

15. *Китайгородская, М. В.* Языковое существование современного горожанина: На материале языка Москвы / М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова. – М. : Яз. Слав. культур, 2010. – 496 с.

16. *Баранов, А. Н.* Иллокутивное вынуждение в структуре диалога / А. Н. Баранов, Г. Е. Крейдлин // Вопросы языкознания. – 1992. – № 2. – С. 84–99.

The article discusses two options of the structure modification – expansion and clipping – in a complex dialogic unit. Moreover, different varieties of complementary utterances involved in the expansion of a complex dialogic unit were determined. It was discovered that the formation of modified structures correlates with the illocutionary function of the final phrase. If the structural model ends with a representative utterance, then, a complementary utterance can join the model, which causes the model to expand. If the final phrase is directive, then, the complex dialogic unit (in the case of a positive reaction to the order) may be clipped.

*Поступила в редакцию 13.10.2020*

**Чжан Аньци**

## ВЛАДЕНИЕ КИТАЙСКИМ ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГОМ: СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

В статье рассматриваются результаты исследования владения китайским интернет-сленгом на основе данных социолингвистического онлайн-анкетирования. Проведен сравнительный анализ данных по полу, характеру занятий (учеба или работа), возрасту респондентов с целью выявления зависимости владения китайским интернет-сленгом от данных социальных факторов.

По данным 45-го Статистического отчета о развитии Интернета в Китае [1], опубликованных Китайским информационным центром Интернета, в марте 2020 г. количество его пользователей достигло 904 млн человек, степень доступности Интернета составляет 64,5 %, 897 млн пользуются телефоном для входа в сеть. Очевидно, что Интернет глубоко проникает в каждую область существования человека и порождает, по сути, новый образ жизни людей. Создание Интернета повлекло за собой и изменение способов коммуникации и, в частности, привело к появлению и развитию китайского интернет-сленга.

Как сообщается в Докладе о языковой ситуации в Китае в 2020 г., «... развитие интернет-сленга уже имеет 20-летнюю историю. За это время влияние интернет-сленга на языковую жизнь постепенно увеличивается. Граница между виртуальным и реальным миром стирается, интернет-сленг постепенно всесторонне входит в реальную языковую жизнь» [2]. Это делает актуальным проведение социолингвистического исследования интернет-сленга, цель которого – выявление зависимости владения китайским интернет-сленгом от определенных социальных факторов.

С этой целью в феврале 2020 г. нами было проведено социолингвистическое анкетирование в Интернете. В качестве материала исследования были взяты 30 интернет-сленгизмов, в том числе 10 слов из «Словаря интернет-сленга Синьхуа» [3]. Поскольку этот словарь был опубликован в 2012 г., зафиксированные там сленгизмы (всего 1 216; далее мы будем называть их «старыми») имеют уже достаточно длительную историю существования. Поэтому были также добавлены 20 более новых слов, созданных предположительно после 2012 г., которых нет в этом словаре, но они имеются в интернет-словаре Сяоцзи [4].

В списке взятых интернет-сленгизмов есть 5 слов с одним иероглифом, 15 слов с двумя иероглифами, 4 слова с тремя иероглифами, 6 слов с четырьмя иероглифами. Двухсложные слова (т.е. слова с двумя иероглифами) занимают большую часть от общего объема китайских слов, и такая же тенденция сохраняется и в словаре Синьхуа (647 двухсложных слов из всех 1 216 слов) и в интернет-словаре Сяоцзи (182 – из 352 слов). Эти слова употребляются в текстах разных жанров интернет-коммуникации (форумов, сообщений, новостей, видео и т.д.). Кроме этого, мы также учитывали и то, что эти слова демонстрируют разные способы словообразования.

В нашей анкете «Опрос об употреблении китайского интернет-сленга» содержится 17 вопросов. Эти вопросы можно условно разделить на четыре группы.

