

*Білянina В. І.,**кандидат філологічних наук,**старший викладач кафедри східних мов**Навчально-наукового центру мовної підготовки**Національної академії Служби безпеки України*

ВПЛИВ КИТАЙСЬКОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-КОРИСТУВАЧІВ НА ФОРМУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-СОЦІОЛЕКТУ: ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Анотація. Стрімкий розвиток інтернет-комунікації, активне перенесення характеру взаємодії з живого спілкування в онлайн-площину з одночасним творенням нового мовного прошарку сприяли зацікавленості цією тематикою. Робота присвячена висвітленню психолінгвістичних особливостей формування найбільш вживаного лексично-го складу китайськомовного інтернет-соціолекту.

Метою дослідження є відстеження основних шляхів походження нових лексичних одиниць інтернет-соціолекту у Китаї, виокремлення домінуючих моделей їх творення та обґрунтування специфіки з позиції психолінгвістики.

Основними методами дослідження є пасивне спостереження для виокремлення часто вживаних лексичних одиниць інтернет-соціолекту; аналіз, синтез, порівняння для виокремлення структурно-тематичних груп слів з подальшим визначенням домінуючих; зіставний метод для порівняння активно вживаних лексичних одиниць; компонентний аналіз для виокремлення лінгвістичних особливостей лексичних одиниць; конверсаційний дискурс-аналіз для дослідження структур повсякденного спілкування; кількісний контент-аналіз для квантативної обробки текстової інформації.

Результатом дослідження стало виділення трьох джерел поповнення лексичного складу інтернет-соціолекту (породжені інфлуенсерами, уподібнення та запозичення), в межах яких виокремлено провідні моделі творення нових лексичних одиниць (прості речення з алюзіями до китайської класики або фразеологізмів; семантичні уподібнення; англіцизми зі зміненним змістом).

Здобутками наукової роботи є визначення прагнення референтної аудиторії наслідувати моделі поведінки причиною популяризації висловлювань інфлуенсерів; визначення специфіки ієрогліфічного письма передумовою домінування семантичного уподібнення іншим формам; визначення соціокультурного контексту та особливості віртуальної комунікації підґрунтям зміни значень запозичених лексичних одиниць у разі їх омонімічної наближеності до вже наявних у китайській мові.

Ключові слова: інтернет-соціолект, запозичення, уподібнення, омонімія, фразеологія, психолінгвістика.

Постановка проблеми. Провідною тенденцією розвитку суспільної комунікації останніх років є її перехід на новий рівень. Динамічне освоєння інтернет-простору, комп'ютеризація більшості сфер життя людини разом із широкою доступністю та простотою створюють можливість існування у багатовимірній мультитекстній реальності. Переміщення спілкування у віртуальну площину дає чималі можливості

для розвитку персональних контактів, створення спілок тощо, тобто реалізовує базову потребу людини у комунікації та самоідентифікації.

Людина починає існування у гіпертексті Інтернету, де паралельно співіснують та накладаються один на одного тексти засобів масової інформації, соціальних мереж та інфлуенсерів, які систематично здійснюють різноманітний вплив на користувача мережі Інтернет. Така інтертекстуальність, яку Л. Компанцева характеризує як «розмивання межі тексту, через що він позбавляється закінченості та закритості, стає внутрішньо неоднорідним та множинним» [8, с. 167], створює нові умови для становлення особистості активного користувача мережі й має безпосередній вплив на психолінгвістичні засади творення інтернет-соціолекту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням цього питання займалися Н. Акімова та К. Олександренко [1], розкриваючи характер впливу досвіду користування мережею Інтернет на розуміння його текстів; І. Лисичкіна, аналізуючи масмедійний наратив [10]; К. Вуколова [4], вивчаючи вплив соціального контексту на формування мови та мовної поведінки особистості. Серед китайських лінгвістів питанням інтернет-соціолекту займалися Луо Сін (罗辛) [14], висвітлюючи причини популярності сучасних китайських інфлуенсерів; Сун Бай (孙柏) [16], характеризуючи провідні тенденції розвитку інтернет-соціолекту; Сяо Хань (小韩) [17], прогножуючи вплив мови інтернет-спілкування на сучасну китайську мову. Вивченню мови підлітків та особливостей їх спілкування, зокрема спілкування у мережі Інтернет, присвячені роботи Н. Токаревої [12], О. Лозової та О. Литвиненко [11].

Проте самі механізми та шляхи поповнення інтернет-соціолекту у китайському інтернет-просторі з подальшим аналізом соціокультурних та вікових передумов референтної групи досліджені не були.

