

**Білянна В. І.,**  
старший викладач кафедри східних мов  
навчально-наукового центру мовної підготовки  
Київської національної академії Служби безпеки України

## СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ ІНТЕРНЕТ-СОЦІОЛЕКТУ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА КИТАЙСЬКІЙ МОВАХ (ЗІСТАВНИЙ АСПЕКТ)

**Анотація.** Статтю присвячено порівняльному аналізу механізмів творення неологізмів сучасного Інтернет-соціолекту в англійській та китайській мовах. Особливу увагу приділено визначенню причин домінанти словоскладання (для англійської мови) та абревіації (для китайської) як головних словотвірних механізмів.

**Ключові слова:** абревіація, Інтернет-соціолект, запозичення, конверсія, неологізм, омонімія, словоскладання.

**Постановка проблеми.** Мова є відображенням національної картини світу народу. Вона знаходиться у безперервному розвитку і збагачується внаслідок активних міжнародних комунікацій, що стали особливо доступними у контексті сучасної глобалізації. Дослідження лексичного складу мови, причин та механізмів її оновлення робить можливим визначення провідних напрямів та перспектив її розвитку, а також відстеження впливу міжнародних контактів на неї.

Доступність Інтернету та його можливості збереження і передачі інформації призвели до того, що Т. О. Марцева називає «неологічним бумом» [1, с. 266]. Все більша кількість користувачів Інтернету заміщують повсякденне живе спілкування на спілкування у чатах, блогах, Інтернет-спілках тощо. Мова спілкування в Інтернеті відрізняється від стандартизованої літературної. Вона за формою та емоційністю наближена до розмовної і, так само як і розмовна, постійно збагачується. Обговорення подій місцевого та міжнародного масштабу, а також паралельно існуючі Інтернет спільноти створюють новий різновид мови – Інтернет-соціолект, зрозумілий, переважно, лише користувачам Всесвітньої мережі. Дослідження останніх тенденцій у зміні мови он-лайн спілкування сприяє виокремленню її характерних особливостей та визначенню можливостей впливу мови Інтернет-соціолекту на літературну, шляхом контрастивного аналізу обох механізмів. Дослідження англійської та китайської мов як двох провідних мов міжнародного спілкування (обидві належать до робочих мов Ради Безпеки ООН) дасть можливість проаналізувати зазначені лінгвістичні тенденції у міжкультурній площині.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останнім часом все більше сучасних лінгвістичних досліджень аналізують мову та специфіку спілкування в Інтернеті. З-поміж них вивченням Інтернет-соціолекту англійської мови займаються: D. Kerremans [2], A. J. Morente [3], G. Rumšienė [4], Tugiyanto [5] та ін., тоді як роботи Лі Же [6], Чен Юань [7], Chun ye Zhang [8], Fei Wu [8], Wen ying Zhang [8], Ying nian Tao [9] та ін. зосереджені на аналізі Інтернет-соціолекту китайської мови. У цих роботах запропоновані класифікації механізмів збагачення лексичного складу Інтернет-соціолекту та частково подано умови їх виникнення. Питанням взаємозв'язку та впливу мови

он-лайн спілкування на літературну, у граматичному та лексичному аспектах займаються: A. Artemov [10], S. Avrutin [11], E. Blom [11], D. Crystal [12], Ch. N. van Dijk [11], N. Vasić [11], M. van Witteloostuijn [11]. Праці вищезазначених учених охоплюють дослідження лексичного та граматичного складу мови, вплив Інтернет-соціолекту на рідну мову її користувачів, розглядають психо-генетичні та соціально-історичні умови формування вербально-семантичного рівня мови тощо.

**Метою статті** є здійснення структурного аналізу Інтернет неологізмів англійської та китайської мов з виокремленням домінантних тенденцій їх творення у зіставленні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Згідно визначення «Академічного словника сучасної української мови», неологізм – це нове слово або вислів, що з'являється у мові [13, с. 348]. Це один зі способів збагачення лексичного фонду мови, який із розвитком Інтернет спілкування може бути виділений за провідний.

У роботах М. М. Боровенко [14], Н. Л. Глазачева [15], Chun ye Zhang [8], Fei Wu [8], Wen ying Zhang [8] та ін. запропоновано сім основних видів Інтернет неологізмів:

- 1) Абревіація.
- 2) Англіцизми.
- 3) Метафоричні фрази.
- 4) Омнімія.
- 5) Скорочення.
- 6) Фонетичні запозичення.
- 7) Цифрові записи.

