

Гуманитарные исследования. 2022. № 4 (84). С. 47–51.
Humanitarian Researches. 2022;4(84):47–51.
Научная статья
УДК:81'276:0047385

**Функциональная специфика
китайского и русского интернет-сленга в речевом этикете**

Лю Хуэй

Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия, aichroudeliuhuihui@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются и обобщаются основные черты и функции интернет-сленга, примеры его употребления. Применены следующие методы исследования: анализ частоты употребления интернет-сленга в современной речи, сравнение интернет-сленга в русском и китайском языках, а также лонгитюдное включенное наблюдение, лингвистический анализ примеров употребления данных выражений в социальных сетях, на форумах, перехода их в разговорную речь. Автор приходит к закономерному выводу о том, что интернет-сленг формирует киберязык и является закономерным следствием резких изменений в социальной среде, в которой существует язык (упрощение речи, употребление заимствованных слов, профессионализмов и жаргонизмов в речи). Кроме того, необходимо соблюдение экологии языка и речевого этикета при употреблении интернет-сленга.

Ключевые слова: интернет-сленг, киберязык, сленг, онлайн-общение, социальная коммуникация

Для цитирования: Лю Хуэй. Функциональная специфика китайского и русского интернет-сленга в речевом этикете // Гуманитарные исследования. 2022. № 4 (84). С. 47–51.

Original article

**Functional specifics
of Chinese and Russian internet slang in speech etiquette**

Liu Hui

Kuban State University, Krasnodar, Russia, aichroudeliuhuihui@gmail.com

Abstract. The article discusses and summarizes the main features and functions of Internet slang, examples of its use. The following research methods were used: analysis of the frequency of using Internet slang in modern speech, comparison of Internet slang in Russian and Chinese, as well as longitudinal participant observation, linguistic analysis of examples of the use of these expressions in social networks, forums, their transition into colloquial speech. The author comes to the logical conclusion that Internet slang forms cyberlanguage and is a natural consequence of dramatic changes in the social environment in which the language exists (simplification of speech, the use of borrowed words, professionalism and jargon in speech). In addition, it is necessary to observe the ecology of the language and speech etiquette when using Internet slang.

Keywords: Internet slang, cyber language, slang, online communication, social communication

For citation: Liu Hui. Functional specifics of Chinese and Russian internet slang in speech etiquette. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2022;4(84):47–51. (In Russ.).

С быстрым развитием Всемирной паутины все больше и больше людей предпочитают общаться через Интернет. В силу особой природы онлайн-мира, контекст виртуального общения сильно отличается от реального, поэтому стиль языка, используемого интернет-пользователями, роли, которые они играют, содержание их разговоров и термины, которые они используют, приобрели свои собственные характеристики. Появление и распространение интернет-сленга породило новую лингвистическую культуру, а формирование онлайн-языков является результатом резкого изменения способа общения людей в эпоху Интернета, объективной потребности в современной текстовой коммуникации в виртуальных сетях, а также соучастия трансформации общества и его популяризации и глобализации.

Интернет-сленг – это новая форма языка, используемая людьми в процессе общения в Интернете, являющаяся одной из функций сети. Хотя он существует только в Интернете, он постепенно проникает в реальную жизнь людей по мере того, как Интернет-общение становится все более распространённым, становясь устойчивыми выражениями.

Язык, как носитель культуры позволяет увидеть стоящие за ним культурные характеристики. Это производное от сочетания языка и Интернета, которое развивалось в ногу со временем, отражая образ жизни, лежащий в основе социальной системы, а также выражая ценности пользователей по отношению к основной культуре и содержа богатую культурную информацию.

Согласно социолингвистике, язык по своей природе является системой символов, сочетающих звук и значение для целей социальной коммуникации [12, с. 134], и является результатом комбинации сил в данном обществе [13, с. 12]. Появление Интернета стало одним из самых эпыхальных событий конца двадцатого века. Глобальное распространение и повседневное использование Интернета и его коммуникационных функций ускорило социальные изменения и изменило традиционный способ общения людей в человеческом обществе. В виртуальной сетевой среде часто бывает так, что употребляемые слова теряют своё буквальное значение и обретают

новое, поэтому в Интернете был создан и стал популярным своеобразный языковой вариант – интернет-сленг, а также так называемые выражения-«мемы». Это язык, который был согласован пользователями Интернета, но который также меняется каждый день в соответствии с текущими модными тенденциями, политической, социальной или экономической ситуацией, с развитием технологий и т.д. Интеграция интернет-сленга в язык людей значительно обогатила их словарный запас и повысила выразительность языка. Так он становится неотъемлемой частью языка.

