

ТЕНДЕНЦИИ ОБНОВЛЕНИЯ СЛОВАРНОГО СОСТАВА ОБИХОДНОГО ЯЗЫКА ПУТЕМ ПЕРЕХОДА В НЕГО ИНТЕРНЕТ-ЛЕКСЕМ

Ю.М. Шемчук, М.Д. Гусева

Аннотация. Традиционно интернет-язык анализировался с точки зрения расширения его словарного состава, источником пополнения которого являются как обиходный, так и специальный языки, а также профессиональный жаргон. В рамках данного диахронического исследования впервые делается попытка выявить изменения, которые происходят с лексическим составом языка под влиянием процессов интернет-коммуникации. В качестве материала исследования выступают лексические единицы китайского интернет-языка, включенные в различные рейтинги за период 2013–2018 гг. Интернет-лексика анализируется в трех аспектах: морфологическом, прагматическом и визуальном. Первоначально определяются факторы, которые влияют на продолжительность существования этих лексических единиц. Внутренние факторы касаются морфологического аспекта исследования, к ним относятся способы образования слов и выражений по уже существующим в языке словообразовательным моделям, которые учитывают особенности грамматических структур китайского языка, соблюдая принцип языковой экономии. Внешние факторы тесно связаны с прагматическим аспектом: единицы интернет-лексики рассматриваются в рамках социально-политических и межличностных коммуникативных отношений. В рамках визуального аспекта анализируется влияние, которое оказывает на лексическую единицу соединение текстовой составляющей с изображением. На основании проведенного исследования делаются выводы о том, что в морфологическом аспекте единицы интернет-языка, построенные по грамматическим моделям, наиболее близким к существующим с соблюдением принципа языковой экономии, со временем перестают идентифицироваться как выражения, присущие только интернет-среде, и начинают встречаться в процессе реальной межличностной коммуникации. Что касается прагматического аспекта, то интернет-лексика, возникающая в социально-политической сфере, чаще всего быстро теряет свою актуальность и замещается другими выражениями, связанными с новыми идеологическими понятиями. Выражения, имеющие отношение к бытовой или межличностной сфере коммуникации, обладают большей универсальностью. Они могут возникать как в различных СМИ, так и в самой интернет-среде, причем благодаря своей универсальности, они со временем также выходят за пределы Интернета и используются в процессе реальной межличностной коммуникации. Анализ лексических единиц китайского интернет-языка в визуальном аспекте позволил говорить о том, что первоначально они чаще всего представляют собой слова или выражения, однако затем интернет-пользователи создают на их основе интернет-мемы, которые также расширяют сферу своего использования, что способствует еще большей универсализации и закреплению их в обиходной лексике.

Ключевые слова: интернет-коммуникация; обиходная лексика; китайский язык; интернет-лексика; интернет-мем; морфологический аспект; прагматический аспект; визуальный аспект.

Введение

К настоящему времени интернет-коммуникация стала не только важной составляющей повседневной жизни, но и превратилась в объект пристального внимания ученых из разных областей науки. Особый интерес представляет изучение интернет-коммуникации с позиций неологии, так как в интернет-среде возникает и распространяется множество новых слов и выражений. Наряду с изучением универсальных закономерностей, по которым развиваются процессы интернет-коммуникации, существуют и исследования интернет-лексики, имеющей отношение только к определенному языку.

В данной работе рассмотрены лексические единицы китайского интернет-языка. При этом стоит отметить, что интерес к новым словам и выражениям, появляющимся и распространяющимся в процессе интернет-коммуникации, характерен не только для ученых-лингвистов, но и для обычных интернет-пользователей, о чем свидетельствует множество списков новых интернет-выражений, ежегодно публикуемых различными интернет-изданиями. Это своего рода «культурологическое» явление представляет собой существенное подспорье для лингвистов, занимающихся исследованиями китайского интернет-языка, так как списки не только фиксируют момент возникновения этих лексических единиц, но, что более важно, являются прямым доказательством их актуальности и служат отправной точкой для отслеживания тенденций их дальнейшего развития.

