

# Изучение русского интернет-сленга в китайской аудитории

**Чжан Аньци,**

Институт языка и культуры Северо-Западного  
университета сельского и лесного хозяйства,  
КНР, Янлин

В контексте активного использования Интернета возникает вопрос о языке коммуникации в сети. Многие люди обращаются к общелитературному языку, однако молодежь часто использует элементы интернет-сленга, представляющего собой динамичную подсистему языка, обогашенную новыми словами и выражениями, отражающими реалии цифрового общения. Исследования русскоязычного и китайского интернет-сленга, проведенные в 2020–2021 гг., показывают, что более 90 % опрошенных пользователей его употребляют, а около 80 % проявляют желание узнать незнакомые сленговые термины. Это свидетельствует о том, что сленг становится неотъемлемой частью онлайн-коммуникации и влияет на формирование языковых и культурных особенностей разных национальных сообществ [4; 5].

На протяжении долгого времени учебные материалы по практическим курсам русского языка для китайских студентов в основном были сосредоточены на литературных произведениях, газетах и других текстах, оставляя жаргоны и сленговые единицы в тени, несмотря на то что эти слова, включая интернет-сленгизмы, активно используются в повседневной жизни большинства русскоязычных людей. Возникает вопрос: есть ли у студентов-китайцев и других китайских специалистов – пользователей русского языка – потребность в изучении таких выражений и следует ли включить их в учебный процесс для повышения всесторонности и практической ценности обучения русскому языку?

Цель исследования – оценить потребности в изучении русского интернет-сленга среди китайских студентов и специалистов по русскому языку. Для этого нам нужно выявить уровень знакомства китайских русистов с русским интернет-сленгом, изучить источники получения информации о русском интернет-сленге, определить характер мотивации к изучению русского интернет-сленга, проанализировать уровень известности наиболее популярных интернет-сленгизмов, а также оценить влияние социальных факторов на восприятие интернет-сленга (пол, возраст, характер занятости, наличие опыта изучения русского языка).

В августе 2024 г. нами было проведено социолингвистическое онлайн-анкетирование в Китае (см. <https://www.wjx.cn/vm/tcIH75L.aspx#>) среди китайских студентов и выпускников, специализирующихся на русском языке, а также профессионалов, работающих в этой области, включая преподавателей русского языка, переводчиков в компаниях с деловыми связями с русскоязычными организациями, сотрудников международных отделов вузов и правительственный органов по внешним делам.

Анкета состоит из 13 вопросов, которые можно условно разделить на три группы. Чтобы облегчить заполнение анкеты для начинающих изучать русский язык, она составлена на двух языках: русском и китайском. Первая группа вопросов касается социальных характеристик респондентов: возраст, пол, учащийся или работающий, срок изучения русского языка. Вторая группа вопросов выясняет, знают ли респонденты о существовании русского интернет-сленга, сталкивались ли они с русским интернет-сленгом, а также определяет пути их знакомства с этими единицами. Третья группа вопросов позволяет оценить уровень осведомленности респондентов о русском интернет-сленге, включая самооценку и анализ знания конкретных единиц сленга.

Единицы для тестирования были взяты из двух источников.

Первый источник – это результаты социолингвистического анкетирования, проведенного нами в 2020–2021 гг. [5; 6], когда мы также давали список из 30 русских интернет-сленгизмов. Затем были выделены 15 наиболее популярных слов (по результатам исследования они оказались известны более чем 50 % респондентов) – именно они и были включены в список для текущего тестирования (это слова *оч* ‘очень’, *кароч* ‘короче’, *аватарка* ‘профильное изображение’, *лол* ‘междометие, о смехе’, *типо* ‘типа’, *плз* ‘пожалуйста’, *анон* ‘анонимный пользователь’, *игнор* ‘игнорирование’, *вброс* ‘компромат’, *личка* ‘личное сообщение’, *никнейм* ‘кличка, псевдоним’, *рофф* ‘обозначение громкого смеха’, *втф* ‘выражает эмоции недоумения, негодования’, *печалька* ‘выражение грусти’, *лагать* ‘работать медленно, с перебоями’).