Результатом опрацювання «Глосарію Інтернет сленгу» (“Chinese Internet Slang Glossary”) [16] та ситуативної вибірки неологізмів з Інтернет-чатів та соціальних мереж є виділення наступних пунктів з метою доповнення вищезазначеної класифікації:

- 1) Ідіофони.
- 2) Крилаті фрази.
- 3) Лексичні одиниці, що отримали нове значення.
- 4) Лексичні одиниці, де число виступає словотвірним афіксом та записується ієрогліфом.
- 5) Лексичні одиниці, утворені шляхом атрибутивного словоскладання та афіксації.
- 6) Цифрові записи як продукт омонімії.

На підставі аналізу праць A. Bodle [17], D. Kerremans [2], A. J. Morente [3], G. Rumšienė [4], Tugiyanto [5] та ін., основними механізмами творення Інтернет неологізмів англійської мови є:

- 1) Абревіація.
- 2) Дери́вація.
- 3) Епоні́мія.
- 4) Запозичення.

- 5) Зворотній словотвір.
- 6) Злиття.
- 7) Конверсія.
- 8) Оказіоналізм.
- 9) Ономатопея.
- 10) Переосмислення.
- 11) Редуплікація.
- 12) Словоскладання.
- 13) Друкарська помилка.

Результат аналізу “Cambridge Dictionary of Neologisms” [18], “The Internet neologisms and “ICT” speakers glossary” [19] дає підстави доповнити цей перелік механізмом з цифрового запису як продукту омонімії та крилатими фразами.

Таким чином, можемо простежити подібність деяких словотвірних механізмів в обох мовах: аббревіація, друкарська помилка, запозичення, ідіофони / ономатопея, переосмислення (лексичні одиниці, що отримали нове значення), словоскладання, цифрові записи.

Відповідно, специфічними для англійської мови виділяємо: деривацію, епонімію, зворотній словотвір, конверсію та оказіоналізми. Цю думку підтверджують дослідження О. М. Бортничук, яка у своїх працях присвячених дослідженню англійського словотвору виділяє деривацію, конверсію та словоскладання як головні механізми творення неологізмів [20].

Натомість, для китайської мови характерними є: використання ієрогліфічно записаного числа як словотвірного афікса, метафоричні вирази, омонімія, фонетичні запозичення, цифрові записи як продукт омонімії. Більшість з цих механізмів базуються на омонімії. Є. В. Лавренюк вважає омонімію одним з найбільш активних способів творення неологізмів у сучасній китайській мові [21]. У своїх висновках дослідниця спирається на визначення А. Л. Семенас китайської мови найбільш омонімічною мовою у світі [22]. Така ситуація пояснюється наявністю різних варіантів прочитання одного ієрогліфа, таким чином, зовсім несхожі слова можуть мати подібне звучання, що і використовують у випадках зумисної або випадкової омонімії.

З метою визначення домінантних тенденцій творення Інтернет неологізмів в англійській та китайській мовах було проаналізовано 800 лексичних одиниць Інтернет-соціолекту (по 400 лексичних одиниць англійської та китайської мови), на підставі ситуативної вибірки неологізмів з Інтернет-чатів та соціальних мереж, а також опрацювання “Cambridge Dictionary of Neologisms” [18], “The Internet neologisms and “ICT” speakers glossary” [19] та «Глосарію Інтернет сленгу» [16]. Результати аналізу наведені у Таблиці 1.

Результати аналізу неологізмів, представлені у таблиці, демонструють домінанту механізму афіксації, деривації, компонування та словоскладання в обох мовах. У китайській мові цей механізм поступається аббревіації з різницею у 11,3%. В англійській мові друге та третє місця відводяться переосмисленню та конверсії. Саме переосмислення наявного значення лексичної одиниці посідає третю позицію у китайській мові.

Слідом за «Академічним тлумачним словником», під *аббревіацією* розуміємо спосіб утворення нових слів шляхом поєднання початкових складів кількох слів або перших літер слів словосполучення [13]. Для неологізмів сучасного китайського Інтернет-соціолекту характерними є два типи аббревіації:

1) Нова лексична одиниця, утворена шляхом скорочення за першими літерами фонетичної транскрипції *pīn yīn*, 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.