Метою статті є дослідження причинно-наслідкового зв'язку між активно вживаними одиницями інтернет-соціолекту та психолінгвістичними особливостями активної аудиторії/користувачів мережі Інтернет.

Виклад основного матеріалу. Прагнення людини відчувати себе захищеною проявляється у її спробах стати частиною інтернет-спільноти, оскільки «людина – істота соціальна, яка розкриває свої сутнісні риси саме в колективі, у процесі спілкування. За допомогою цілеспрямованої діяльності (праця), комунікації (мова), системи оцінки (критика) і самооцінки (самокритика) людина стає «суспільною твариною»» [5]. Одним із

засобів, що допомагають їй відчувати себе частиною цілого, виступає інтернет-соціолект, або сленг окремих інтернет-спільнот. Така позиція корелює з уявленням дослідників про умови реалізації соціальної складової частини структури людської особистості [5].

Говорячи про активного користувача мережі Інтернет, маємо зауважити, що йдеться здебільшого про осіб підліткового та молодшого середнього віку, керованих потребою у самореалізації. Перебуваючи в активній фазі свого психофізіологічного становлення та дорослішання, вони користуються власним соціолектом, у межах якого «знаходять відображення норми та цінності, котрі домінують у молодіжному середовищі та є орієнтирами для вербальної і невербальної поведінки» [12, с. 326].

Це період активного формування особистості, і важливо підкреслити значення впливу середовища (соціального та політичного) на цей процес. О. Данильян та В. Тараненко вважають, що тип політичної системи суспільства, у якому формується особистість, є надзвичайно важливим. «Відомо, що відкрите, демократичне суспільство, у якому відносини між особистістю і суспільством відбуваються на засадах соціального партнерства і взаємоповаги, більш придатне для розвитку особистості і розкриття всіх її здібностей, ніж закрите, тоталітарне (авторитарне), у якому відносини в системі «особистість – суспільство» деформовані» [5]. Це підводить нас до розкриття предмета нашого дослідження, а саме інтернет-соціолекту як особливої форми комунікації, яка допомагає людині стати приналежною до інтернет-спільноти.

Під час роботи над дослідженням використано низку загальнонаукових методів (аналіз, синтез, порівняння, спостереження). В результаті пасивного спостереження було виокремлено низку часто вживаних лексичних одиниць інтернет-соціолекту; здійснення процесів аналізу, синтезу та порівняння дало можливість виокремити структурно-тематичні групи слів, які зробили прозорішим механізми поповнення лексичного складу інтернет-соціолекту та дали можливість визначити ті з них, які є домінуючими.

Під час дослідження лексичних одиниць, що активно використовуються у сучасному китайському інтернет-соціолекті, як результат мовленнєвої діяльності його носіїв серед лінгвістичних методів було вибрано зіставний.

Задля виокремлення лінгвістичних особливостей лексичних одиниць кожної зі структурно-тематичних груп, виділяючи у кожній з них складові компоненти, ми застосували метод компонентного аналізу структурної лінгвістики.

Серед психолінгвістичних методів було вибрано конwersaційний дискурс-аналіз (дослідження структур повсякденного мовленнєвого спілкування з подальшими їх інтерпретаціями та декодуванням); проаналізовано механізми породження та сприйняття мовлення, серед яких виокремлені дискретність та випереджальний характер сприйняття як такі, що притаманні активним учасникам інтернет-комунікації; кількісний контент-аналіз (квантативна обробка текстової інформації з її подальшою інтерпретацією, а також дослідження частотності вживання виокремлених лексичних одиниць).

Вибрані предмет та об'єкт дослідження ставлять перед нами потребу вирішення ключового завдання, яким є відстеження механізму творення нових лексичних одиниць китайського інтернет-соціолекту та встановлення його зв'язку

із соціокультурними та психофізіологічними властивостями його користувачів.

Розглядаючи поняття «інтернет-соціолект», дотримуємось поглядів С. Боголюбова на визначення соціолекту як сукупності мовних особливостей, властивих будь-якій соціальній групі, для позначення різноманітних і несхожих мовних утворень, що володіють загальною об'єднуючою їх ознакою та обслуговують комунікативні потреби соціально обмежених груп людей [3], накладаючи його (визначення) на спілкування у мережі Інтернет.