Первая группа вопросов отражает демографические данные и связь с Интернетом: пол информантов (1 вопрос), сферу деятельности и место учебы/работы (2), их возраст (3), количество времени, проводимого в Интернете (4), и предпочитаемые пользователями сферы интернет-коммуникации (5).

Вторая группа вопросов касается особенностей распространения интернет-сленга среди информантов (насколько хорошо, по собственным оценкам, они его знают, каковы источники интернет-сленга – откуда узнают опрашиваемые интернет-сленгизмы, где и как можно найти объяснение незнакомому интернет-сленгизму). В анкете также даются 30 интернет-сленгизмов, про каждый из которых информант должен был ответить, знает ли и использует ли он это слово.

В третьей группе вопросов мы спрашивали о частоте и месте употребления интернет-сленгизмов, а также о самом любимом или заинтересовавшем в последнее время интернет-сленгизме.

Наконец, четвертая группа вопросов касалась отношения к интернет-сленгу (мы спрашивали, почему информанты его используют, каковы, с их точки зрения, недостатки интернет-сленга).

В основном вопросы имеют закрытый характер (были предложены варианты ответов), 2 вопроса были открытыми.

Анкетирование проводилось с 14 по 24 февраля 2020 года. Опрос совершался анонимно, анкеты заполнялись онлайн, по ссылке <https://www.wjx.cn/m/57420539.aspx>, в опросе могли участвовать все желающие. В итоге мы получили 714 анкет.

Далее мы кратко проанализируем некоторые ответы на вопросы первой группы, более подробно – ответы на вторую группу вопросов; третья и четвертая группы не будут здесь рассматриваться в силу незначительного объема статьи.

**1. Пол.** В опросе приняли участие всего 714 человек, в том числе 453 женщины (63,45 %) и 261 мужчина (36,55 %).

**2. Место учебы и работы.** Среди опрошенных было 67,37 % учащихся из более 12 учебных заведений со всего Китая и 32,91 % работающих из различных кругов общества.

**3. Возраст.** По возрасту респонденты разделялись на 4 группы. Большинство респондентов родились в 1990–1999 гг. (42,44 %) и после 2000-х гг. (47,76 %); число родившихся в 1980–1989-х гг. и до 1980 г. незначительно (соответственно 4,2 и 5,6 %).

**4. Количество времени, проводимого в Интернете.** Данные анкетирования показывают нам, что большинство пользователей тратят в сутки 4–7 часов на Интернет, количество пользователей, которые проводят 8–11 часов и меньше 3 часов в сети, почти равнозначно (около 18 % от общего числа), и только 5,04 % опрошенных находятся в Интернете более 12 часов в день.

**5. Приоритетные области интернет-контента.** Кроме этого, мы также обратили внимание на ресурсы, которые в наибольшей степени привлекают интернет-пользователей. Более половины опрошенных выбрали «горячие» новости (64,01 %)<sup>1</sup>, развлекательное видео (53,22 %) и социальные сети (50,56 %), после них – информацию о «звездах», компьютерные игры, спорт и анимацию.

**6. Уровень знания интернет-сленгизмов<sup>2</sup>, по собственным оценкам информантов**

По уровню знания интернет-сленгизмов информанты распределились следующим образом: только 14,01 % респондентов считают, что они хорошо знают интернет-сленгизмы, 8,4 % человек, напротив, – «плохо». Большинство же (77,59 %) опрошенных считает свой уровень знания сленгизмов «нормальным» (т.е. средним).

При этом лица женского пола несколько чаще считают свое знание сленгизмов хорошим, чем лица мужского пола (15,23 по сравнению с 11,88 %).

---

<sup>1</sup> Под «горячими» новостями в китайском обществе понимаются те, которые привлекают всеобщее внимание и являются в наибольшей степени популярными на данный момент.