2) 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 shàngàng dàng cì*) – високий, вражаючий, найвищої якості / найвищого класу. Вживається для позитивної характеристики людей, подій, предметів або ідей.

Слідом за Andy Bodle під *конверсією* розуміємо перехід слова з одного класу в інший [17].

Таблиця 1

### Структурно-статистичний контрастивний аналіз шляхів творення неологізмів сучасного англійського та китайського Інтернет-соціолекту 2017 року

№	Механізм творення неологізму	Кількісний еквівалент		Відсотковий еквівалент	
		англійська	китайська	англійська	китайська
1	Аббревіація	26	96	6,5 %	24 %
2	Англіцизми / Запозичення	12	5	3 %	1,4 %
3	Епонімія	22	--	5,5 %	--
3	Ідіофони / Ономатопея	--	9	--	2,3 %
4	Конверсія	67	--	16,7 %	--
4	Крилаті фрази	10	44	2,5 %	11%
5	Лексичні одиниці, що отримали нове значення / Переосмислення	75	54	18,8 %	13,6 %
6	Лексичні одиниці, де числівник є словотвірним афіксом і записаний ієрогліфом	--	7	--	1,8 %
7	Лексичні одиниці, утворені словоскладанням та афіксацією / деривація / компонування / редуплікація	141	94	35,3 %	23,4 %
8	Метафоричні фрази	--	4	--	1,1 %
9	Омонімія	--	42	--	10,3%
10	Скорочення	16	15	4 %	3,7 %
11	Фонетичні запозичення	--	17	--	4,2 %
12	Цифрові записи	15	7	3,7 %	1,8 %
13	Цифрові записи, як продукт омонімії	16	6	4 %	1,4 %

Наприклад: *a click farm* – з Дієслова “*to click / натискати, клікати*” та Іменника “*a farm / ферма*” утворився Іменник зі значенням «рейтинг-мейкери», *a slow gifting* – з Прикметника “*slow / повільний*” та Дієслова “*gifting / дарувати*” (дериват Іменника “*a gift / подарунок*”) утворився Іменник «виважений подарунок».

**Словоскладання** – є типовим та найбільш поширеним способом словотвору у китайській мові [23, с. 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.

Результати аналізу англійських неологізмів Інтернет-соціолекту 2017 року показали, що з-поміж наявних механізмів словотвору злиття або осново складання є домінантним.

Наприклад: *chillax* – об’єднання “*to chill / охолонутися, заспокоїтися*” та “*to relax / розслабитися*” дало значення «заспокоїтися та розслабитися»; *staycation* – об’єднання “*to stay / залишатися*” та “*a vocation / відпустка*” дало значення «відпустка, що проходить вдома»; *finsta* – об’єднання “*fake / несправжня*” та “*an insta / сторінка у Instagram*” дало значення «другий акаунт у Instagram з обмеженим доступом»; *kittenfishing* – об’єднання “*a kitten / кошеня*” та “*“fishing”* (дериват “*to fish / ловити рибу*”) дало значення «прикрашати свої особисті якості у соціальних акаунтах»; *netiquette* – об’єднання “*the Internet / Інтернет*” та “*an etiquette / етикет*” дало значення «етикет Інтернет спілкування»; *doorbaster* – об’єднання “*a door / двері*” та “*to baster / розбирати, з’їмати з полиць*” дало значення «продавати щось дешево, щоб заманити покупців купити дорожчі речі» тощо.

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

1) **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*) – краций 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 соціальне положення ніж дружина і має менше прав у стосунках.

2) **Суфікси**. Наприклад: -族, -客, -体 тощо [21, с. 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 префік-

сальним шляхом, впливає зі змісту суфікса. Всі вищезазначені суфікси мають відношення до людини або до групи людей (– рід, клан, група; 客 – особа, гість, мандрівник; 体 – тіло, організм, устрій).

На думку В. А. Чабаненко [24], найбільш поширеними продуктивними афіксами сучасної англійської мови є:

1) **Суфікси**. Наприклад: – *ing*, – *y*, – *ī*, – *ist*, – *er*, – *ette*, – *ed* тощо: – **ist**: *summitologist* – той, що полюбить наради.

– **ette**: *kitchenette* – малогабаритна кухня.