Второй источник – это созданный нами корпус сленгизмов, собранных на различных сайтах в 2024 г. Мы посещали такие сайты, в которых перечисляются сленгизмы, например, vc.ru, sravni.ru, media.mts.ru и еще 8 других сайтов,

всего 11 сайтов<sup>1</sup>. После устранения повторяемости и объединения различных вариантов одного и того же сленгизма (например, *треш/трэш*, *тумач/ту мац*, *скил/скилл*) была собрана 321 единица. Для анкеты мы выбрали 15 часто встречающихся слов: *кринж* ‘чувство неловкости’ (встречалось 10 раз), *хайп* ‘ажиотаж’ (9 раз), *краш* ‘объект обожания’ (8 раз), *пруф* ‘доказательство’ (8 раз), *флексить* ‘хвалиться’ (8 раз), *жиза* ‘жизненно’ (7 раз), *шипперить* ‘поддерживать отношения между двумя объектами’ (7 раз), *ауф* ‘выражение одобрения, восхищения’ (6 раз), *вайб* ‘атмосфера’ (6 раз), *изи* ‘легко’ (6 раз), *чекать* ‘роверять’ (6 раз), *криповый* ‘ужасный’ (5 раз), *муд* ‘настроение’ (5 раз), *форсить* ‘настойчиво продвигать’ (5 раз), *агриться* ‘злиться’ (5 раз).

Наконец, четвертая часть вопросов позволяет установить, считают ли информанты изучение русского сленга необходимым и проявляют ли они желание заниматься этим.

В опросе участвовали 211 человек (69 мужчин (32,7 %) и 142 женщины (67,3 %)). Они были распределены по следующим категориям: 162 учащихся (76,8 %) и 41 работающий (19,4 %). Для анализа по возрасту респонденты были разделены на четыре группы: 27 лет и старше – 30 человек (14,2 %), 23–26 лет – 15 (7,1 %), 17–22 года – 165 (78,2 %), 16 лет и младше – 1 человек (0,5 %). Из-за недостаточного количества респондентов данные по группе 16 лет и младше не были включены в основное исследование. Изучение русского языка среди респондентов распределяется следующим образом: 87 человек (41,2 %) изучают язык меньше года, 62 (29,4 %) – от 1 до 3 лет, 29 (13,7 %) – от 3 до 5 лет, 33 (15,4 %) – более 5 лет.

Что касается второй группы вопросов – о знании сленга, то мы хотели узнать у информантов, приходилось ли им сталкиваться с русским ин-

<sup>1</sup> Источники: <https://journal.tinkoff.ru/short/zoomer-love-dictionary>, <https://journal.tinkoff.ru/short/zoomer-love-dictionary>, <https://lgai.ru/publ/527762-30-novyh-slov-molodezhnogo-leksikona-kotorye-nauchat-govorit-s-zumerami-na-odnom-jazyke.html>, <https://media.oxford.ru/articles/sleng-tik-toka>, <https://kudago.com/all/news/slova-sovremenniy-sleng/>, <https://dzen.ru/a/ZNG5Pr7DPzySvIEI?ysclid=m34j99gw6785926600>, <https://media.mts.ru/technologies/197036-sleng-tinejdzherov>, <https://info.sibnet.ru/article/636383>, <https://www.sravni.ru/text/molodezhnyj-sleng>, <https://vc.ru/social/983317-glavnye-slengovye-slova-v-2023-godu-top-10?ysclid=m3324elt6w466756158>, <https://trends.rbc.ru/trends/social/66014d009a7947c0f53dee776>, <https://www.kp.ru/daily/26761.3/3790678>.

тернет-сленгом. Более 75 % респондентов отмечали, что они сталкивались с русским интернет-сленгом.

Судя по ответам на другой вопрос («Где вы сталкивались с русским интернет-сленгом? 您是在哪儿遇到俄语网络俚语的?»), основными путями знакомства с ним являются социальные сети и сайты или публичный аккаунт для изучения русского языка (таблица 1). При этом социальные сети являются наиболее важным каналом для получения ресурсов по русскому интернет-сленгу независимо от социальных параметров (цифры колеблются незначительно: от 78,2 до 86,7 %).