Методология и терминология

Интерес к явлению интернет-коммуникации возник в научном мире уже в конце XX в., о чем свидетельствуют многочисленные исследования с позиций как лингвистических, так и нелингвистических дисциплин. Например, в понимание того, каким образом Интернет влияет на человека и общество, значимый вклад внесли С.И. Паринов, Т.Е. Романова, О.В. Тихонов и другие ученые. Кроме этого, с точки зрения философии и культурологии, исследованиями интернет-коммуникации занимались О.Н. Арестова, Р.Н. Абрамова, Л.Н. Бабанин, М.В. Пинская и т.д. В то же время внимание ученых не обошел стороной и язык – важнейшая составляющая интернет-коммуникации. Лингвистический аспект данного явления изучали такие представители зарубежной науки, как D. Crystal, W. Frindte, H. Grice, D.S. Herring, T. Koehler и др., среди отечественных языковедов выделяются работы Н.Г. Асмус, Н.В. Виноградовой, Е.И. Горошко, О.В. Лутовиновой,

Н.Б. Мечковской, М.Ю. Сидоровой, Г.Н. Трофимовой, Л.Ю. Щипицной и т.д. Что касается интернет-коммуникации на китайском языке, то среди китайских лингвистов исследованиями в данной области занимаются Сунь Жуйся, Чжан Цзяюй, Чжан Юньхуэй, Чэ Фэй и др., исследования российских ученых в этой области довольно малочисленны, однако следует отметить работы Л.В. Джимбеевой, А.Н. Сбоева, А.А. Хаматовой и др. Помимо языка интернет-коммуникации данное исследование также затрагивает и некоторые сферы неологии, например механизмы возникновения неологизмов и обновления лексического состава, которыми занимались такие русские и зарубежные ученые, как Л.П. Катлинская, Н.З. Котелова, Е.В. Сенько, Ю.М. Шемчук, J. Ayto, E.T. Hall, Ya. Levchenko и др.

С точки зрения терминологии, китайский лингвист Чэ Фэй в своей статье «Исследование новых интернет-выражений китайского языка за последние несколько лет» [1] на основе статистических исследований выделяет понятия «网络新词语» (ванло синь цыюй) – «новые интернет-выражения» – и «网络新词» (ванло синь цы) – «новые интернет-слова», причем первое понятие является более широким и включает в себя второе. По мнению Чэ Фэя, новые интернет-выражения – это языковые явления, которые представляют собой «продукт» научно-технической революции и зеркально отражают экономическую, социальную, культурную, религиозную и политическую обстановку в стране в новую эпоху. Однако данное определение рассматривает понятие «новые интернет-выражения» в широком смысле, в более узком смысле «новые интернет-выражения» – это гибкий уникальный набор коммуникативных символов, которые включает в себя буквы, цифры, изображения и эмодиконы [2]. Приведенные определения отражают единое представление китайского научного сообщества о данном языковом явлении, однако при поиске соответствий в аналогичной терминологической базе, разрабатываемой отечественными учеными, возникли некоторые трудности.

На данный момент в среде российских лингвистов широко используется термин «интернет-мем», который подразумевает не только особую лексическую единицу, используемую в процессе интернет-коммуникации, но также трактуется и как «вербальные, невербальные и гибридные образования, которые объединяет два ключевых признака: воспроизводимость и высокая скорость циркуляции в Интернете» [3. С. 86]. Однако когда речь заходит о форме существования интернет-мемов, то у ученых возникают разногласия, возможно, обусловленные именно «всеохватываемостью» термина «мем». Например, Ю.В. Щурина включает в понятие «интернет-мем» текстовые мемы (слова или фразы), мемы-картинки, видеомемы и креолизованные мемы, состоящие из текстовой и визуальной части [4]. В то же время, по мнению С.В. Канашиной, интернет-мем – это комплексный феномен интернет-

коммуникации, представляющий собой целостную, завершенную единицу, с текстом и картинкой в квадратной рамке [5].

Таким образом, очевидно, что во избежание терминологической путаницы в процессе исследования китайского интернет-языка в большинстве случаев целесообразнее воспользоваться такими нейтральными понятиями, как «интернет-лексика», «единицы интернет-языка» и т.п., однако когда речь пойдет о лексических единицах интернет-коммуникации, которые состоят из текста и изображения, то возможно использование термина «интернет-мем».