2) **Префікси**. Такі як: *anti* –, *super* –, *pro* –, *mis* –, *re* – тощо:

**super** –: *superwar* – війна із застосуванням атомної зброї.

**mega** –: *megatoon* – медовий місяць, на який з молодятами йдуть їхні друзі та родичі.

Лексичні одиниці, складовими яких виступають числівники, записані ієрогліфами, створюють окрему підгрупу Інтернет неологізмів у китайській мові.

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

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 відразу; 猴子 (*hóu zi*), що традиційно має значення «мавпа», у соціальних спільнотах отримали значення «організаторів Інтернет форумів».

У випадку з англійської мови, до лексичних одиниць, що підпадають під клас **переосмислення** відносимо слова, що перейшли з одного контексту в інший, змінивши при цьому своє значення [17].

Наприклад: *latte levy* – податок на каву, що н’ється з паперових стаканів; *super coffee* – кава з додаванням зерен чи спецій, що робить її більш смачною та поживною; *server* – сервер тощо.

**Висновки**. Отримані результати аналізу Інтернет-соціолекту англійської та китайської мов демонструють подібність механізмів збагачення словникового складу обох мов. Виділені скорочення, словоскладання та переосмислення є типовими для обох мов он-лайн спілкування.

Високий відсоток аббревіації у китайській мові пояснюється скороченням часу набору слова або виразу при листуванні у реальному часі. Варто зауважити, що для аббревіації використовуються ініціальні букви літерованої фонетичної системи – 拼音, що записується латиницею. Таким чином, людині, якій не відома дана система запису або звучання ієрогліфа не зможе ідентифікувати зміст аббревіатури.

Натомість, словоскладання присутнє в обох мовах як механізм активного творення неологізмів сприяє утворенню нових лексичних одиниць, значення яких може бути зрозумілим з його складових компонентів.

Використання наявних лексичних одиниць у переосмисленому значенні свідчить про несвідоме небажання носіїв кожної з двох мов до запозичень.

Дане явище дає підставу говорити про можливість існування внутрішньо мережевих особливостей мовлення, де швидкий темп спілкування в он-лайн режимі та спільні міжкультурні реалії дають поштовх до уніфікованих шляхів словотвору.