Таблица 1  
Ресурсы интернет-сленга

Ресурсы интернет-сленга	Количество	Процент
В социальных сетях 社交网络上	169	80,09
Сайты или публичный аккаунт для изучения русского языка 俄语学习网站或公众号	116	54,98
В общении с русскоязычными друзьями 与俄语朋友交流中	55	26,07
В научных статьях 在学术文章中	26	12,32
Другие 其他	21	9,95

Еще один вопрос был сформулирован так: «Теперь некоторые сленгизмы стали общеупотребительными. Как вы думаете, нужно ли знакомиться с русским интернет-сленгом в процессе изучения русского языка? 现在，一些网络词汇已经变成通用语。您认为在学习俄语的过程中有必要了解俄语网络俚语吗?». 96 % респондентов ответили, что считают необходимым знакомиться с интернет-сленгом в рамках изучения русского языка, учитывая его широкое распространение.

Для оценки уровня известности русского интернет-сленга среди китайских русистов в анкете были включены два вопроса: один – о самооценке («Как вы считаете, хорошо ли вы знаете интернет-сленг русского языка? 您认为自己对俄语网络俚语很了解吗?»), другой – о знании 30 предложенных русских интернет-сленгизмов («Какие из следующих интернет-сленгизмов вы знаете? 您知道以下哪些俄语网络俚语?»).

Ответ на первый вопрос показал, что среди 211 респондентов почти 54,5 % считают, что плохо знакомы с русским интернет-сленгом, 42,7 % считают свой уровень знаний средним и только 2,8 % считают, что они хорошо знают интернет-сленг.

Ответ на второй вопрос показал, что средний уровень узнаваемости выбранных 30 слов составляет 19,15 % (таблица 2).

Таблица 2  
Индекс известности (ИИ) сленгизмов

Сленгизм	ИИ, %	Сленгизм	ИИ, %	Сленгизм	ИИ, %
ауф	43,60	плз	22,75	никнейм	13,27
оч	40,28	агриться	21,80	рофл	12,80
кароч	31,75	анон	21,33	хайп	11,37
аватарка	30,81	игнор	18,01	криповый	10,90
изи	25,12	вайб	17,54	втф	10,43
шипперить	24,64	муд	17,06	печалька	10,43
лол	24,17	чекать	16,11	пруф	9,95
жиза	23,70	вброс	15,17	лагать	9
краш	23,70	личка	15,17	флексить	8,06
типо	23,22	кринж	14,22	фóрсить	8,06

Наивысший индекс известности имеют слова «ауф» и «оч», которые известны более чем 40 % респондентов. Около 30 % изучающих русский язык знакомы со сленгизмами «аватарка» и «кароч», а примерно 25 % респондентов знают «изи», «шипперить» и «лол». Слова «жиза», «краш», «типо», «плз», «агриться» и «анон» имеют индекс известности более 20 %. 13 слов («игнор», «вайб», «муд», «чекать», «вброс», «личка», «кринж», «никнейм», «рофл», «хайп», «криповый», «втф», «печалька») имеют индекс известности от 10 до 18 %. Четыре слова («пруф», «лагать», «флексить», «фóрсить») имеют индекс известности ниже 10 %.

Среди перечисленных слов, как видно, многие заимствованные, пришедшие в русский язык из английского (муд от англ. mood, краш – crush, кринж – cringe, хайп – hype). Некоторые английские слова вошли с оформлением по законам русского языка (с глагольными суффиксами -и(ть): флексить (flex – ‘изгибаться’), -а(ть): чекать (check – ‘проверять’)). Также имеются сокращенные слова (оч вместо очень, кароч вместо короче, жиза – от жизненно), аффиксальные производные (например, с суффиксом -к(a)-: аватарка, печалька), графодериваты (типо) и семантические дериваты (вброс).

Ряд вопросов в анкете касался желания обучающихся знать русский интернет-сленг, осознания ими необходимости изучать его и выявления основных путей такого изучения.

Так, мы спрашивали: «Вы хотите знать интернет-сленг русского языка? 您想了解俄语网络俚语吗?» Данные показывают, что независимо от социальной группы доля тех, кто намерен изучать русский интернет-сленг, превышает 90 %.