Це дослідження є продовженням та поглибленням аналізу інтернет-соціолекту, результати якого були опубліковані у 2018 р. у статті «Структурні особливості неологізмів інтернет-соціолекту у китайській мові» [2]. Нині фактичним матеріалом послуговували лексичні одиниці з інтернет-чатів та соціальних мереж, користувачами яких виступали носії китайської мови підліткового та молодшого середнього віку, «Глосарій інтернет-сленгу» [13], а також офіційний перелік інтернет-сленгу 马网报 [15].

Аналіз фактичного матеріалу, яким послуговували лексичні одиниці інтернет-соціолекту із 2005 по 2019 рр., демонструє домінування серед інтернет-соціолекту слів та фраз, які отримали свою популярність та високу ступінь ужитку завдяки їх породженню та подальшому активному використанню інфлюенсерами (网红).

Висловлювання такого типу репрезентують мовний концепт світу інтернет-користувачів, детермінований соціокультурними реаліями китайського суспільства, з притаманною йому особливою формою колективізації та згуртованості. За визначенням О. Зебелевої, тоталітарному суспільству притаманне усвідомлення власної єдності тільки навколо образу лідера [7]. Говорячи про інтернет-спільноту, зазначаємо, що таким лідером стає інфлюенсер.

Домінування такого типу лексичних одиниць можна пояснити особливою дискретністю сприйняття інформації у підлітковому та юнацькому віці, коли вектор значущості та істинності зміщується на відомих та популярних осіб.

Варто відзначити психофізіологічні особливості цієї референтної вікової групи. Саме на підлітковий період та час юнацтва припадає потреба наслідування нових моделей поведінки [6]. Саме тоді поведінкові зразки з близького оточення не вважаються авторитетними, як наслідок, відбувається слідування за кумирами та їх наслідування, які визнаються авторитетними як для підлітка, так і для кола його найближчого оточення.

Компонентний аналіз виокремлених структурно-тематичних груп дав можливість виділити у межах кожної групи частотну шкалу, яка демонструє домінуючі шляхи творення лексичних одиниць у межах кожної групи.

Найбільш часто зустрічається утворення загальноповживаних зворотів із простих речень (31%), словосполучень, побудованих за зразком традиційних китайських фразеологізмів (成语 / 歇后语) або коротких фраз/реплік із класичної китайської літератури, яким надається новий зміст (24%), не менш вагомим є прошарок слів та висловлювань, утворених за принципом омонімії (21%).

Приклад:

我酸了 – дослівно: Мені кисло. Вживається у значенні «мені сумно», «я страждаю», «я заздрю» почасти з елементом самоприниження на користь опонента [15].

我也是醉了 – *дослівно: Я теж п'яний*. Вислів, що потрапив до інтернет-соціолекту з роману гонконгського письменника Цзінь Юна «Безтурботний мандрівник» («笑傲江湖»), нині вживається тоді, коли немає сенсу переконувати співрозмовника [15].

友谊的小船, 说翻就翻 – *дослівно: Човен дружби легко перекинути* [15]. Побудований за принципом китайського фразеологізму (歇后语), де друга частина уточнює та доповнює зміст першої, проте у щоденному вжитку може бути використана лише перша частина (оскільки її зміст відомий широкому загалу і не потребує додаткового роз'яснення).

雨女无瓜 (yǔ nǚ wú guā) – *дослівно: дощ, жінка, не диня*. Вислів походить із серіалу «巴啦啦小魔仙». Герой, якому він належить, говорив із акцентом, тому викривив фразу «与你无关» (yǔ nǚ wú guān), яка буквально означає «не має до тебе ніякого відношення» [15].

蓝瘦, 香菇 (lán shòu xiāng gū) – *дослівно: синій худий гриб*. Вислів належить інтернет-користувачу, який, висловлюючи свої почуття, мав сильний акцент, що змінив істинний зміст його висловлювання: 难受, 想哭 (nán shòu, xiǎng kū). Нині вислів «синій худий гриб» використовують у значенні «так боляче, що плакати хочеться» [15].

Високий ступінь використання омонімічних лексичних одиниць та побудова нових за принципом традиційних китайських фразеологізмів, особливо 歇后语, пояснюються соціокультурним та психофізіологічним випереджальним характером сприйняття, коли широковідомий певному загалу контекст дає можливість прогнозувати подальший напрямок думки або використання відповідної лексичної одиниці.

Друге місце посідають лексичні одиниці, які можна назвати уподібненнями до іншомовної лексики. Серед них провідне місце посідають лексичні одиниці з домінантою семантичного уподібнення до мови-оригіналу (67%), лише 20% припадають на фонетичні уподібнення (частіше це вигуки), решту 13% складають лексичні одиниці, у будові яких простежується збіг фонетичного та семантичного уподібнення до мови оригіналу.