*Література:*

1. Martseva T. A. Neologisms in American Electronic Mass Media. Linguistic and Cultural Studies: Traditions and Innovations: Linguistic and Cultural Studies: Traditions and Innovations: Proceedings of the XVIIth International Conference on Linguistic and Cultural Studies, Russia, Tomsk, 11 – 13 October, 2017. URL: [https://books.google.com.ua/books?id=ink2DwAAQBAJ&pg=PA266&lpg=PA266&dq=modern+english+internet+neologisms+2017&source=bl&ots=EMPBcgsiQ1&sig=LsMB\\_2w1j86aNJ\\_KnvIi6CW45-0&hl=uk&sa=X&ved=0ahUKEwi\\_ws3bIKXZAhWGBSwKHVAbB18Q6AEIRDAD#v=onepage&q=modern%20english%20internet%20neologisms%202017&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=ink2DwAAQBAJ&pg=PA266&lpg=PA266&dq=modern+english+internet+neologisms+2017&source=bl&ots=EMPBcgsiQ1&sig=LsMB_2w1j86aNJ_KnvIi6CW45-0&hl=uk&sa=X&ved=0ahUKEwi_ws3bIKXZAhWGBSwKHVAbB18Q6AEIRDAD#v=onepage&q=modern%20english%20internet%20neologisms%202017&f=false) (Last accessed: 18.02.2018).
2. Kerremans D. A Web of New Words. A Corpus-Based Study of the Conventionalization Process of English Neologisms. Series: English Corpus Linguistics. URL: <https://www.peterlang.com/view/product/21977?tab=aboutauthor> (Last accessed: 18.02.2018).
3. Morente A. J. Neologisms on trend. European Parliament. Terminology coordination. 2016. URL: <http://termcoord.eu/2016/10/neologisms-on-trend-2/> (Last accessed: 18.02.2018).
4. Rumsiene G. Word formation patterns in Internet English: neologism glossary. Kaunas. 2009. p. 56. URL: [http://www.knf.vu.lt/dokumentai/failai/katedru/germanu/metodine\\_rumsiene\\_galutine.pdf](http://www.knf.vu.lt/dokumentai/failai/katedru/germanu/metodine_rumsiene_galutine.pdf) (Last accessed: 18.02.2018).
5. Tugiyanto. Internet neologisms in the global web-based English corpus: Theses. URL: <http://opensiuc.lib.siu.edu/theses/1694/> (Last accessed: 18.02.2018).
6. 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](http://elib.crimea.edu/index.php?option=com_content&task=view&id=211) (дата обращения: 27.01.18).
7. 陈原. 语言与社会生活. 北京: 生活读书新知三联书店, 1999. 122 页.
8. 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> (Last accessed: 27.01.18).
9. 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> (Last accessed: 27.01.18).
10. Artemov A., Kushch O. Internet as the Factor of Influence on the Structure of Linguistic Identity of Students of Technical Fields of Study in Comparative Retrospection. Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital. 2017. URL: <http://revistacaracteres.net/revista/vol6n2noviembre2017/internet/> (Last accessed: 18.02.2018).
11. Dijk Ch. N., Witteloostuijn M., Vasić N., Avrutin S., Blom E. The Influence of Texting Language on Grammar and Executive Functions in Primary School Children. Plos one. A peer-reviewed, Open Access Journal. 2016. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4816572/> (Last accessed: 18.02.2018).
12. Crystal D. Breaking down the Internet's influence on grammar and punctuation. Oxford University Press's. Academic Insights for the Thinking World. 2017. URL: <https://blog.oup.com/2017/09/breaking-internets-influence-grammar-punctuation-excerpt/> (Last accessed: 18.02.2018).
13. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/krylatyj> (дата звернення: 28.01.18).
14. Боровенко М. М. Особливості класифікації Інтернет-лексики сучасної китайської мови. 2012. URL: [https://knowledge.allbest.ru/languages/2c0b65625b3ac79a4c53a89421206c37\\_1.html](https://knowledge.allbest.ru/languages/2c0b65625b3ac79a4c53a89421206c37_1.html) (дата звернення: 27.01.18).
15. Глазачева Н. Л. Особенности Интернет-социолекта современного китайского языка. Альманах современной науки и образования. Тамбов, 2009. № 8. С. 48–50.
16. Chinese Internet Slang Glossary. 2017. URL: <https://www.chinasmack.com/glossary> (Last accessed: 27.01.18).
17. Bodle A. How new words are born. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/media/mind-your-language/2016/feb/04/english-neologisms-new-words> (Last accessed: 18.02.2018);
18. Cambridge Dictionary of Neologisms. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms/page/5/> (Last accessed: 19.02.2018).
19. The Internet neologisms and "ICT" speakers glossary. URL: <https://www.vappingo.com/word-blog/great-examples-of-neologisms/> (Last accessed: 18.02.2018).
20. Бортничук Е. Н., Василенко І. В., Пастушенко Л. П. Словообразование в современном английском языке. Харьков: Вища школа, 1988. 261 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/1220822/> (дата обращения: 28.01.18).
21. Лавренюк Е. В. Структурные и семантические особенности неологизмов современного китайского языка. Российский гуманитарный журнал. 2017. Том 6. № 2. С. 154 – 164.
22. Семенов А. Л. Лексика китайского языка. Москва: Восток-Запад, 2007. 288 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/2383496/> (дата звернення: 28.01.18).
23. Горелов В. И. Лексикология китайского языка. Москва: Просвещение, 1984. 216 с.
24. Чабаненко В. А. Основы мовної експресії: монографія. Київ: Вища школа, 1984. С.168 – 214.

**Билиянина В. И. Структурные особенности неологизмов Интернет-социолекта в английском и китайском языках (сопоставительный аспект)**

**Аннотация.** Статья посвящена сравнительному анализу механизмов создания неологизмов современного Интернет-социолекта в английском и китайском языках. Особое внимание уделено определению причин доминанты словосложения (для английского языка) и аббревиации (для китайского) как главных словообразующих механизмов.

**Ключевые слова:** аббревиация, Интернет-социолект, заимствования, конверсия, неологизм, омонимия, словосложение.

**Bilianina V. I. Structural peculiarities of the Internet-sociolect neologisms in English and Chinese languages (comparative aspect)**

**Summary.** The article is dedicated to the comparative analyzes of mechanisms of English and Chinese Internet-sociolect neologisms' formation. Special attention is paid to reasons of dividing blending as the dominant mechanism of neologisms' formation (in English language) and abbreviation (in Chinese language).

**Key words:** abbreviation, Internet-sociolect, loanwords, conversion, neologism, homonymy, blending.