

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ ІНТЕРНЕТ-СОЦІОЛЕКТУ У КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Білянна В. І.

Національна академія Служби безпеки України

У статті досліджено сучасні тенденції оновлення лексичного складу китайського Інтернет-соціолекту. Особливу увагу приділено визначенню характерних структурних особливостей Інтернет неологізмів у китайській мові.

Ключові слова: Інтернет-соціолект, неологізм, аббревіація, омонімія, цифрові записи.

Білянна В. И. Структурные особенности неологизмов. Интернет-социолекта в китайском языке. В статье рассмотрены современные тенденции обновления лексического состава китайского Интернет-социолекта. Особенное внимание уделяется определению характерных структурных особенностей Интернет неологизмов в китайском языке.

Ключевые слова: Интернет-социолект, неологизм, аббревиация, омонимия, цифровые записи.

Bilianina V. I. Structural peculiarities of the Chinese Internet –Sociolect neologisms. With the availability of the Internet and easiness of on-line communication, the increasing amount of netizens and their extrem cross-cultural communication makes favorable conditions for occurrence of Internet neologisms. Internet neologisms are new semantic formations created under network environment, whose emergence is the results of the continuous development of language and active communicative processes. Internet neologisms are embodiments of social and cultural connotations that reflect popular trends and are understandable for all netizens. Chinese netizens place the first place among the World Internet users. That caused the necessity of studying of the Chinese Internet neologisms. Chinese language as one of the isolative languages' representative can be characterized by its morphemic significance of syllable classifications, hieroglyphic writing system etc. Phonetic abilities of the Chinese language create a new field for neologism. The article highlights current trends of Chinese Internet neologisms' enrichment and analyzes existing approaches to distinguishing of the leading ways of Chinese Internet neologisms' formation. The author offers an advanced word-component analysis of Chinese Internet neologisms and defines their dominant mechanisms, by emphasizing abbreviation, homonymy and catch phrases as the most used word derivation mechanisms. The article suggests analysis of the conditions and reasons for the proposed methods of word formation with the definition of the specific features of Chinese Internet neologisms, stressing out intentional (hid the real meaning) and not intentional (misprint) reasons. The article figures out the most common features of Chinese Internet neologisms with their explanation and definition with reference to national and cultural peculiarities of Chinese language.

Key words: Internet-Sociolect, neologism, abbreviation, homonymy, digital recordings.

Постановка проблеми в загальному вигляді та обґрунтування її актуальності. У контексті сучасної глобалізації та активних міжкультурних контактів спостерігається тенденція до оновлення лексичного складу мови шляхом утворення неологізмів та активних іншомовних запозичень.

Загальна комп'ютеризація та мобільність сприяли широкому розвитку Інтернет комунікації. Доступність та швидкість Всесвітньої мережі робить можливим спілкування між людьми різного соціального рівня та статусу, як у межах однієї країни, так і з закордону. Таким чином, спілкування у мережі створює мультинаціональний комунікативний простір, що виводить міжкультурну комунікацію на новий рівень, об'єднуючи людей не за національною або мовною специфікою, а відповідно до їх інтересів, поглядів та вподобань.

З появою 1994 року Всесвітньої мережі Інтернет у Китаї, значного розвитку набувають дослідження цієї галузі спілкування на всіх рівнях. Це обумовлено постійним збільшенням кількості користувачів. Так, за даними Прес-канцелярії Генеральної ради КНР, щодня користувачі мільйона форумів, 220 млн. блогів та ін. інформаційних джерел залишають понад 3 млн. записів, понад 66% китайських користувачів Інтернету викладають у мережу свої коментарі, жаліються або висловлюються з приводу різних тем [9, 20].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Спілкування у соціальних мережах, чатах, форумах тощо створює нову ланку розвитку китайської мови з її своєрідними особливостями та правилами. Така тенденція розвитку сучасної китайської мови зумовлює актуальність дослідження її лексичного складу та шляхів його поповнення. Саме тому, все більше робіт сучасних китайських лінгвістів (Лі Же [2], Чен Юань [17], Chun ye Zhang [15], Fei Wu [15], Wen ying Zhang [15], Ying nian Tao [16] та ін.) та європейських синологів (Батуріна О. М. [1], Бессонова Л. Є. [2], Боровенко М. М. [3], Щукін А. М. [21], Cristal D. [13])

та ін.) присвячено дослідженню Інтернет-соціолекту.