<sup>2</sup> Говоря об уровне знания интернет-сленгизмов, мы понимаем, что характер нашей анкеты не позволяет говорить о реальном владении информантами этой подсистемой языка. Как известно, «в условиях анкетирования «парадокс наблюдателя» выступает наиболее явно [5, с. 126], и «сама форма анкеты исключает возможность получения объективного материала: ведь мы обращаемся непосредственно к языковому сознанию говорящего и получаем самооценку его речи» [6, с. 213].

Еще более различаются ответы информантов, если их дифференцировать по месту работы/учебы: число хорошо знающих сленгизмы учащихся почти на 10 % превышает число работающих информантов (17,26 и 7,23 % соответственно), и это говорит о том, что именно учащаяся молодежь более активно участвует в распространении сленга.

В соответствии с результатами анкетирования почти треть пользователей старшего возраста думают, что они плохо знают интернет-сленг. У остальных информантов таких ответов значительно меньше (менее 10 %). Напротив, наибольший процент ответов «хорошо знаю интернет-сленг» обнаруживаем у пользователей, родившихся после 2000-х гг. (16,42 %); процент таких ответов последовательно уменьшается с увеличением возраста информантов.

Как показывает таблица, информанты считают, что важную роль в создании и распространении интернет-сленга сыграли интернет-сообщения, социальные сайты и интернет-видео.

Роль различных ресурсов в распространении интернет-сленгов

Источники интернет-сленга		Кол-во информантов, %	
Интернет	социальные сети	483	67,65
	интернет-сообщения	525	73,53
	сетевые игры	165	23,11
	интернет-видео	372	52,1
	новостные сайты	161	22,55
вне Интернета	семья и друзья	172	24,09
	программы телевидения	208	29,13
другое		22	3,08

При этом ответы на вопрос об источниках интернет-сленга различаются в зависимости от пола респондентов. Так, респонденты-женщины, в отличие от мужчин, считают, что важнейшим источником интернет-сленга являются социальные сети. Для респондентов-мужчин важнее роль интернет-сообщений как источника интернет-сленга.

Немного различаются представления об источниках интернет-сленга у учащихся и работающих информантов. Если в целом данные для информантов-учащихся и работающих информантов совпадают, то для источников «сетевые игры» и «новостные сайты» наблюдаются большие различия: первый из этих источников сленга оказался более важен для учащихся (26,82 по сравнению с 15,32 %), второй – для работающих респондентов (34,04 по сравнению с 16,84 %).

Возраст респондентов также влияет на ответы информантов относительно тех источников, из которых говорящий черпает элементы сленга. Среди этих источников для опрошенных, родившихся после 2000 г. и в 1990–1999 гг.,

очевидно важную роль в овладении сленгом играют интернет-сообщения, интернет-видео и социальные сети. Однако для людей, родившихся до 1989 г., более важную роль, чем у молодых, сыграли новостные сайты. Кроме этого, такие оффлайн-источники, как «семья и друзья», «программы телевидения», указали 47,5 % и 50 % респондентов, родившихся до 1979 г., и это доказывает, что у этих респондентов они выступают в роли основных источников интернет-сленга. Интернет-сообщение, видимо, в любой возрастной категории играет важную роль в распространении знаний об интернет-сленге.

Реальная степень известности<sup>1</sup> интернет-сленгизмов проверялась нами по словам, которые были взяты в качестве материала. Это, прежде всего, следующие слова из словаря Синьхуа: 囧 jǐǒng ‘смушение, неловкость’, 汗 hàn ‘нечего сказать в ответ’, 萌 méng ‘милый, симпатичный’, 菜鸟 cǎiniǎo ‘салага’, 潜水 qiánshuǐ ‘посещать форум, но не оставлять сообщений’, 酱紫 jiàngzǐ ‘таким образом’, 内涵 nèihán ‘двусмысленный’, 河蟹 héxiè ‘удалить’, 灌水 guànshuǐ ‘заполнять форум бесполезной информацией’, 给力 gěilì ‘клевый’, ‘прикольный’.