Исследование

В данном исследовании был реализован диахронический подход, материалом послужили единицы интернет-лексики за период 2013–2018 гг., которые были включены в ежегодные рейтинги, публикуемые различными интернет-изданиями. В процессе работы использовались описательный метод, а также контекстуальный, структурный и дискурсивный анализ.

Отправной точкой данного исследования послужила работа китайской ученой Чжан Мэйсю, которая в своей статье «Анализ факторов, влияющих на “долговечность” интернет-лексики» [6] выделила два типа факторов: внутренние и внешние, что подтверждает их универсальность (см., например, подобное описание факторов, влияющих на обновление немецкого обиходного языка, в работе Ю.М. Шемчук [7]). Целью данного исследования является выявление тенденций обновления лексики под воздействием интернет-коммуникации (на материале современного китайского языка), которая достигается путем решения следующих задач:

1. Выявить изменения, происходящие с единицами интернет-лексики за период с 2013 по 2018 г.

2. Определить тенденции обновления лексики китайского языка под воздействием интернет-коммуникации в морфологическом, прагматическом и визуальном аспектах.

Итак, прежде всего, **обратимся к морфологическому аспекту** исследования, который тесно связан с внутренними факторами, влияющими на «долговечность» интернет-лексики. По мнению Чжан Мэйсю, к внутренним факторам относятся способы образования слов и выражений по уже существующим в языке словообразовательным моделям, которые учитывают особенности грамматических структур китайского языка. Например, выражение «洪荒之力» [hóng huāng zhī lì] – «первобытная сила» – появилось в интернет-языке благодаря спортсменке Фу Юаньхуэй, которая во время интервью после одного из соревнований на Олимпиаде 2016 г. произнесла фразу:

«我昨天把洪荒之力用完了,今天没有力气了» – «Вчера я израсходовала всю свою энергию (букв. “первобытную силу”), и сегодня у меня нет сил». Интернет-пользователи стали активно использовать это выражение в процессе интернет-коммуникации, причем со временем из-за сходства с традиционными чэньюями многие перестали идентифицировать его как единицу интернет-языка, о чем свидетельствуют многочисленные посты на форумах. Например, вопрос одного из пользователей на сайте «Baidu知道» звучит следующим образом: «洪荒之力是成語嗎?» – «“Первобытная сила” – это чэньюй?» [8].

К данной категории можно отнести и выражения, представляющие собой новые «грамматические конструкции», содержание которых можно менять в зависимости от ситуации. Например, появившаяся в начале 2018 г. благодаря гонконгскому актеру Исон Чану фраза «XXX了解一下» [XXX liǎojiě yíxià] – «узнавать о чем-либо, знакомиться с чем-либо». На одном из видео, где он окружен толпой поклонников, голос за кадром, скорее всего, принадлежащий промоутеру или распространителю листовок, произносит: «喔! 陈奕迅 游永健身了解一下», что значит «О! Исон Чан... Плавание, спорт... Подходим, интересуемся». Благодаря комическому эффекту данное выражение стало популярным среди интернет-пользователей, которые начали применять его, чтобы высмеять чью-то полноту, например: «春节吃得太多? 胖友 游永健身了解一下» – «Много ели в праздники и располнели? Поинтересуйтесь плаванием и спортом». Однако затем в Сети появились и другие варианты использования этой конструкции: если интернет-пользователь хотел высмеять худобу собеседника, то он мог сказать: «汉堡奶茶了解一下» – «Поинтересуйся фастфудом (букв. «бургерами и чаем с молоком»).

Что касается таких словообразовательных моделей, как сокращения и аббревиация, учитывающих принцип языковой экономии, то примером может служить выражение «高大上» [gāodàshàng] – «высочайшего качества, дорогостоящий», представляющее собой сокращение фразы «高端大气上档次» [gāoduān dàqì shàng dàngcì], образованной из трех слов «高端» (дорогостоящий, эксклюзивный), «大气» (величественный, достойный) и «上档次» (высший уровень, высший класс). Впервые использование этих трех слов вместе было зафиксировано в сериале «Мой личный меченосец» (2010 г.), а затем распространилось в Интернете в виде единой языковой единицы, которая впоследствии и подверглась сокращению.