Резкое изменение способа общения людей послужило мотивацией для формирования интернет-сленга. Появление данного явления – это не неизбежный результат внутренних противоречий в самой языковой системе, а скорее объективный факт, являющийся следствием резких изменений в социальной среде, в которой существует язык. Изучение социальных корней формирования интернет-сленга является необходимым условием для его рационального понимания.

1) Язык создаётся и развивается в связи с необходимостью человеческого общения. С точки зрения традиционного человеческого межличностного общения, существуют две основные формы коммуникации: устная и письменная. Эти две формы коммуникации имеют различные пространственные представления. Письменная коммуникация осуществляется в основном в книгах, письмах и т.д. и имеет диахронические характеристики; голосовая коммуникация осуществляется в устных разговорах и имеет синхронные характеристики. С развитием технологий, хотя и появилась диахроническая голосовая коммуникация (например, аудиозапись, голосовые сообщения и т.д.), она не обладает универсальностью и стилем жизни межличностного общения. Популяризация Интернета и его коммуникационных терминалов полностью разрушила традиционные временные и пространственные стереотипы межличностного общения, что привело к появлению третьей формы коммуникации, которая является одновременно популярной и универсальной: современное текстовое общение в виртуальной среде. Эта форма межличностного общения придала текстовой коммуникации синхронный характер, а синхронные голосовые сообщения приобрели текстовый характер. Резкое изменение в межличностном общении человека неизбежно требует совместимого с ним средства коммуникации, и новым языковым средством межличностного общения в виртуальных сетях стал новый языковой вариант – язык Интернета. С объективной точки зрения, эпоха Интернета, порождённая технологическим прогрессом, вызвала резкое изменение традиционного способа межличностного общения и адаптивное изменение языка общения, что является фундаментальной мотивацией для формирования киберязыка.

2) Объективная потребность в синхронном текстовом общении в виртуальных сетях является реальной мотивацией для производства языка интернета. Социолингвистические исследования выявили две противоположные тенденции в процессе языковой коммуникации: одна – унификация и стандартизация языковых форм общения, другая – специализация и индивидуализация языковых форм общения. Эти два фактора обеспечивают рамки, в которых развивается и функционирует лингвистическая вариативность [13, с. 46]. Стандартизация и нормирование форм языкового общения разрабатываются лингвистическими органами с целью обеспечения эффективности и лучшей результативности деятельности по языковому общению. Однако пользователи языка часто сосредотачиваются на простоте и удобстве фактического использования и хотят освободиться от всевозможных ограничений, что приводит к специализации и индивидуализации языковых форм общения. При межличностном общении в виртуальных сетях существенное отличие от традиционного современного общения заключается в том, что текстовые выражения заменяют устные. Для обеспечения эффективной и бесперебойной коммуникативной связи очевидно, что традиционные текстовые выражения не могут быть адаптированы к потребностям коммуникативного межличностного общения в виртуальных сетях. Появился лингвистический вариант, основанный на повышении оперативности созвучного межличностного общения – интернет-сленг.

Типы языка в Интернете

Мгновенный характер онлайн-общения означает, что пользователям Интернета приходится максимально быстро облекать свои мысли в слова и передавать их через Интернет, что порождает широкий спектр выражений. Можно выделить следующие три типа киберязыка.

1. Смайлики. В повседневном общении лицом к лицу мимика, жесты, интонация и тон голоса собеседника часто обогащают смысл слов и даже могут передавать более тонкие значения, чем сами слова. Однако при общении через Интернет собеседники не встречаются, поэтому мимика, жесты, интонация и тон голоса в общении отсутствуют. Чтобы компенсировать это, пользователи Интернета используют смайлики для выражения таких эмоций, как волнение, возбуждение, счастье, грусть, гнев и удивление. Рассмотрим некоторые наиболее популярные невербальные этикетные средства.