Формулювання мети і завдань статті.

Метою роботи є аналіз основних шляхів та методів творення неологізмів Інтернет-соціолекту у китайській мові та визначення причин домінанти їх окремих типів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Вивчення Інтернет комунікації розглянуте у роботах (Глазачевої Н. Л. [4], Зірка В. В. [7], Зінукової Н. В. [7], Хаматової А. О. [11] та ін.) ґрунтується на введенні поняття «Інтернет-соціолект» для позначення мовних особливостей спілкування у Всесвітній мережі, оскільки він відтворює мовну специфіку обмеженої групи суспільства, виділену за певними ознаками та характерними рисами [4, 48].

Такі дослідники як Данков В. В. [6], Кронгауз М. [20] та ін. розглядають Інтернет-соціолект як різновид письмового варіанту мови живого спілкування, для якої характерні всі ознаки розмовної мови, такі як спонтанність, емоційність, вживання сленгу та розмовних граматичних оборотів. На противагу їм виступають такі лінгвісти як О. Батуріна [1] та Ван Лей [3], які не вважають доцільним розглядати мову Інтернет спілкування як різновид мови взагалі, оскільки вона не дотримується граматичних правил та норм стандартизованої мови, а її лексичний склад сповнений не властивої для китайської мови мовними одиницями.

Не дивлячись на різницю поглядів сучасних лінгвістів, згідно даних Internet World Stats на 30.06.2017 Азія посідає перше місце (49, 7%) з користувачів Інтернету у світі [14]. З 1285 млн. населення Китаю, 57, 2% є активними користувачами Інтернету [18]. Таким чином, статистика демонструє необхідність дослідження даної ланки сучасної китайської мови, в особливості її лексичної сторони.

У роботах Боровенко М. М. [3], Глазачева Н. Л. [4], Chun ye Zhang [15], Fei Wu [15], Wen ying Zhang [15] та ін. присвячених Інтернет-соціолекту запропоновано наступні шляхи творення Інтернет неологізмів:

- 1) Аббревіація.
- 2) Англiцизми.
- 3) Метафоричні фрази.
- 4) Омонімія.
- 5) Скорочення.
- 6) Фонетичні запозичення.
- 7) Цифрові записи.

Аналіз «Глосарію Інтернет сленгу» ("Chinese Internet Slang Glossary") [22] дає підстави доповнити та розширити зазначену класифікацію наступними пунктами:

- 8) Ідіофони.
- 9) Крилаті фрази.

10) Лексичні одиниці, що отримали нове значення.

11) Лексичні одиниці, де число виступає словотвірним афіксом та записується ієрогліфом.

12) Лексичні одиниці, утворені шляхом атрибутивного словоскладання та афіксації.

13) Цифрові записи як продукт омонімії.

Слідом за «Академічним тлумачним словником», під **аббревіацією** розуміємо спосіб утворення нових слів шляхом поєднання початкових складів кількох слів або перших літер слів словосполучення [19]. Для неологізмів сучасного китайського Інтернет-соціолекту характерними є два типи аббревіації:

Нова лексична одиниця, утворена шляхом скорочення за першими літерами фонетичної транскрипції pín yín, що на письмі представлена латиницею. Наприклад: ZF – 政府 (zhèng fǔ) – уряд, GCD – 共产党 (gòng chǎn dǎng) – КПК, GG – 哥哥 (gē ge) – братику, хлопець.

Нова лексична одиниця, утворена поєднанням трьох-чотирьох одноморфемних ієрогліфів або перших словотвірних морфем декількох багатоскладових ієрогліфічних одиниць.

Наприклад: 高大上 (gāo dà shàng), що відповідає 高端大气上档次 (gāo duān dà qì shàng dàng cì) – високий, вражаючий, найвищої якості / найвищого класу. Вживається для позитивної характеристики людей, подій, предметів або ідей.

За результатами дослідження можемо стверджувати, що **англiцизми**, у значенні поданому «Академічним тлумачним словником» як слова або звороти, запозичені з англійської мови [19], не зустрічаються. Натомість, лексичні одиниці англomовного походження існують у поєднанні з ієрогліфічними записами, виражаючи, таким чином, адаптацію іншомовного терміну до китайських реалій.