Однако нередко возникает ситуация, когда выражение построено по уже существующей в языке словообразовательной модели с соблюдением принципа языковой экономии. Например, рассмотрим выражение «人艰不拆» [rén jiān bù chāi] – «нежелание принимать правду». Его первоисточником послужили строки из песни «Ложь» тайваньского исполнителя Линь Юцзя: «人生已经如此的艰难, 有些事情就不要拆穿», которая в переводе зву-

чит как «Жизнь человека так сложна, что иногда не стоит открывать ему правды». Впоследствии интернет-пользователи сократили данное выражение, и оно стало чрезвычайно походить на традиционный чэньюй.

Абсолютно аналогичная ситуация произошла с выражением «累觉不爱» [lèi jué bù ài] – «устать от любви, быть не в состоянии полюбить еще раз». В 2013 г. один из пользователей китайской социальной сети «Доубань» поместил на свою страницу пост, состоящий из одного предложения: «很累 感觉自己不会再爱了», что обозначает «Я очень устал и чувствую, что больше не смогу полюбить». Впоследствии данный пост широко обсуждался среди молодежи, а фраза «很累 感觉自己不会再爱了» подверглась сокращению и приняла форму чэньюя, который стал обозначать специфическое эмоциональное состояние, проявляющееся в отсутствии интереса к любви. Впоследствии выражения, образовавшиеся таким способом, пользователи также нередко начинают идентифицировать как традиционные чэньюи, причем в Сети происходят настоящие дискуссии о том, можно ли их считать таковыми или нет [9].

Внешние факторы, которые влияют на длительность существования единиц интернет-лексики, напрямую **связаны с прагматическим аспектом** исследования. Чжан Мэйсю в своей статье описывает то, каким образом продолжительность существования лексических единиц зависит от определенной коммуникативной сферы и их взаимосвязь с частной жизнью людей, однако при таком разделении второй фактор, по сути, является составляющей первого фактора, поэтому логичнее будет проанализировать единицы интернет-языка с точки зрения отношений между участниками коммуникации, таким образом, следует выделить социально-политические и межличностные отношения.

Сферу социально-политических отношений наиболее ярко иллюстрируют слова и выражения, связанные с политической идеологией или различными общественными движениями. Например, понятие «中国梦» [Zhōngguó mèng] – «китайская мечта», которое ввел в обиход Си Цзиньпин, нынешний глава КНР, выступая с речью на закрытии съезда ВСНП в марте 2013 г. Он описал «китайскую мечту» как единство мечты и стремления каждого человека и всей нации в целом, которое напрямую связано с будущим всей страны. Концепция «китайской мечты» стала одним из направлений деятельности Коммунистической партии Китая и получила широкое освещение в средствах массовой информации. Интернет-пользователи также стали участвовать в распространении новой идеологии Си Цзиньпина и китайской власти, обсуждая ее между собой и высказывая личное видение собственной «китайской мечты».

К этой категории относится и выражение «光盘» [guāngpán] – «чистые тарелки», появившееся в январе 2013 г., когда пользователи китайской социальной сети «Вэйбо» начали публиковать посты с призывами провести праздник «чистых тарелок». От активности в соци-

альных сетях волонтеры перешли к действию и стали распространять в городе листовки и афиши с просьбой поддержать мероприятие. Праздничные церемонии «чистых тарелок» состоялись 16 января во многих столовых и закусочных Пекина, в ходе которых организаторы призывали посетителей доедать заказанные блюда. Акция вызвала широкий отклик у населения и повлекла за собой создание Общества чистых тарелок. Таким образом, население выразило поддержку политической деятельности председателя КНР Си Цзиньпина, направленную на искоренение в среде чиновников привычки проводить приемы и обеды на государственные средства. Интернет-пространство стало площадкой создания и распространения данного движения, название которого можно было трактовать как один из видов борьбы с коррупцией.