Приклад:

顶着锅盖 – *дослівно: Прикриватись кришкою від каструлі*. Вживається у значенні «flamesuit on», «putting on flamesuit» [15].

三克油 – *дослівно: Три грами олії (sān kè yóu)* [15]. Вживається у значенні «thank you», до якого він виступає омонімом.

萌萌哒 – *дослівно: милий (méng méng dá), де «萌» означає «милий», «哒» виступає фонетичним уподібненням*. Використовується під час опису високого ступеня приємного враження, милування чимось гарним. Має значення «милота» [15].

Домінанта семантичного способу словотвору серед китайськомовних користувачів інтернет-соціолекту корелює з результатами дослідження Н. Токаревої, яка визначила семантичний спосіб смислотворення найбільш репрезентативним для підліткової аудиторії [12, с. 331].

Варто відзначити, що серед семантичних уподібнень можна виділити такі два класи лексичних одиниць, об'єднаних спільними ознаками: лексичні одиниці, утворені за комюлятивним принципом, або субстантивні словосполучення, що мають партативне значення (5%); та лексичні одиниці копулятивного, або доповнюючого, типу з тваринною домінантою (15%).

Приклад:

脑残 – *дослівно: інвалід мозку*. Використовується задля образи співрозмовника у значенні «хворий на голову» [15].

辣眼睛 – *дослівно: гострі очі*. Використовується, коли людина стає свідком того, що не прагнула побачити [15].

色狼 – *дослівно: кольоровий/хтвий вовк*. Використовується по відношенню до людей із нездоровим потягом до сексуальності у сенсі «сексуальний маніяк» [15].

皮皮虾, 我们走! – *дослівно: поїхали, криветко!* Використовується для підтримання опонента [15].

Особливе ставлення до свого тіла чи його окремих елементів бере свій початок із китайської традиційної філософії. Соматичні лексичні одиниці мають прямий зв'язок із наївною картиною світу мовців [9, с. 51–56]. Для китайського населення соматичні лексичні одиниці є не лише традиційним способом пізнання світу, але й глибинним усвідомленням самого себе як частини Всесвіту.

Буддійська філософія дає початок зооморфізмам у китайському словотворі. Зв'язок людини та природи проходить «червоною ниткою» всією історією розвитку китайської мови та літератури. Персоніфіковані тварини уособлюють героїв чи, навпаки, негативних персонажів, переходячи у повсякденний вжиток як власні назви, наприклад 孙悟空 (Сунь Укун) – король мавп – позитивний персонаж; 猪八戒 (Чжу Пацзе) – свиня-монах – негативний персонаж. Кожна тварина у контексті китайської загальної національно-мовної картини світу має свої змістові конотації, що робить зрозумілим їх використання під час творення нових лексичних одиниць.

Третю групу лексичних одиниць, які активно використовуються в інтернет-соціолекті, формують іншомовні запозичення (24%). Найпоширенішими серед них є англіцизми зі зміненим значенням (72%) (повноцінні слова або латинкові аббревіатури). За такої ситуації слово пишеться або вимовляється англійською, проте первинний зміст повністю заміщується тим, яким його наділяють користувачі мережі Інтернет; 17% лексичних одиниць формують словосполучення, побудовані за китайською граматикую та відповідно до синтаксису китайської мови, проте певні лексичні одиниці записані англійською (іноді словами з інших мов); чималий прошарок лексичного словника інтернет-соціолекту складають різні сполучення цифр (11%). Такі числа через омонімію виступають словами, словосполученнями, а іноді й реченнями. Їх ємкість та швидкість у написанні робить числові записи активною складовою частиною інтернет-комунікації.

Приклад:

Low є омонімом до китайського 陋 (lòu). Використовується у значенні «вульгарний», «низький рівень». Використовується на позначення низького рівня людини, чи розмови [15].

NB є омонімом до китайського 牛屌 (niú bǐ) – сленговий варіант «надзвичайно», «неперевершено». Використовується на позначення здивування від високої якості роботи [15].

打call – *дослівно: бити, дзвонити*. У цьому випадку «call» є запозиченням з японської мови, де означало вигуки на підтримку свого кумиру. Сьогодні словосполучення «打call» використовується інтернет-користувачами для висловлення підтримки чи схвалення опонента [15].