Еще один вопрос был связан с причинами интереса к русскому языку: «Зачем вы хотите знать интернет-сленг русского языка? 您为什么想了解俄语网络俚语?» (таблица 3).

Таблица 3

**Причины изучения  
интернет-сленга русского языка**

Ответы	Коли-чество	Про-цент
Познакомиться с живой русской речью 接触真实的俄语表达	162	76,78
Лучше знать русский язык 为了更好地掌握俄语	158	74,88
Научиться общаться с русскоязычными сверстниками 学习与讲俄语的同龄人交流	139	65,88
Узнать о субкультурах русскоязычной молодежи 了解俄语青年亚文化	130	61,61
Другое 其他	10	4,74

То есть два основных мотива для изучения русского интернет-сленга – это «познакомиться с живой русской речью» и «лучше знать русский язык». Более четырех пятых респондентов считают, что научиться общаться с русскоязычными сверстниками и узнать о русской молодежной субкультуре – дополнительные мотивы для изучения русского интернет-языка.

**Пол.** Респонденты женского пола сталкиваются с интернет-сленгом чаще (71 % против 77,5 %) и предпочитают сайты и паблики для изучения русского языка (58,45 % против 47,83 %), в то время как мужчины получают информацию через общение с русскоязычными друзьями (30,43 % против 23,94 %).

**Возраст.** Чем старше респонденты, тем чаще они встречаются с русским интернет-сленгом и получают информацию через общение с русскоязычными друзьями. Для респондентов до 26 лет особенно важно «лучше знать русский язык» (80 % и 63,33 % соответственно), в то время как для респондентов старше 27 лет наиболее значимо «познакомиться с живой русской речью» (83,33 % и 76,36 % соответственно).

**Характер занятости.** Работающие респонденты сталкиваются с интернет-сленгом чаще,

чем студенты (90,24 % против 70,37 %). Студенты чаще встречаются с русским сленгом в научных статьях (14,2 % против 4,88 %), работающие – в общении с русскоязычными друзьями (51,22 % и 20,37 % соответственно). Студенты чаще используют изучение интернет-сленга для того, чтобы «лучше овладеть русским языком», «общаться с русскоязычными сверстниками» и «познакомиться с русскоязычной молодежной субкультурой», в то время как работающие отдают предпочтение другой мотивации: «познакомиться с живой русской речью». Работающие более заинтересованы в изучении сленга на уроках русского языка (97,56 % против 91,98 %).

**Продолжительность изучения русского языка.** Респонденты, изучающие русский язык 2–5 лет, чаще встречаются с интернет-сленгом (82,26–96,55 %). Для изучающих русский язык более 5 лет «общение с русскоязычными друзьями» стало основным источником интернет-сленга (60,61 %). Для студентов, изучающих русский язык 2–3 года, важными источниками стали сайты или паблики для изучения русского языка (72 %). Главная мотивация к изучению сленга для респондентов, изучающих язык больше 2 лет, – «познакомиться с живой русской речью» (72,41–85,48 %).

Исследование показало, что значительная часть респондентов – китайских студентов и специалистов в области русского языка – сталкивалась с русским интернет-сленгом, причем в основном через социальные сети и сайты, посвященные изучению русского языка. Более 90 % респондентов считают изучение русского интернет-сленга необходимым, свой уровень знания русского интернет-сленга не очень хорошим и выражают желание узнать больше об этой сфере русского языка.

Результаты анкетирования подчеркивают важность включения материалов по интернет-сленгу в учебный процесс. Более 9/10 респондентов выразили заинтересованность в получении информации об интернет-сленге на занятиях по русскому языку. Знакомство с живой русской речью и улучшение знания русского языка – одни из главных мотивов для изучения интернет-сленга русского языка.

Оценивая влияние социальных факторов на эти вопросы, было выявлено, что знание русского интернет-сленга актуально для большинства респондентов независимо от социальных параметров. Было также установлено, что как

студенты-русисты, так и выпускники, работающие по специальности, испытывают острую потребность в изучении интернет-сленга русского языка. В их глазах интернет-сленгизмы являются общеупотребительными (интернет-сленг уже стал важной частью современного русского общения), представляют собой вполне реальный язык общения (интернет-сленг – это языковое явление, которое точно отражает современное использование русского языка и может помочь изучающим более точно понимать и применять русский язык), способствуют улучшению общения на русском языке (изучение интернет-сленга может повысить уровень владения русским языком, позволяя лучше интегрироваться в современную русскую языковую среду).