Самые ранние смайлики в сети – смайлы ASCII, а в них «:-D» означает «радость», «:-*» означает «поцелуй», «;-)» означает «подмигивание», «:-x» означает «молчание», «:-O» означает «удивление». Смайлики ASCII имеют две характеристики: во-первых, они состоят из знаков пунктуации, букв и других символов на клавиатуре компьютера. Во-вторых, символы имеют форму справа и слева, то есть имеют поперечную структуру. Среди них очень популярны в России такие знаки, как «) » и « (».) или :)», которые передают значения улыбки, добродушного отношения. Например: «Привет) меня зовут... Очень рад с вами познакомиться»). Знак « (» или « :(» – несет смысл грусти, сожаления. Например: «К сожалению я не могу(.». В Китае такие системы знаков уже давно не используются. Данные знаки воспринимаются китайцами как скобки, а не как символы. Однако широко используется знак «~» выполняющий аналогичную функцию знака «) ». Например: « 我来啦~ » («Приду»).

Каомодзи. После введения в Японии смайликов система ASCII была преобразована и появилась инновационная система каомодзи, включающая горизонтальные смайлы. Японцы изменили поперечную форму символов ASCII в процессе перестройки и инноваций, образуя набор символов в продольных формах. Переработанные каомодзи, имеющее пиктографическое значение в интернете, можно использовать отдельно от текста. Например: «<()>» означает

«счастье», « (# ▽ #) » означает «стеснение», « (∩_ (~ ^ ~) _ ∩) » означает «презрение», « (▽) ~ ■ □ ~ (▽) » означает «выпить до дна», « (> _ <) » означает «мучение», « (' □ ') » означает «гнев, злость». Сегодня многие участники интернет-коммуникации в Китае предпочитают использовать каомодзи, чтобы показать свою привлекательность, когда они переписываются в интернете. Но в России данная система смайлов не получила широкого распространения и в целом малоизвестна.

Эмоджи. В настоящее время эмоджи стал важным инструментом для онлайн-чатов молодых людей и существует относительно общее понимание того, что представляет собой эмоджи

как в России, так и в Китае. Например: 😍 означает «нравиться, любить»; 👍 означает «хвалить»; 😘 означает «целовать, любить»; 🍷 означает «целовать»; 🤐 означает «молчать,

никому не говорить»; 😂 означает «смеяться до слёз» и т.д. Использование смайликов повышает эффективность сетевого обмена, и через смайлы можно ясно понять, что именно собеседник хочет сказать, и уменьшить количество ситуаций недопонимания.

2. Сокращения. В Интернете люди часто используют сокращённые формы английского и своего родного языка, чтобы сэкономить время. Поскольку большинство пользователей Интернета молодые и систематически изучают английский язык, это популярный способ использования английских сокращений. Например: BF (boyfriend), BBS (bulletinboardsystem), BTW (ByTheWay), GA (GoAhead), E-ME (EmailMe); а также по-русски «го» – от английского глагола «go»; «оч» – сокращение от слова «очень», «ролф» – «шутка, смех, юмор», «лан» – сокращение от слова «ладно», «чел» – сокращение от слова «человек» и т.д. В китайском языке ввиду его особенностей, сокращения слов выражаются иероглифами. Большинство китайских жаргонных слов произошли от омофонов и лишь некоторые от английского языка или с помощью использования латиницы, например: MM (красавица), GG (брат), XX (спасибо) и т.д. Иногда пользователи Интернета также могут использовать гармоника или даже арабские цифры, например, 586 («я кланюсь»), 520 («я люблю тебя»), 1314 («вся жизнь») и т.д. Для пользователей Интернета стало очень распространённым сочетать различные материалы, смешивая китайские и английские иероглифы без ущерба для общения, например: 请 call 我 (пожалуйста, позвоните мне), 大家+U(все+U) (goforit), B2B (businesstobusiness), F2F (facetoface), me2 (me, too) и т.д.

3. Мемы. В современном интернет-общении часто используются так называемые мемы – (от английского «Internetmeme») – информация в разнообразной форме (медиаобъект, фраза (цитата), явление), как правило, иронического характера, внезапно приобретающая популярность посредством быстрого распространения в Интернете в социальных сетях, на форумах, в блогах, мессенджерах и др. Мемами могут считаться не только слова, но и изображения, видео- или звукозаписи, которые вызывают равнодушное отношение, смех, являются актуальными согласно моде, общественным явлениям и т.д., устойчиво распространяются во Всемирной паутине, приобретают черты «вирусного» явления.