Однако исследования показали, что данные выражения уже через несколько месяцев перестали упоминаться интернет-пользователями, на их смену пришли новые идеологические понятия, которые, к тому же, не так активно стали распространяться в интернет-среде. Например, принятый в 2016 г. проект экономического развития «**一带一路**» [yídài yílù] – «один пояс, один путь», предназначенный для того, чтобы связать современные экономические зоны Азии и Европы. Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что выражения, которые возникли в процессе социально-политических отношений и затем распространились в Интернете, не обладают универсальностью, довольно быстро теряют свою «жизнеспособность» и перестают быть актуальными.

Большая часть интернет-лексики возникает и / или используется в процессе межличностного общения. Так, практически все выражения, которые мы рассматривали раньше, относятся к этой категории. Здесь мы можем выделить два типа интернет-выражений: первый возникает в медийной среде, т.е. за пределами межличностных отношений, и затем активно используется в интернет-среде в процессе межличностной коммуникации, т.е. находит свое вербальное воплощение в процессе межличностных отношений. К этому типу относятся такие выражения, как «**XXX了解一下**» [XXX liǎojiě yíxià] – «узнавать о чем-либо, знакомиться с чем-либо» – и «**洪荒之力**» [hónghuāng zhī lì] – «первобытная сила». Ярким примером, характеризующим данный тип, может служить выражение «**小目标**» [xiǎomùbiāo] – «малая цель, легкодостижимая цель». Его «автором» стал китайский бизнесмен Ван Цзяньлинь, который в одном из интервью произнес следующую фразу: «**想做世界首富 这个奋斗的方向是对的。但是最好先定一个能达到的小目标。比如我先挣它一个亿**», что переводится как «Стать богатым человеком – неплохое желание, но сначала лучше всего поставить перед собой небольшую цель, например: “Сначала я заработаю сто миллионов”». Кроме того, что данная фраза сама по себе обладает комическим эффектом, она затронула так называемую болевую точку общества – социальное неравенство, которая также широко обсуждается в про-

цессе межличностного общения в интернет-среде, например: «如果你甘心做基层员工而不付出其他努力, 那买套房对你来说都不是小目标» – «Если ты довольствуешься должностью обычного служащего и не хочешь прилагать усилий, чтобы достичь чего-то большего, то тогда покупка квартиры для тебя вовсе не является малой целью».

Второй тип интернет-выражений, затрагивающих область межличностного общения, возникает и распространяется непосредственно в интернет-среде, постепенно выходя за ее рамки. Например, к этой категории можно отнести сетевые чэньюи «人艰不拆» [rén jiān bù chāi] – «нежелание принимать правду» – и «累觉不爱» [lèi jué bù ài] – «устать от любви, быть не в состоянии полюбить еще раз», которые на данный момент перестали рассматриваться только как единицы интернет-коммуникации и стали использоваться в реальном общении. К этой группе можно отнести и слово «套路» [tàolù] – «тактика, стратегия», которое первоначально обозначало набор боевых приемов в компьютерной игре. В 2016 г. из соцсети «Вэйсинь» облетели скрины с диалогом между юношей и девушкой, который привлек внимание интернет-пользователей благодаря следующей фразе: «多一点真诚 少一点套路» – «Побольше искренности и поменьше спланированных действий». Таким образом, данный термин, использующийся преимущественно в компьютерных играх, перешел в сферу межличностных отношений. Отсюда можно сделать вывод, что после того, как единица интернет-лексики начинает использоваться в процессе бытовой интернет-коммуникации, а именно в сфере межличностных отношений, благодаря своей универсальности она получает шанс выйти за границы интернет-пространства и начать использоваться как единица разговорной лексики в реальной жизни.

Визуальный аспект исследования кажется далеким от традиционного лингвистического анализа, однако его невозможно избежать в процессе исследования интернет-лексики, так как в сети крайне популярен такой «продукт творчества» интернет-пользователей, как интернет-мемы. Они представляют собой соединение текста с картинкой, т.е. являются результатом превращения словарного выражения в креолизованный мини-текст. Для китайского интернет-пространства особенно характерно постепенное преобразование текстовых выражений в мемы, т.е. первоначально интернет-выражение имеет только текстовую форму, которую интернет-пользователи впоследствии соединяют с изображением, причем после этого она продолжает существовать и как лексическая единица, и как креолизованный мини-текст.