Наприклад: 打 call (dǎ call) – бити у барабан – вживається, щоб висловити підтримку та погодження з числом точкою зору; hard 模式 (hard mó shì) – hard mode – використовується між користувачами відео ігор у відношенні до людей, що народились у Китаї, як протиставлення до «easy mode» людей, що народились у Сполучених Штатах, життя яких легше та приємніше.

Ідіофонами вважаємо слова, значення яких ґрунтується на імітації звуків навколишньої дійсності, а саме – вигуків, здивування, милування тощо.

Наприклад: 萌萌哒 (méng méng dá) – мі-мі-мі; duang – вау! (на позначення цього вигуку китайські Інтернет користувачі винайшли ієрогліф, що поєднує два елементи: «成» та «龙» (на честь актора Джекі Чана), проте, написати його, використовуючи клавіатуру, неможливо); 么么哒 (me me dá) – чмок.

Окремою ланкою виступає група висловлювань, що отримали поширення у мові спілкування користувачів Всесвітньої мережі, значення яких не випливає зі змісту їх складових елементів, що вживаються у своєму метафоричному значенні і мають назву – Інтернет-меми. У своїй статті «Інформаційні віруси: картина як інтернет-мем» Є. Циховська розглядає дане явище як спонтанне

розповсюдження певної інформації Інтернетом усіма можливими шляхами [12]. Вони відтворюють реалії життя сучасного китайського суспільства і перетворюються у **крилаті вирази**.

Наприклад: 皮皮虾, 我们走! (*pí pí xiā wǒ men zǒu*) – *Креветко, поїхали! Використовується для спонукання товаришів рухатись та перемагати; 我爸是李刚 (wǒ bà shì lǐ gāng) – вживається для підкреслення зверхності свого положення по відношенню до інших та до закону, у зв'язку з політичною недоторканністю.*

Чільне місце серед крилатих фраз Інтернет-соціолекту посідають вирази, що є китайським варіантом (почасти перекладом) висловлювань англомовного походження.

Наприклад: 你行你上 (*nǐ háng nǐ shàng*) є аналогом вислову «You Can You Up», що належить фанатам баскетболу і має значення: «Якщо сам не можеш, то не критикуй інших»; 大吉大利, 晚上吃鸡 (*dà jí dà lì wǎn shàng chī jī*) відповідає фразі «Winner, winner, chickendinner!», що має значення: «зайняти перше місце», «перемогти» і також належить спортивним фанатам.

Чималий відсоток складають вирази утворені через симетричні конструкції типу 很 ..., 很 ... (很黄, 很暴力 (*hěn huáng hěn bào lì*) – *надто жорстоко та цинічно; 很傻, 很天真 (hěn shǎ hěn tiān zhēn) – надто не розумні та наївні; 不 ..., 不... (不作死, 就不会死 (bù zuò sǐ jiù bù huì sǐ) – не роби дурниць; не наривайся) та ін.*

До лексичних одиниць, що отримали нове значення можуть належати як слова з сучасної китайської стандартизованої мови, так і слова, що були взяті з 文言 і отримали нове значення.

Наприклад: 晕 (*yūn*), що має традиційне значення «запаморочення», використовується у сенсі «голова йде обертом / світ обертається» через здивування або з відрази; 猴子 (*hóu zi*), що традиційно має значення «мавпа», у соціальних спільнотах отримали значення «організаторів Інтернет форумів».

Метафора – це художній засіб, що полягає в переносному вживанні слова або виразу на основі аналогії, схожості або порівняння, а також слово або вираз, ужиті в такий спосіб [19]. Процеси метафоризації китайської мови дослідниця Є. В. Лавренюк розглядає з позиції взаємозв'язку між предметами реального світу та їх асоціативним відображенням у мисленні людини. Таким чином, на думку дослідниці, метафоризація ґрунтується на взаємодії двох структур знання – когнітивної структури «джерела» та когнітивної структури «мети» [8, 159]. Вона відносить до таких неологізмів окремі лексичні одиниці, що у мові Інтернет користувачів набувають нового значення. Наприклад: 晒工资 (*shài gōng zī*) – *залишити предмети на сонці / оприлюднення власних прибутків у Інтернеті* [8, 159].