Среди этих слов наибольший ИИ имеют три: 萌 méng ‘милый, симпатичный’, 给力 gěilì ‘клевый, прикольный’ и 菜鸟 cǎiniǎo ‘салага’ – их отметили более 50 % опрошенных. Однако и остальные слова также более или менее известны информантам: средний ИИ слова равен 45,81 %. Наименее знакомым для опрошенных носителей является слово 灌水 guànshuǐ ‘заполнять форум бесполезной информацией’ – 20,59 %.

В среднем ИИ всех этих старых слов равняется примерно 46 %.

Затем был проведен сравнительный анализ этих слов отдельно а) по полу, б) месту работы/учебы и в) возрасту.

Оказалось, что средний ИИ слов у женщин намного превышает средний ИИ у мужчин: 51,19 %, по сравнению с 36,48 %. Это соответствует и тому, что более 50 % голосов от респондентов-женщин получили 7 слов, а для респондентов-мужчин таким было только одно слово (萌 méng ‘милый, симпатичный’). Эта тенденция сохраняется и для отдельных слов, причем в некоторых случаях она еще более велика, ср.: 萌 méng ‘милый, симпатичный’ (разница почти в 30 %), 酱紫 jiàngzǐ ‘таким образом’ (разница почти в два раза). Меньше этот разрыв – у слов, мало известных как женщинам, так и мужчинам: 河蟹 héxiè ‘гармония; удалить’ (примерно на 6 %), 灌水 guànshuǐ ‘заполнять форум бесполезной информацией’ (более 2 %).

Если проследить корреляцию места работы/учебы и ИИ этих, более «старых» сленгизмов, то можно увидеть, что респонденты-работающие, по сравнению с учащимися, немного лучше знают эти слова: 47,19 %, по сравнению с 45,01 %.

---

<sup>1</sup> Далее мы будем использовать количественный параметр – индекс известности (ИИ), который представлен долей в процентах лиц, ответивших в анкете, что они знают этот сленгизм.

Ответы на вопрос о знании интернет-сленгизмов, появившихся до 2012 г., различаются также в зависимости от возраста респондентов. По нашим данным, лучше всего осведомлены об этих словах респонденты, родившиеся в 1980–1989 гг. (средний процент ответивших – 53,33 %), на втором месте респонденты, родившиеся в 1990–1999 гг. (чуть меньше – 50,96 %). Для самых младших и самых старших респондентов средний ИИ этих слов меньше примерно на 10–14 %. Это понятно, так как родившихся в 1980–1989 гг., наверное, можно было бы назвать создателями интернет-сленга первого поколения, в то время как жизнь и особенно молодые годы лиц более старшего возраста в меньшей степени были связаны с Интернетом.

Остальные 20 слов взяты из словаря Сяоци: 怼 *duǐ* ‘словами опровергать, возражать’, 盘 *pán* ‘шлифовать; наказывать кого-л., разбираться с кем-л’, 凉凉 *liángliáng* ‘холодно; используется для описания того, что дело сорвалось или что-л. или кто-л. были старым или устаревшим’, 吃瓜 *chīguā* ‘наблюдать, не имея отношения к вопросу’, 开挂 *kāiguà* ‘включать стороннюю программу, жульничать в играх’, 么么哒 *mēmedá* ‘чмок’, 吃土 *chītǔ* ‘есть землю; жить очень бедно, нечего есть (из-за излишней траты денег)’, 安利 *ānlì* ‘рекомендовать’, 前方高能 *qiánfānggāonéng* ‘нечто удивительное должно произойти’, 硬核 *yìng hé* ‘хардкорный, крутой; «жесть»’, 洪荒之力 *hóng huāng zhī lì* ‘первозданная сила’, 你行你上 *nǐ xíng nǐ shàng* ‘Можешь – делай, если нет, то молчи’, 柠檬精 *níng méng jīng* ‘чувство зависти’, 然并卵 *rán bìng luǎn* ‘без толку, бесполезно’, 细思极恐 *xì sī jí kǒng* ‘тщательно обдумывать – бояться до крайности’, 划水 *huá shuǐ* ‘грести воду; не стараться; отлынивать от работы’, 不明觉厉 *bù míng jué lì* ‘не понимаю, но похоже, что круто’, 喜大普奔 *xǐ dà pǔ bēn* ‘радостная новость, все празднуют и спешат ее распространить’, 真香 *zhēn xiāng* ‘употребляется для описания того, что в первое время кто-л. резко противится чему-л., но потом изменяет свое отношение’, 小目标 *xiǎo mù biāo* ‘малая цель – зарабатывать 100 млн: метафора с сарказмом, употребляется для описания мечты, которая вряд ли сбудется’.