Примером может служить выражение «那么问题来了» [nà me wèn tí lái le] – «таким образом, возникает вопрос», которое используется для того, чтобы придать ироническую окраску какому-либо философскому высказыванию. Первоисточником этого выражения послужила фраза из

рекламы Шаньдунского профессионального технического училища «Ланьсян»: «挖掘机, 哪家强? 中国山东找蓝翔», которая переводится как «Где лучше всего учат управлять экскаватором? В Шаньдунском профессиональном техническом училище “Ланьсян”». После этого интернет-пользователи стали использовать фразу «那么问题来了, 挖掘机技术到底哪家强?» («Таким образом, возникает вопрос: где лучше всего учат управлять экскаватором?») в конце длинного поста для того, чтобы привлечь внимание к своему высказыванию. Это выражение обычно не имело ничего общего с темой поста и впоследствии приобрело иронический характер, а через некоторое время в Сети стали появляться картинки с девочкой, сидящей в кабине экскаватора и надписью: «那么问题来了» («Таким образом, возникает вопрос») (рис. 1). Отсюда вывод: так как данное выражение стало использоваться в виде креолизованного текста, оно расширило границы применения и стало более универсальным и самостоятельным – теперь его можно использовать без привязки к какому-либо тексту.



Рис. 1. 那么问题来了 («Таким образом, возникает вопрос»)

В качестве примера можно также привести и выражение «心塞» [xīn sè, xīn sāi], которое означает «страдания, душевные муки». Впервые оно появилось в телесериале «Мой командир, мой полк», в котором один из героев произнес следующую фразу: «他是块料子, 可是他的心塞着», которая обозначает «Он негодяй, но он действительно страдает». Через некоторое время один из пользователей соцсети «Вэйбо» опубликовал

пост, в котором рассказывал о жизни воспитательницы детского сада и упомянул о том, что она часто использует выражение «心塞». Этот пост стал чрезвычайно популярен в китайском интернет-пространстве, данное выражение начало широко использоваться в процессе интернет-коммуникации и с ним стали создавать множество мемов (рис. 2).



Рис. 2. 心塞塞的 («страдания»)

Таким образом, можно сделать вывод о том, что зачастую единицы китайского интернет-языка, первоначально существующие в виде слов или выражений, со временем превращаются в креолизированные мини-тексты или интернет-мемы, что также способствует их сохранению в языке и переходу в область общеупотребительной лексики, используемой в реальной жизни.

Заключение

Итак, на основании проведенного исследования, в котором были проанализированы интернет-лексемы за период с 2013 по 2018 г., ежегодно публикуемые в рейтингах различных интернет-изданий, следует сделать вывод, что изменения, которые с ними происходят, можно рассмотреть в трех аспектах: морфологическом, прагматическом и визуальном.

Что касается морфологического аспекта, то единицы интернет-языка, построенные по уже существующим в языке словообразовательным моделям, которые учитывают особенности грамматических структур китайского языка, соблюдая принцип языковой экономии, со временем перестают идентифицироваться как выражения, присущие

только интернет-среде, и начинают встречаться в процессе реальной коммуникации.

Исследование интернет-лексики в прагматическом аспекте позволило говорить о том, что интернет-выражения, возникающие в социально-политической сфере, чаще всего быстро теряют свою актуальность, перестают использоваться и замещаются другими словами, связанными с новыми идеологическими понятиями. В противоположность данному пласту лексики, выражения, имеющие отношения к бытовой или межличностной сфере коммуникации, которые, например, выражают чувства собеседников, обладают большей универсальностью. Они могут возникать как в различных СМИ, так и в самой интернет-среде, причем благодаря своей универсальности, они со временем также выходят за пределы Интернета и используются в процессе реальной коммуникации.