走你-style – *дослівно: «іди ти»-стиль*. Вислів виник на хвилі популярності пісні гонконгського виконавця «Gangnam-Style» і вживається для позначення будь-якої дії, яка притаманна певній особі [15].

88 (bā bā) є омонімом до «叭叭 (bā bā)». Вживається у значенні «бувай» [15].

520 (*wǔ èr líng*) є омонімом до “我爱你 (*wǒ ài nǐ*)”. Вживається у значенні «я тебе кохаю» [15].

Специфікою китайської мови як тонованої мови ізольованого типу є схильність до візуалізації та смислового наповнення слів. Мається на увазі, що слово (його складові компоненти) повинно мати «прозорий» план значення, який закодований у написанні ієрогліфа. Саме тому семантичні запозичення можуть вважатися провідним способом словотвору серед усіх форм запозичень [2]. Лише лексичні одиниці, які пройшли часову адаптацію і були трансформовані у семантичні запозичення, залишаються у лексиці китайської мови на постійних засадах. Тим самим можемо пояснити наділення новим змістом англіцизмів та аббревіатур. Так, у межах одного слова англіцизм може отримати нове значення, якщо він є омонімічним до вже наявної лексичної одиниці китайської мови. Щодо аббревіатур та скорочень, то вони здебільшого творяться від латинського написання фонетичної транскрипції.

Загалом будь-які лексичні одиниці, які виникають унаслідок омонімії, користуються високим ступенем популярності. Їх використання дає можливість збільшити швидкість листування і наближає його до живого спілкування; створити унікальний мовний код, зрозумілий лише обмеженій групі людей; оминати політичні заборони на використання певних лексичних одиниць.

Висновки. Опрацьований матеріал дає можливість виділити три провідні шляхи надходження загальноживаних лексичних одиниць китайськомовного інтернет-соціолекту, такі як висловлювання (слова, словосполучення, речення) інфлуенсерів та інших відомих осіб сучасної китайської поп-індустрії; семантичні уподібнення іншомовним лексичним одиницям (переважно з англійської мови); іншомовні запозичення (переважно з англійської мови) зі змінним змістом.

Серед причин такої ситуації можемо виокремити такі.

1) Висока соціально-комунікативна активність, постійна медійність інфлуенсерів та відомих публічних постатей сучасної китайської поп-індустрії, обумовлена їх глибинним розумінням потреб референтних груп, спричиняє їх сприйняття останніми як «джерела абсолютної істинності». Таким чином, навіть фонетично некоректне висловлення або використання елементів іншої мови отримує схвалення та стрімке наслідування.

2) Саме семантичні уподібнення є найбільш репрезентативними для аудиторії цієї вікової категорії.

3) Англійська є однією з найпоширеніших мов для запозичення китайськомовною аудиторією. За умови омонімічності нової запозиченої лексичної одиниці до вже наявної у китайській мові такі англіцизми набувають абсолютно нового значення.

Таким чином, простежується тенденція до оформлення специфічного мовного коду, сповненого неоднозначних лексичних одиниць та прихованих змістів. Його успішне декодування видається можливим обмеженому колу/соціальному прошарку людей (молоді, що активно слідкує за поп-культурою та стрімами). Їх провідне прагнення до творення нових соціальних контактів, спроби проявити себе у нових соціальних ролях (що не є можливим у реальному житті, де китайські підлітки та молоді люди весь свій час приділяють навчанню) дає поштовх до створення віртуального комунікативного простору, безпека та автономність якого максимально захищаються.

Література:

1. Акімова Н., Олександренко К. Вплив досвіду користування Інтернетом на особливості розуміння текстів Інтернету.