В российской интернет-среде самыми популярными мемами являются: «Ждун» – означает ожидание несбыточного, «GrupruCat» – скрытое или явное недовольство, «LOL» – означает очень смешную шутку, изображение в виде плаката в стиле «Демотиватор» – бессмысленность, обречённость, фото с надписью «Как тебе такое, Илон Маск?» – означает нечто незамысловатое и сделанное из подручных средств, но функциональное и эффективное, «Fасeralm» – раздражение, стыд, уныние, «Дрейк в оранжевой куртке» – означает способ расставить приоритеты, сравнивая два варианта, «Наташа, мы всё уронили» (фото с несколькими котами, смотрящими в объектив фотокамеры сверху вниз, обращающимися к спящей хозяйке, которая находится за кадром) – означает неуспех, неудачу, потерю и т.д. В Китае почти всегда мемами являются фото с иероглифами, и их значения воспринимаются буквально. Например, мем «Fасeralm» в Китае означает безысходность.

Интернет не имеет границ, и любой человек, любой язык, любая культура могут свободно общаться здесь, нарушая границы времени и пространства. Интернет-сленг – это продукт их общения. Как только он появился, он привлёк внимание людей своим уникальным внешним видом. Благодаря свободе интернет-среды, воображение и индивидуальность создателей интернет-языков достигают максимума. В результате язык Интернета имеет свои отличительные особенности.

1. Простота. Интернет-коммуникация – это вид мгновенной коммуникационной деятельности, коммуникаторы должны получать и передавать информацию друг другу вовремя, чтобы обеспечить бесперебойный поток коммуникации, поэтому скорость является необходимым условием, простота сетевого языка позволяет достичь этого условия. Простота требует не только краткости самого языка, но и лёгкости ввода и быстроты передачи информации адресату. Именно поэтому язык Интернета настолько экономичен в использовании слов, а также в скорости ввода, например, буквенных слов, числовых сочетаний и смайликов: 886 (пока), F2F (facetoface), СПС (спасибо) и т.д.

2. Новизна. Современное общество поощряет освобождение индивидуальности и стремление к свободе и инновациям. Люди стремятся ко всему новому и творческому, стремятся быть непохожими на других и продвигать свою индивидуальность, что придаёт интернет-сленгу ярко выраженную новизну. Отчасти это переосмысление существующих слов, а отчасти – создание новых. Например, в данной ситуации «楼上» (наверху) и «楼下» (внизу) по смыслу относятся к предыдущему или следующему посту, а не к району; «水» (вода) по смыслу относится к несерьёзному отношению к делу, а не к настоящей воде, и так далее. Интернет предоставляет широкое пространство для свободного выражения воли, мнений и идей, что заставляет людей

использовать язык гибко и по-новому, это также является естественным выражением стремления пользователей Интернета к новизне и переменам.

3. Развлечение. Темп жизни ускоряется, и люди находятся под большим давлением. Многие люди стремятся создать в мире Интернета атмосферу юмористического и весёлого общения, которая может сделать людей расслабленными, способными свободно говорить и получить небольшую передышку. Например, «恐龙» (динозавр) иронично обозначает уродливую женщину, а «青蛙» (лягушка) – уродливого мужчину, и эти кокетливые выражения приносят бесконечное веселье в жизнь людей.

4. Образность. Для того чтобы создать больше возможностей для общения «лицом к лицу», пользователи Интернета в полной мере используют смайлики для создания множества ярких образов выражений, имитирующих реальное общение. Такие смайлики не только привлекательны и удобны для ввода, но и добавляют большой интерес и реалистичность в жизнь виртуальной сети.

Таким образом, язык – это специфическое социальное явление, которое развивается по мере развития общества. Онлайн-общение не стоит на месте, в популярных СМИ оно меняется ещё быстрее: появляются новые слова, а старые исчезают по мере того, как меняется мода. Для того чтобы студенты могли лучше применять изучаемый язык, необходимо изучать интернет-сленг как неотъемлемую часть современного языка, однако не следует забывать и об экологии языка и речевом этикете.