В ходе анализа тенденций обновления лексики под влиянием интернет-коммуникации важную роль играет **исследование визуального аспекта** рассматриваемых лексем, так как для китайского интернет-пространства характерно постепенное преобразование текстовых выражений в интернет-мемы. Большинство единиц китайского интернет-языка первоначально представляют собой слова или выражения, однако затем интернет-пользователи создают на их основе креолизованные мини-тексты, т.е. интернет-мемы, которые также расширяют сферу использования данного выражения, что еще больше способствует его универсализации и закреплению в общеупотребительной лексике.

Обобщая все вышесказанное, следует отметить, что процесс интернет-коммуникации оказывает большое влияние на обновление лексического состава языка, благодаря стремлению интернет-выражений к универсальности расширяется сфера их использования и становится возможным переход в область обиходной лексики, характерной для реального общения. Таким образом, можно говорить, что интернет-пространство становится одним из современных способов пополнения лексики.

Литература

1. **Чэ Фэй.** Исследование новых интернет-выражений китайского языка за последние несколько лет // Вестник Чунцинского промышленно-торгового университета. 2015. № 32 (3). С. 102–113. 车飞.近十余年来汉语网络新词语研究述略: 重庆工商大学学报 (社会科学版)
2. **Син Юйхуа.** Краткий анализ стратегий преподавания китайского языка как иностранного с использованием новых интернет-выражений // Вестник Тяньцзиньского университета телевидения. 2012. № 2. С. 45–47. 行玉华.浅谈对外汉语教学中网络新词的教学策略. 天津电大学报
3. **Щурина Ю.В.** Интернет-мемы: проблема типологии // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 6 (59). С. 85–89.
4. **Щурина Ю.В.** Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012 (3). С. 160–172.

5. **Канашина С.В.** Что такое интернет-мем? // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2017. № 28 (277), т. 36. С. 77–82.
6. **Чжан Мэйсю.** Анализ факторов, влияющих на «долговечность» интернет-лексики // Научно-образовательное руководство. 2010. № 11. С. 135–136.
张美秀. 浅析网络词汇存亡的重要影响因素: 科教导刊
7. **Шемчук Ю.М.** Обновление культурных кодов в немецком языке // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. Филологические науки. 2011. № 4. С. 89–92.
8. «Первобытная сила» – это чэньюй? 洪荒之力是成语吗? URL: <https://zhidao.baidu.com/question/1369923398326385379.html> (дата обращения: 20.11.2018).
9. **Почему** выражения «十动然拒», «细思极恐», «人狠不拆» не считаются чэньюями? 为什么“十动然拒”“细思极恐”“人狠不拆”不算成语? URL: <http://bbs.tianya.cn/post-funinfo-6694295-1.shtml> (дата обращения: 22.11.2018).

Сведения об авторах:

Шемчук Юлия Михайловна – профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации в области гуманитарных и прикладных наук Московского государственного лингвистического университета (Москва, Россия), профессор кафедры германской филологии Московского государственного областного университета (Москва, Россия). E-mail: shemchuk.j@mail.ru

Гусева Мария Дмитриевна – преподаватель кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации в области гуманитарных и прикладных наук Московского государственного лингвистического университета (Москва, Россия). E-mail: mariia.guseva@bk.ru

Поступила в редакцию 10 апреля 2019 г.

TENDENCIES OF RENOVATION THE EVERYDAY VOCABULARY OF THE LANGUAGE THROUGH A BORROWING INTERNET-LEXEM

Shemchuk Yu.M., Dr.Sc. (Phylology), Professor, Professor of the Department of Linguistics and Professional Communication in the Field of Humanities and Applied Sciences of Moscow State Linguistic University (Moscow, Russia); Professor of the Department of German Philology of Moscow State Regional University (Moscow, Russia). E-mail: shemchuk.j@mail.ru

Guseva M.D., the Department of Linguistics and Professional Communication in the Field of Humanities and Applied Sciences of Moscow State Linguistic University (Moscow, Russia). E-mail: mariia.guseva@bk.ru