Эти слова оказались более знакомыми опрошенным информантам: их знают в среднем 53,24 % информантов. 12 слов среди их набрали более 50 % голосов информантов: 怼 *duǐ*, 凉凉 *liángliáng*, 吃瓜 *chīguā*, 开挂 *kāiguà*, 盘 *pán*, 真香 *zhēn xiāng*, 么么哒 *mēmedá*, 吃土 *chītǔ*, 安利 *ānlì*, 前方高能 *qiánfānggāonéng*, 硬核 *yìng hé*, 洪荒之力 *hóng huāng zhī lì*.

Эти слова были далее проанализированы с точки зрения соотношения с тремя параметрами: полом, местом работы / учебы и возрастом.

Так, оказалось, что средний ИИ этих слов у респондентов-женщин (60,17 %) гораздо выше, чем у респондентов-мужчин (41,21 %): почти на 20 %, что даже больше, чем разрыв в ИИ более «старых» интернет-сленгизмов.

Параметр места работы/учебы респондентов оказал сравнительно слабое влияние на знание интернет-сленга: средний ИИ слов у учащихся составляет 53,88 %, у работающих – 51,81 %. Гораздо более значимо влияние возраста

на знание этих сленгизмов: ИИ этих слов у опрошенных, родившихся в 1990–1999 гг., достиг 59,82 %, эта доля намного превышает долю других возрастных категорий. На втором и третьем месте респонденты, родившиеся после 2000 г. (50,69 %) и в 1980–1989 гг. (49,83 %). Напротив, у самых старших опрошенных в нашем исследовании (родившихся до 1979 г.) ИИ этих 20 слов намного меньше – всего 27,63 %.

Наконец, в этой части анкеты есть также вопрос «Когда вы сталкиваетесь с незнакомым интернет-сленгизмом, как вы обычно ищете его объяснения?». Судя по данным, большинство людей (три четверти опрошенных) находят объяснение сленгизму в Интернете, 45,66 % спрашивают у друзей, и только пятая часть информантов «не собираются пока выяснять его значение». Тем самым, несмотря на то что Интернет является для опрашиваемых самым надежным источником ответов на данный вопрос, чуть ли не половина информантов не отрицает и возможности активизации личных контактов для узнавания новых слов.

Далее мы стремимся выявить следующее: как зависит способ поиска значения незнакомого сленгизма от пола, возраста, от того, учится информант или работает?

Более четверти (25,67 %) респондентов-мужчин и только 16,78 % из респондентов-женщин решили относительно незнакомого интернет-сленгизма, что «пока не будут выяснять». Для обоих вариантов ответа «буду искать в Интернете» и «спрошу у друзей» доля ответов респондентов-женщин больше примерно на 8 %, чем у респондентов-мужчин. Это показывает, что женщины более активно выясняют значения интернет-сленгизмов, в большей степени интересуются этой подсистемой языка.

Далее, разбивка информантов относительно этого вопроса анкеты на учащихся и работающих не показала значительных различий, хотя доля учащихся немного превышает долю работающих в тех случаях, когда информанты намерены все же заняться поиском значения сленгизма («буду искать в Интернете» – соответственно 76,72 % и 72,34 %, «спрошу у друзей» – 46,78 % и 43,40 %).