Омонімами називають лексичні одиниці, що співпадають за звучанням, проте різняться за значення. Є. В. Лавренюк вважає омонімію одним

з найбільш активних способів творення неологізмів у сучасній китайській мові [8]. У своїх висновках дослідниця спирається на визначення А. Л. Семенас китайської мови найбільш омонімічною мовою у світі [10].

Серед основних причин виникнення неологізмів шляхом омонімії варто виділити наступні:

а) Друкарську помилку, яка є результатом швидкого набору тексту з використанням pīn yīn (варіант читання ієрогліфа, записаний латиницею).

Наприклад: 淡定 (*tán dìng*) – *спокійний, бай-дужий* / 蛋腩 (*dàn dàn*) – *задня частина яйця*; 国足 (*guó zú*) – *збірна Кітаю з футболу* / 国猪 (*guó zhū*) – *«державні свині»*; 神马 (*shén mǎ*) – *чарівний кінь* / 什么 (*shén me*) – *що? (питальний займенник)*.

б) Прагнення приховати зміст повідомлення від проурядових груп Інтернет контролю, таких як 五毛党 (*wǔ máo dǎng*) – «50-центові армія» (неофіційна назва проурядових блогерів та учасників інтернет-форумів, що дають позитивну оцінку політиці КНР, уряду та прийнятим законам), та органів цензури, які переслідують та карають висловлення незадоволення політичним курсом партії відповідно до законів «Про обслуговування електронних об'яв у Інтернеті», «Про підтримку суспільного ладу та міри покарання його порушників» [9, 24] та інших, спрямованих на контроль Інтернет контенту.

Таким чином, нові лексичні одиниці, утворені омонімічним способом мають почасті випадковий (наприклад: 亲 (*qīn*) – *рідний, близький, рідня, після неправильного його використання іноземцем почав застосовуватись у значенні «Ви / Ваш»*), почасті навмисний характер (наприклад: 和谐 (*hé xié*) – *гармонія* / 河蟹 (*hé xiè*) – *річковий краб*).

До омонімів варто віднести числові вирази, що за своїм звучанням наближені до лексичних одиниць сучасної китайської мови і використовуються для пришвидшення спілкування.

Наприклад: 88 (*bā bā*) – *叭叭 (bābā) – бувай*; 995 (*jiù jī wǔ*) – *救救我 (jiù jiù wǒ) – допоможи мені, порятуй, не видавай*; 520 (*wǔ èr líng*) – *我爱你 (wǒ ài nǐ) – я тебе кохаю*.

Словоскладання – є типовим та найбільш поширеним способом словотвору у китайській мові [5, 19]. Такий спосіб включає лексичні одиниці, утворені шляхом атрибутивного словоскладання (наприклад: 给力 (*gěi lì*) – *зробити щось цікавим, прикольний, крутий*; 女汉子 (*nǚ hàn zǐ*) – *дівчата з чоловічою вдачею*) та афіксації.

При творенні неологізмів домінантним є афіксальний спосіб, коли для творення нових слів використовуються:

Префікси. Наприклад: 小 -, 学 -, 砖 – тощо: 小 -: 小攻 (*xiǎo gōng*) – *одностатевий партнер*; 小三 (*xiǎo sān*) – *коханка*; 小受 (*xiǎo shòu*) – *одностатеві відносини*;

学 -: 学霸 (*xué bà*) – *кращий студент*; 学渣 (*xué zhā*) – *гірший студент*;

砖 - : 砖家 (zhuān jiā) – псевдо фахівці; 砖头 (zhuān tóu) – критик.

Можна простежити семантичну закономірність у неологізмах, утворених шляхом префіксації – це лексичні одиниці, що мають здебільшого саркастичний характер, значення якого впливає з словотвірною префікса, так 小 має значення «маленький», тож лексичні одиниці, утворені з його використанням несуть відтінок меншовартості або применшення значення. Наприклад, 小三 (коханка) займає нижче соціально положення ніж дружина і має менше прав у стосунках.

Суфікси. Наприклад: -族, -客, -体 тощо [8, 157]:

-族: 潮汐族 (cháo xī zú) – люди, що йдуть на роботу рано вранці, а повертаються пізно увечері; 城归族 (chéng guī zú) – люди, що виїжджають на заробітки і потім повертаються додому тощо.