DOI: 10.17223/19996195/45/9

Abstract. Traditionally, the Internet language was analyzed from the point of view of expanding its vocabulary, the source of replenishment of which is both everyday and special languages, as well as professional jargon. Within this diachronic study for the first time an attempt is made to identify the changes that are occurring with the lexical composition of the Chinese language under the influence of Internet communication processes. The research material is lexical units of the Chinese Internet language included in various ratings for the period 2013–2018. Analysis of Internet vocabulary is carried out in three aspects: morphological, pragmatic and visual. Initially, factors that affect the duration of the existence of lexical units are determined. Internal factors relate to the morphological aspect of the study, these factors include ways of forming words and expressions according to the word-formation models that already exist in the language, which take into account the peculiarities of the grammatical structures of the Chinese language, observing the principle of

language economy. External factors are closely related to the pragmatic aspect, these factors include the degree of dependence of the units of the Internet language on the sphere of communication: the units of online vocabulary are considered in connection with sociopolitical and interpersonal communication relations. Within the visual aspect of the study, it is determined that the lexical unit of the Internet language is influenced by the combination of its text component with the image. As a result of the research, it is concluded that, in the morphological aspect, the units of the Internet language, built on the grammatical models that are closest to the existing ones, observing the principle of language economy, eventually cease to be identified as expressions inherent only in the Internet environment, and begin to occur in the process of real communication. As for the pragmatic aspect, the Internet vocabulary that arises in the sociopolitical sphere most often quickly loses its relevance and is replaced by other expressions related to new ideological concepts. Expressions relating to the everyday or interpersonal sphere of communication are more versatile. They can occur both in various media and in the Internet environment itself, and due to their universality, they also eventually go beyond the Internet and are used in the process of real interpersonal communication. Analysis of the lexical units of the Chinese Internet language in a visual aspect made it possible to say that initially these lexical units most often represent in the form of words or expressions, but then Internet users create Internet memes based on them, which also expand the scope of use of this expression, contribute even more universalization and consolidation in everyday vocabulary.

Keywords: Internet communication; everyday vocabulary; Chinese; Internet vocabulary; Internet memes; morphological aspect; pragmatic aspect; visual aspect.

References

1. Che Fey (2015) Issledovanie novykh internet-vyrazheniy kitayskogo yazyka za poslednie neskolko let [A study of Chinese new Internet expressions over the past few years] // Vestnik Chuntsinskogo promyshlenno-torgovogo un-ta, 32(3). pp. 102-113.
2. Sin Yuyhua (2012) Kratkiy analiz strategiy prepodavaniya kitayskogo yazyka kak inostrannogo s ispolzovaniem novykh internet-vyrazheniy [Brief analysis of teaching Chinese as a foreign language using new Internet words] // Vestnik Tyantszinskogo un-ta televideniya, (2). pp. 45-47.
3. Schurina Yu.V. (2014) Internet-memy: problema tipologii [The problem of typology of Internet memes] // Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta, 6 (59). pp. 85-89.
4. Schurina Yu.V. (2012) Internet-memy kak fenomen internet-kommunikatsii [Internet Meme as a Phenomenon of Internet Communication] // Nauchnyy dialog (3). pp. 160-172.
5. Kanashina S.V. (2017) Chto takoe internet-mem? [What is an Internet meme?] // Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki, 28 (277) vol. 36. pp. 77-82.
6. Chzhan Meysyu (2010) Analiz faktorov, vliyayuschiy na "dolgovechnost" internet-leksiki [The analysis of factors influencing on the "lifetime" of Internet vocabulary] // Nauchno-obrazovatelnoe rukovodstvo, 11. pp. 135-136.
7. Shemchuk Yu.M. (2011) Obnovleniye kulturnykh kodov v nemetskom yazyke [Renovation of the cultural codes in the German language] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo humanitarnogo universiteta im. M. A. Sholokhova. Filologicheskiye nauki. 4. pp. 89-92.
8. "Pervobytnaya sila" — eto chen'yuy? [Is "primitive power" an idiom?] URL: <https://zhidao.baidu.com/question/1369923398326385379.html> (Accessed: 20.11.2018)
9. Pochemu vyrazheniya «十动然拒», «细思恐极», «人艰不拆» ne schitayutsya chen'yuyami? [Why are the expressions "十动然拒", "细思恐极", and "人艰不拆" not considered as idioms?] URL: <http://bbs.tianya.cn/post-funinfo-6694295-1.shtml> (Accessed: 22.11.2018)

Received 10 April 2019