В то же время параметр возраста оказался более значимым для ответов на этот вопрос. По стремлению выяснить значение незнакомого интернет-сленгизма респонденты, родившиеся в 1990–1999 гг., находятся на первом месте (только 15,51 % из них ответили, что «пока не будут выяснять», это самый низкий процент в рубрике, для опрошенных других возрастных категорий доля этого варианта ответа меньше примерно на 5–10 %). Кроме этого, данные еще показывают, что, в сравнении с лицами, родившимися до 1989 г., более молодые люди охотнее ищут объяснения в Интернете и у друзей.

Мы сделали попытку выявить зависимость владения китайским интернет-сленгом от таких социальных факторов, как пол, возраст и вид занятости. Результаты нашего исследования показывают, что место работы/учебы не явилось здесь определяющим социальным фактором, в отличие от пола и возраста.

Так, по сравнению с респондентами-мужчинами, респонденты-женщины выше оценивают свой уровень знания сленгизмов, это также доказывается

средним индексом известности интернет-сленгизмов. К тому же лица женского пола активнее выясняют значение незнакомого интернет-сленгизма. Тем самым лица женского пола более положительно относятся к интернет-сленгу и, вероятно, лучше им владеют.

Интернет-сленг часто ставят в один ряд с молодежным сленгом, как социолект, обусловленный возрастом. Данные нашего анкетирования показывают, что возраст действительно играет важную роль в процессе овладения интернет-сленгом. Чем моложе информанты, тем увереннее они отвечают, что знают интернет-сленг. Кроме этого, при сравнении степени известности старых и новых сленгизмов у лиц разных возрастных категорий «пик» ИИ более старых сленгизмов (появившихся до 2012 г.) приходится на долю информантов, родившихся в 1980–1989 гг., а «пик» для более новых слов (возникших в 2012–2019 гг.) – на долю информантов, родившихся в 1990–1999 годах.

Нами также отмечено у информантов-женщин и лиц более молодого возраста отличающее их общее свойство: они тратят больше времени на Интернет, в особенности – на социальные сети, и активнее выясняют незнакомые слова.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. 第45次中国互联网络发展状况统计报告 = The 45th China Statistical Report on Internet Development [Electronic resource] / China Internet Network Information Center, 2020. – Mode of access : [http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c\\_1589535470378587.htm](http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm). – Date of access : 12.06.2020.
2. 中国语言生活状况报告 (2020) = Доклад о языковой ситуации в Китае в 2020. Государственный комитет по работе в области языка и письменности КНР. – Пекин : Коммерческое изд-во, 2020. – 347 с.
3. 新华网络语言词典 = Словарь языка Интернета Синьхуа / под ред. Ван Лэй. – Пекин : Коммерческое изд-во, 2012. – 233 с.
4. 小鸡词典 = Интернет-словарь Сяоцзи [Electronic resource]. – Mode of access : <https://jikipedia.com/>. – Date of access : 20.12.2019.
5. Словарь социолингвистических терминов / Рос. акад. наук, Ин-т языкознания ; отв. ред. В. Ю. Михальченко. – М., 2006. – 312 с.
6. Беликов, В. И. Социолингвистика : учебник для вузов / В. И. Беликов, Л. П. Крысин. – М. : Рос. гос. гуманит. ун-т, 2001. – 315 с.

Creation of such an integral part of our life as Internet has led to the Internet slang emergence, which requires serious research. In 2020, in order to define the dependance of using the Chinese internet slang on certain social factors, the author conducted a sociolinguistic online survey. The survey comparative analysis considered gender, nature of occupation (study or work), age of the respondents, and made it possible to establish that the nature of occupation (study or work) was not the main determining social factor. In contrast, it was due to gender and age. Females and younger people are better at using the Internet slang, possibly because they spend more time on the Internet, and they are more interested in social media, and search unfamiliar words more actively than representatives of other social groups.

*Поступила в редакцию 30.11.2020*