследования – классификация сленгизмов по семантике, за основу которой была взята классификация из Русского семантического словаря под ред. Н. Ю. Шведовой.

В **результате** исследования было обнаружено, что среди одушевленных имен существительные имеется достаточно много названий лиц: а) по

профессии, роду занятий (*скрапер* ‘человек, собирающий из компьютерных сетей нужную и ненужную информацию, собиратель всякого цифрового хлама’, 水军 *shuǐjūn* ‘люди, оставляющие удобные кому-либо комментарии за деньги’); 2) по интеллектуальному состоянию (*ламо* ‘неумелый, некомпетентный [человек]’); 杠精 *gàngjīng* ‘спорщик’); 3) по социальному свойству (*копираст* ‘сторонник авторских прав’). В русском сленге выделены многочисленные названия конкретных лиц (*Онотоле* ‘Анатолий Вассерман’), в то время как в китайском сленге имеются много названий лиц по собственно оценке, обращения (*小姐姐 xiǎojiějie* ‘милая девушка’).

Среди неодушевленных существительных выделены сленгизмы, обозначающие место (*Пендостан* ‘США’, 阿中 *āzhōng* ‘Китай’), программы и их компоненты (*Гоша* ‘поисковая система «Google»’, 梯子 *tīzi* ‘приложение для обхода Великого Китайского Файрвола’), процессы и действия (*троллинг* ‘публикация анонимных провокационных сообщений в интернете’, 照骗 *zhàopiàn* ‘фотообман’), а также сленгизмы, которые связаны с речью, текстом (*псто* ‘вид сообщения в блоге или форуме, то же, что пост’, 水帖 *shuǐtiē* ‘бесмысленный пост на форуме’), с их оформлением (*анкор* ‘ссылка на сайт или страницу сайта с ключевым словом или набором слов’). Значительное место занимают также слова-оценки (*отжыг* ‘в высшей степени позитивный отзыв от креатиффе’, 差评 *chàpíng* ‘негативная оценка’). В отличие от китайского сленга в русском сленге много названий предметов и явлений, связанных именно с Интернетом. Наоборот, китайский интернет-сленг в семантическом отношении более «сосредоточен» на чувствах, чертах характера самого человека и сторон его жизни (*блуждающий сердце* *bōlìxīn* ‘обидчивость’, 直男癌 *zhínnán’ái* ‘неумение понимать мысли женщины, эгоцентризм’, 违和感 *wéihégǎn* ‘чувство дисгармоничности’).

В русском языке глаголы тоже часто называют действия в Интернете (*кикнуть* ‘выкинуть пользователя из чата, геймера или бота из игры, используя админские полномочия’, *капсить* ‘набирать текст сплошными заглавными буквами’), в китайском же они часто обозначают состояния или действия вне Интернета (*划水 huàshuǐ* ‘отлынивать от работы’, 脑补 *nǎobǔ* ‘додумать, дополнить воображением’).

Важно, что в интернет-сленге имеется много междометий, звукоподражаний, этикетных слов: *арр* ‘выражение восхищения, радости, эйфории’, *ржунимагу* ‘о-о-очень смешно’, *нзч* ‘не за что — вежливый ответ на выражение благодарности’, 奥里给 *àolǐgěi* ‘выражение позитивной эмоции’, 雷猴 *léihóu* ‘привет’.

Выводы. Результаты исследования показали, что семантическое устройство интернет-сленга, как и для других социолектов, отличается, с одной стороны, редуцированностью, так как далеко не все понятия, выражаемые в русском и китайском национальных языках, выражены в двух интернет-сленгах. Во-вторых, напротив, многие сферы жизни получают в сленге большое число наименований. Прежде всего, лексикон сленга отражает все, связанное с Интернетом: виды компьютерных программ и сайты, продукты

речевой деятельности, тексты, сообщения, картинки в Интернете, сетевые субкультуры, лиц по их роду занятий и отношениям в Сети и т. д. Вместе с тем большое внимание, особенно в китайском интернет-сленге, уделяется психологии, внутреннему миру, переживаниям и эмоциям человека.