-客: 帮客 (bāng kè) – команда волонтерів; 海淘客 (hǎi táo kè) – група людей, що купують товари через Інтернет тощо.

-体: 别哭体 (bié kū tǐ) – вислів для підтримки когось у скрутному стані, шляхом підсміювання над собою; 公式体 (gōng shì tǐ) – спосіб освідчення в Інтернеті тощо.

Семантична закономірність у неологізмах, утворених шляхом суфіксації, так само як і у словах, утворених префіксальним шляхом, впливає зі змісту суфікса. Всі вищезазначені суфікси мають відношення до людини або до групи людей (族 – рід, клан, група; 客 – особа, гість, мандрівник; 体 – тіло, організм, устрій).

Лексичні одиниці, складовими яких виступають числівники, записані ієрогліфами, створюють окрему підгрупу неологізмів.

Наприклад: 阿三 (ā sān) – індуц; 小三 (xiǎo sān) – коханка; 三多 (sān duō) – три речі, бажаних у великій кількості тощо.

Фонетичні запозичення є типовими як для класичної китайської мови, так і для мови Інтернет спілкування. Більша їх кількість припадає на запозичення з японської та корейської мов для пояснення явищ, типових для країн Далекого Сходу.

Наприклад: diss «діссіти» виражає вищу ступінь зневажання; 吐槽 (tǔ cáo) – походить від японського «tsukkomi» – весело, іронічно коментувати щось.

Структурно-статистичний аналіз 400 лексичних одиниць Інтернет-соціолекту, на підставі ситуативної вибірки неологізмів з Інтернет-чатів та соціальних мереж, а також «Глосарію Інтернет сленгу» [22], представлений у Таблиці 1.

Результати аналізу неологізмів представлені у таблиці демонструють домінують аббревіації, словоскладання та афіксації серед способів творення неологізмів у Інтернет-соціолекті. Саме словоскладання Лавренюк С. В. виділила як пріоритетний спосіб творення неологізмів на 2015 рік [8, 159]. Це свідчить про те, що даний шлях є найбільш типовим для китайської мови.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Загалом, лексика китайського Інтернет-соціолекту має свої особливості, зумовлені її приналежністю до ізолюючих мов, що, у свою чергу, впливає на шляхи її оновлення та збагачення:

Таблиця 1

Структурно-статистичний аналіз шляхів творення неологізмів сучасного китайського Інтернет-соціолекту

№	Механізм творення неологізму	Кількісний еквівалент	Відсотковий еквівалент
1	Абревіація	96	24%
2	Англiцизми	5	1,4%
3	Ідіофони	9	2,3%
4	Крилаті фрази	44	11%
5	Лексичні одиниці, що отримали нове значення	54	13,6%
6	Лексичні одиниці, де числівник є словотвірним афіксом і записаний ієрогліфом	7	1,8%
7	Лексичні одиниці, утворені словоскладанням та афіксацією	94	23,4%
8	Метафоричні фрази	4	1,1%
9	Омонімія	42	10,3%
10	Скорочення	15	3,7%
11	Фонетичні запозичення	17	4,2%
12	Цифрові записи	7	1,8%
13	Цифрові записи, як продукт омонімії	6	1,4%

Спілкування у Інтернет мережах передбачає швидкий обмін інформацією, думками, поглядами. Саме аббревіація дає можливість підтримувати письмове за формою он-лайн спілкування на рівні живої розмовної мови. Утворені у такий спосіб неологізми є зрозумілими учасникам діалогу і не потребують роз'яснення.

Історична одноморфемність більшості лексичних одиниць китайської мови призвела до визначення словоскладання та афіксації основними методами творення нових лексичних одиниць. Семантика слова, утвореного таким чином, пояснюється змістом його складників, що сприяє швидкій адаптації нової лексичної одиниці у мовленні.

Тенденція до творення нових лексичних одиниць з уже існуючих дає поштовх до відродження первинних значень слова, що вже тривалий час

перебуває в ужитку, або до надання вже існуючій лексичній одиниці нового контекстного значення.

Мова Інтернет спілкування перебуває у постійному активному стані. Вона швидко приймає та поширює фрази та вислови, що стають крилатими, за умови загальної небайдужості Інтернет користувачів.