Список источников

1. Баранова А. Р., Ахсанова Л. Н., Моисеева А. А. Интернет-сленг // Евразийский Союз Ученых. 2016. № 4–4 (25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-slang-1> (дата обращения: 13.09.2022).
2. Голованова Д. С., Якименкова И. Н. Влияние интернет-сленга на речевую культуру современной молодёжи // Юный учёный. 2019. № 3 (23). С. 1–3. URL: <https://moluch.ru/young/archive/23/1409/> (дата обращения: 11.09.2022).
3. Лимарова Е. В., Сон Л. П. Интернет-сленг: словообразовательные процессы (на материале английского и русского языков) // Вестник ЧелГУ. 2018. № 4 (414). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-slang-slovoobrazovatelnye-protsessy-na-materiale-angliyskogo-i-russkogo-yazykov> (дата обращения: 03.09.2022).
4. Лобастова И. С. Влияние интернет-сленга на речевую культуру подростков // Инновационная наука. 2020. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-internet-slenga-na-rechevuyu-kulturu-podrostkov> (дата обращения: 13.09.2022).
5. Ян Е. А. Интернет-сленг в современном китайском языке: социолингвистический аспект перевода // Молодой учёный. 2019. № 4 (242). С. 451–454. URL: <https://moluch.ru/archive/242/55948/> (дата обращения: 13.09.2022).
6. Эпштейн М. Слово-2018. Подведены вербальные итоги года // Сноб (дата обращения: 10.09.2022).
7. Феминитивы, политизация, заимствования и сетевой сленг: лингвисты – о том, что происходит с русским языком // Esquire.ru (дата обращения: 12.09.2022).
8. «Язык угадывает то, что нам нужно»: лингвист Максим Кронгауз – о жаргонах, феминитивах и раздражающих словах // RUSSIAN.RT.COM (дата обращения: 06.09.2022).
9. Яндекс: подбор слов / статистика запросов // Яндекс. URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 14.09.2022).
10. Интернет-сленг. URL: <http://www.wikireality.ru/wiki/Интернет-сленг> (дата обращения: 12.09.2022).
11. Google Trends: Узнайте, что ищут пользователи со всего света // Google.com (дата обращения: 02.09.2022).
12. 郭熙. 中国社会语言学 (增订本) [M]. 浙江大学出版社, 2004.6, 134.
13. Ronald Wardwar. 社会语言学引论 [M]. 复旦大学出版社, 2009. 12, 46, 29, 61.

References

1. Baranova A. R., Akhsanova L. N., Moiseeva A. A. Internet-slang. Eurasian Union of Students. 2016;4–4(25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-slang-1> (date of access: 13.09.2022).
2. Golovanova D. S., Yakimenkova I. N. Influence of Internet slang on the speech culture of modern youth. Young scientist. 2019;3(23):1–3. URL: <https://moluch.ru/young/archive/23/1409/> (date of access: 09.09.2022).
3. Limarova E. V., Son L. P. Internet slang: word-formation processes (on the material of English and Russian languages). Vestnik ChelGU. 2018;4(414). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-slang-slovoobrazovatelnye-protsessy-na-materiale-angliyskogo-i-russkogo-yazykov> (date of access: 03.09.2022).
4. Lobastova I. S. The influence of Internet slang on the speech culture of adolescents. Innovative science. 2020;(8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-internet-slenga-na-rechevuyu-kulturu-podrostkov> (date of access: 09/13/2022).
5. Yang E. A. Internet slang in modern Chinese: a sociolinguistic aspect of translation. Young scientist. 2019;4(242):451–454. URL: <https://moluch.ru/archive/242/55948/> (date of access: 09/13/2022).
6. Epstein M. Word-2018. Verbal results of the year summed up. Snob (date of access: 09/10/2022).
7. Feminitives, politicization, borrowings and network slang: linguists about what is happening with the Russian language. Esquire.ru (date of access: 12.09.2022).

8. "The language guesses what we need": linguist Maxim Krongauz – about jargons, feminitives and annoying words. RUSSIAN.RT.COM (date of access: 09.06.2022).
9. Yandex: word selection. Query statistics. Yandex. URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (date of access: 09/14/2022).
10. Internet slang. URL:[http://www.wikireality.ru/wiki/Internet slang](http://www.wikireality.ru/wiki/Internet_slang) (date of access: 09/12/2022).
11. Google Trends: Find out what users around the world are looking for. Google.com (date of access: 09.02.2022).
12. 郭熙. 中国社会语言学 (增订本) [M]. 浙江大学出版社, 2004.6, 134.
13. Ronald Wardwar. Introduction to Sociolinguistics [M]. Fudan University Press, 2009;(12):46.

Информация об авторе

Лю Хуэй – аспирант.

Information about the author

Liu Hui – postgraduate student.

Статья поступила в редакцию 20.09.2022; одобрена после рецензирования 22.10.2022; принята к публикации 25.10.2022.

The article was submitted 20.09.2022; approved after reviewing 22.10.2022; accepted for publication 25.10.2022.