1. *Psycholinguistics. Психолінгвістика. Психолінгвістика.* 2019. № 26 (1). С. 11–37.
2. Біляніна В. Структурні особливості неологізмів інтернет-соціолекту у китайській мові. *Львівський філологічний часопис.* 2018. № 3. С. 31–35. URL: http://philologyjournal.lviv.ua/archives/3_2018/7.pdf.
3. Боголюбов С. Соціолінгвістика. 2017. URL: <https://stud.com.ua/76134/sotsiologiya/sotsiolingvistika>.
4. Вуколова К. Вплив соціальних категорій на характер мовлення та мовну поведінку осіб. *Вісник Дніпровського університету імені Альфреда Нобеля. Філологічні науки.* 2016. № 2 (12). С. 205–211. URL: <http://phil.duan.edu.ua/images/PDF/2016/2/30.pdf>.
5. Данильян О., Тараненко В. Основи філософії. Харків : Право, 2003. 352 с.
6. Гірняк А. Соціально-психологічні детермінанти делінквентності підлітків / П. Ясній (голова). Актуальні задачі сучасних технологій : матеріали V Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів (м. Тернопіль, 17–18 листопада 2016 р.). Тернопіль : ТНТУ, 2016. С. 318–319. URL: <https://m.tntu.edu.ua/storage/news/00002831/zbirnyk-tom2.pdf>.
7. Зебелева А. Мифологический фактор в политико-экономическом проекте. *Вестник Финансового университета.* 2015. № 4 (20). С. 71–75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mifologicheskij-faktor-v-politiko-ekonomicheskom-proekte-innovatsionnoy-modernizatsii-kitaya>.
8. Компанцева Л. Гипертекст и виртуальный дискурс. *Ученые записки Таврического национального университета им. А.В. Вернадского. Филология.* 2007. № 1. С. 165–169. URL: http://sn-philol.cfuv.ru/wp-content/uploads/2016/12/kompantseva_24.pdf.
9. Крейдлин Г. Тело и телесность в русском языке и русской культуре. *Человек и язык в коммуникативном пространстве.* 2013. № 4. С. 51–56. URL: <http://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/20810>.
10. Лисичкина І. Мас-медійні особливості побудови ефективного нарративу як інструмента стратегічних комунікацій. *Psycholinguistics. Психолінгвістика. Психолінгвістика.* 2019. № 26 (2). С. 224–243. DOI: 10.31470/2309-1797-2019-26-2-224-242.
11. Лозова О., Литвиненко О. Наративні індикатори дисфункційних когнітивних схем підлітків. *Psycholinguistics. Психолінгвістика. Психолінгвістика.* 2019. № 26 (1). С. 228–246. DOI: 10.31470/2309-1797-2019-26-1-228-245.
12. Токарева Н. Моделирование асоциативно-семантического контента у логико-смысловому вимірі мовлення підлітків. *Psycholinguistics. Психолінгвістика. Психолінгвістика.* 2019. № 26 (1). С. 324–342. DOI: 10.31470/2309-1797-2019-26-1-324-341.
13. Chinese Internet Slang Glossary. URL: <https://www.chinasmack.com/glossary>.
14. 罗辛. 微时代的口语传播: 第二届海峡两岸口语传播学术研讨会文集. 北京: 中国传媒大学出版社. 2017. 240页.
15. 马网报. *Glossary.* URL: <https://magazeta.com/glossary> [in Chinese].
16. 孙柏. 论网络语言的特点与发展趋势. 百度文库. 2009. URL: <https://wenku.baidu.com/view/d2ac754d2b160b4e767fcff1.html>.
17. 小韩. 网络语言的特点、影响以及对策. 学术堂. 2015. URL: <http://www.lunwenstudy.com/shuyuan/83739.html>.

Bilianina V. The influence of Chinese Internet-users on the formation of the Internet-sociolect: psycholinguistic aspect

Summary. The development of Internet communication, active transfer of the live communication to the online form, with the creation of a new language, increased interest to the topic. The work is devoted to the illumination of the psycholinguistic peculiarities of the most commonly used Chinese-speaking Internet sociolect vocabulary.

The aim of the study is to trace the main ways of new lexical units' origin in the Chinese Internet sociolect, to distinguish

the dominant models of their creation and to substantiate their specificity from the standpoint of psycholinguistics.

The main methods used: Passive observation method – for the separation of commonly used lexical units of the Internet sociolect. Methods of analysis, synthesis and comparison for the isolation of structural-semantic groups of words, with their subsequent definition. Comparative method for comparison of the lexical units actively used in modern Chinese Internet societies. Conversational discourse analysis for the investigation of the everyday speech communication' structures, with their subsequent interpretation and decoding.

The result of the study was the selection of three sources of the Internet sociolect lexical compositions' replenishment (generated by influencers, lexical assimilations and loan words),

within which leading models of the creation of new lexical units were distinguished (simple sentences with allusions to the Chinese classics or proverbs; semantic assimilation; Anglicism).

The achievements of the research: determination of the reference audience's desire to follow popular behaviors as a reason for the influencers' statements' popularization. The specificity of the Chinese hieroglyphic as a prerequisite for the dominance of semantic assimilation. The sociocultural context and peculiarity of virtual communication as the base for changing the loan words' meaning, in case of their homonymy to the already existing words in the Chinese language.

Key words: Internet sociolect, loan word, assimilation, homonymy, phraseology, psycholinguistics.