Фонологічна особливість китайської мови дає можливість широкому використанню омонімів, випадкових та зумисних, що надає спілкуванню метафоричності.

Подальше дослідження лексичних та граматичних особливостей Інтернет-соціолекту сприятиме кращому розумінню культури китайського мислення і дасть можливість покращити міжкультурну комунікацію на її новому високотехнологічному рівні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Батуріна О. М. А поговорить? Інтернет як лінгвістичний феномен. 1999. URL: http://gramota.ru/biblio/magazines/gramota/net/28_50 (дата звернення 27.01.18);
2. Бессонова Л. Е., Ли Же. Концептуальные образы интернет-терминологии в китайском языке. URL: http://elib.crimea.edu/index.php?option=com_content&task=view&id=211 (дата звернення 27.01.18);
3. Боровенко М. М. Особливості класифікації інтернет-лексики сучасної китайської мови. 2012. URL: https://knowledge.allbest.ru/languages/2c0b65625b3ac79a4c53a89421206c37_1.html (дата звернення 27.01.18);
4. Глазачева Н. Л. Особенности Интернет-социолекта современного китайского языка. Альманах современной науки и образования. Тамбов, 2009. № 8. С. 48–50;
5. Горелов В. И. Лексикология китайского языка. Москва: Просвещение, 1984. 216 с.;
6. Данков В. В. Лингвистика и интернет. Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. 2012. URL: http://www.jurnal.org/2012/fill_12.html (дата звернення 28.01.18);
7. Зірка В. В., Зінукова Н. В. Функції соціолектів у сучасному медійному дискурсі: питання перекладу. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. 2014. С. 54–61. URL: <http://langcenter.kiev.ua/Lingvistika%202014/Zirka.pdf> (дата звернення 28.01.18);
8. Лавренюк Е. В. Структурные и семантические особенности неологизмов современного китайского языка. Российский гуманитарный журнал. 2017. Том 6. №2. С. 154–164;
9. Положение Интернета в Китае. Пресс-канцелярия Госсовета КНР. Пекин, 2010. 42 с.;
10. Семенас А. Л. Лексика китайского языка. Москва: Восток-Запад, 2007. 288 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/2383496/> (дата звернення 28.01.18);
11. Хаматова А. А. Омонимия в современном китайском языке. Москва: АСТ, 2006. 120 с.;
12. Циховська Е. Д. Інформаційні віруси: картина як інтернет-мем. Актуальні проблеми іноземної філології. Серія: Лінгвістика та літературознавство. 2013. Вип. VIII. Ч. 1. С. 152–158. URL: http://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/15272/1/АПФ_8_1_стаття.pdf (дата звернення 28.01.18);
13. Cristal D. The Language Revolution. Cambridge: Polity Press, 2004. 152 p.;
14. Internet World Stats. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (дата звернення 28.01.18);
15. Wen ying Zhang, Fei Wu, Chun ye Zhang. Interpretation of the Formation of Internet Neologisms and Their Translation from Pound's Perspective of "Language Energy". International Journal of English Linguistics. 2013. Vol. 3. No. 2. P. 66–71. URL: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijel/article/viewFile/25957/16032> (дата звернення 27.01.18);
16. Ying nian Tao. An Investigation Into Chinese Internet Neologisms. Canadian Social Science. 2017. Vol. 13. No. 12. URL: <http://www.cscanada.net/index.php/css/article/view/10023> (дата звернення 27.01.18);
17. 陈原. 语言与社会生活. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1999. 122 页.
18. 互联网在中国. URL: http://www.bizhit.ru/index/www_word_users_kitaj/0-175 (дата звернення 28.01.18);
19. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/krylatyj> (дата звернення 28.01.18);
20. Кронгауз М., Литвин Е. А., Мерзлякова В. Н. Словарь языка интернета.ru. Москва: АСТ-Пресс, 2016. 288 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/2165087/> (дата звернення 27.01.18);
21. Щукин А. А. Справочник по новокитайскому сленгу. Москва: Муравей, 2003. 119 с.;
22. Chinese Internet Slang Glossary. 2017 URL: <https://www.chinasmack.com/glossary> (дата звернення 27.01.18).