Однако в настоящее время в Китае мало ресурсов для изучения русского интернет-сленга и уровень владения интернет-сленгом среди изучающих русский язык в целом низкий. Методы обучения интернет-сленгу в основном пассивные, студенты получают информацию из ограниченного числа ресурсов в Интернете, а выпускники, работающие по специальности, знакомятся с интернет-сленгом в общении с русскоязычными друзьями в процессе работы.

Таким образом, при обучении русскому языку необходимо вводить некоторые элементы интернет-сленга и соответствующего контента. Исследование показывает, что в современном обучении русскому языку отсутствует обучение использованию реального языкового материала. Введение интернет-сленга могло бы эффективно заполнить этот пробел. Студенты могут ознакомиться с интернет-сленгом до начала работы, что поможет им не только лучше интегрироваться в русскоязычную интернет-среду, но

и понять живую речь с оттенком субкультуры. Это создаст основу для будущего общения с носителями русского языка и улучшит их языковые навыки в неформальных ситуациях. Кроме того, на китайском рынке отсутствуют исследования и публикации по русской разговорной речи, в том числе по интернет-сленгу. Это приводит к тому, что хотя спрос на эти знания у изучающих язык высокий, но доступные ресурсы для обучения отсутствуют (имеется в виду нехватка соответствующей литературы и словарей). А это не только ограничивает возможности изучающих русский язык, но и тормозит развитие научных исследований в рассматриваемой области.

#### Список использованных источников

1. Китайский информационный центр интернет-сетей (CNNIC). 54-й статистический отчет о развитии интернета в Китае. – URL: <https://www.cnnic.net.cn/n4/2024/0829/c88-11065.html> (date of access: 15.09.2024).
2. Kemp, S. Datareportal Digital 2024: The Russian Federation / S. Kemp. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-russian-federation> (date of access: 27.08.2024).
3. Kemp, S. Datareportal Digital 2024: Belarus / S. Kemp. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-belarus> (date of access: 27.08.2024).
4. Чжан, Аньци. Владение китайским интернет-сленгом: социолингвистическое исследование / Аньци Чжан // Вестник МГЛУ. Серия 1. Филология. – Минск, 2020. – № 6 (109). – С. 34–41.
5. Чжан, Аньци. Русский интернет-сленг в социолингвистическом аспекте / Аньци Чжан // Веснік Мазырскага дзяржаўнага педагогічнага ўніверсітэта. – Мазыр: МДПУ, 2021. – № 2 (58). – С. 158–164.
6. Чжан, Аньци. Интернет-сленг в русском и китайском языках: структура, семантика и функционирование: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Аньци Чжан. – Минск, 2023. – 180 л.

#### Аннотация

Цель исследования – выявить потребность в изучении современной лексики русского языка, а также определить возможности и необходимость ее интеграции в учебный процесс. Методы исследования: социолингвистическое анкетирование. Результаты анкетирования показали невысокий уровень знакомства китайских студентов и специалистов по русскому языку с русским интернет-сленгом, выявили источники получения информации о нем, характер мотивации к его изучению. Был проведен анализ популярности интернет-сленгизмов и их восприятия, оценено влияние социальных факторов (пол, возраст, характер занятости и наличие опыта изучения русского языка) на отношение к интернет-сленгу.

#### Abstract

The aim of the study is to identify the demand for learning contemporary Russian vocabulary and to assess the possibilities and necessity of its integration into the educational process. Research methods: sociolinguistic survey. The survey results revealed a low level of familiarity with Russian internet slang among Chinese students and specialists in Russian, identifying the sources of their exposure to it as well as the nature of their motivation to study it. The analysis included the popularity of internet slang expressions and their perception, along with an assessment of the influence of social factors (gender, age, occupation, and experience in studying Russian) on attitudes toward internet slang.