

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Київський національний лінгвістичний університет**  
**Кафедра китайської філології**

Кваліфікаційна робота магістра з китайської філології  
на тему:

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАСМЕДІЙНИХ НЕОЛОГІЗМІВ У  
СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ**

Студентки групи ЗМкит 57-23  
факультету східної і слов'янської філології  
заочної форми навчання

Освітньої програми

Східна філологія: китайська мова і  
література,

переклад, методика навчання

Спеціальності 035 Філологія

Спеціалізації 035.065 Східні мови та  
літератури (переклад включно),

перша – китайська

**Ковальчук Уляни Сергіївни**

Науковий керівник:

канд. філол. наук Трубіцина О. С.

*Допущена до захисту*

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 року

*Завідувач кафедри*

\_\_\_\_\_

(підпис)

(ПІБ)

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

**Київ – 2024**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ МАСМЕДІЙНИХ НЕОЛОГІЗМІВ У КИТАЙСЬКІЙ МОВІ</b> .....	7
1.1 Огляд поняття неологізмів та їх роль у мові .....	7
1.2 Види масмедійних неологізмів у сучасній китайській мові .....	12
1.3 Роль масмедійних неологізмів у формуванні сучасної китайської мови та їх вплив на сприйняття інформації .....	22
Висновки до першого розділу .....	26
<b>РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МАСМЕДІЙНИХ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ</b> .....	28
2.1 Методи дослідження неологізмів в масмедійному дискурсі.....	28
2.2 Вплив масмедійних неологізмів на формування сучасного мовного стилю .....	34
2.3 Роль масмедійних неологізмів у відтворенні сучасних технологій, культурних та соціальних реалій у мові .....	35
Висновки до другого розділу .....	37
<b>РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ В КИТАЙСЬКІЙ МОВІ</b> .....	39
3.1 Передумови зростання кількості неологізмів у масмедійному просторі .....	39
3.2 Особливості вживання неологізмів у масмедійному дискурсі Китаю .....	44
3.3 Перспективи використання масмедійних неологізмів у китайській мові .....	73
Висновки до третього розділу.....	83
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	84
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	86
<b>摘要</b> .....	89

## ВСТУП

В умовах стрімкого розвитку і глобалізації сучасного світу, медіа також є частиною цього великого процесу. Враховуючи швидкість розвитку мережі Інтернет і масових медіа, ми можемо спостерігати за неймовірним зростанням популярності тих чи тих медіаресурсів і появи нових засобів трансляції інформації. В цьому випадку, мова також піддається впливу глобального розвитку, з'являються нові терміни, сталі вирази, фразеологізми тощо. Мова як засіб передачі інформації набуває нових, хоча і незначних, ознак. Лексичний і фразеологічний склад конкретної мови стає ширшим. В свою чергу, це надає можливість якісніше передавати певні реалії, зрозуміло описувати світові нововведення і покращувати процес комунікації. Водночас, факт постійної появи неологізмів у мові може показати нам те, що мова продовжує розвиватися, а також, що мова взаємодіє з іншими мовами. Таким чином, вивчення впливу масмедійних неологізмів дозволяє глибше розуміти взаємодію мови та культури, а також відобразити культурні та соціокультурні зміни у мові. Окрім цього, дослідження масмедійних неологізмів віддзеркалює сучасні тенденції у мовознавстві, звертаючи увагу на зміни у мовленнєвому спілкуванні під впливом масових медіа.

**Актуальність теми** зумовлена значним розвитком масових медіа, інтернет-платформ, соціальних мереж та інших засобів комунікації, що спостерігається в останні роки. Це призводить до активного формування нових слів та термінів для опису нових явищ та технологій. Сучасні технології та культурні тенденції, такі як штучний інтелект, кібербезпека, електронна комерція та інші, вимагають нових слів та виразів для їхнього відображення в китайській мові. Зростаюча глобалізація призводить до інтенсивного міжкультурного обміну, що впливає на лексичний склад мови. Поява нових термінів і слів є необхідною для точного вираження ідей та концепцій у міжнародному контексті. Масові медіа відіграють ключову роль у формуванні

свідомості суспільства. Вони використовують неологізми для швидкого та ефективного висловлення новин, ідей, тенденцій, що відбивають сучасну реальність.

**Метою дослідження** є вивчення особливостей функціонування масмедійних неологізмів у сучасній китайській мові з метою розкриття їхнього впливу на мовну динаміку, культурний контекст та сприйняття інформації в сучасному китайському суспільстві.

**Завдання дослідження:**

- Аналіз неологізмів
- Функціональний вплив
- Соціокультурний контекст
- Особливості використання
- Порівняльний аналіз

**Об'єктом дослідження** виступають масмедійні неологізми в сучасній китайській мові.

**Предметом дослідження** є особливості функціонування та використання масмедійних неологізмів у різних аспектах китайського мовлення та комунікації.

**Матеріалом дослідження** стали 295 неологізмів, які було дібрано методом суцільної вибірки з п'яти словників китайської мови: "Xinhua Zidian" (新华字典); "Hanyu Da Cidian" (汉语大词典); "Cihai" (辞海); "Yiwen Leiju" (艺文类聚); "ABC Chinese-English Dictionary".

**Методи дослідження:**

- Лінгвістичний аналіз
- Семантичний аналіз
- Синтаксичний аналіз
- Корпусне дослідження
- Анкетування та інтерв'ю
- Соціокультурний аналіз

- Порівняльний аналіз

**Наукова новизна** дослідження полягає у розгляді особливостей масмедійних неологізмів в сучасній китайській мові, враховуючи стрімкий розвиток масових медіа та технологій у сучасному світі. Застосування методів лінгвістики, культурології та медіа-студій дозволяє отримати комплексний погляд на взаємодію мови та суспільства через призму масмедійних неологізмів. Дослідження розглядає вплив масових медіа на формування нових слів та виразів, що є особливо актуальним у зв'язку зі зростанням медіа-консумції та розвитком інформаційних технологій. Дослідження розкриває взаємодію масмедійних неологізмів із сучасними технологіями, культурними та соціокультурними змінами, враховуючи нововведення в мовленні. Вивчення неологізмів у китайській мові порівнюється з аналогічними явищами в інших мовах, що може розкрити унікальні особливості та загальні тенденції. Застосування різноманітних методів аналізу, включаючи лінгвістичний, семантичний, та соціокультурний, дозволяє отримати комплексні та глибокі результати. Отримані результати можуть використовуватися для практичних застосувань, таких як розробка освітніх програм, поліпшення комунікаційних стратегій та мовного планування. Врахування результатів дослідження може бути корисним у контексті мовного планування, де формулюються рекомендації щодо регулювання мовних явищ та розвитку мовного стандарту.

**Теоретична значимість** дослідження полягає в тому, що вивчення масмедійних неологізмів сприяє розширенню теоретичних уявлень про процеси формування та еволюції словникового складу мови, враховуючи вплив масових медіа.

**Практична значимість** дослідження полягає в тому, що розуміння масмедійних неологізмів сприяє вдосконаленню методів вивчення мови та сприяє мовному розвитку, особливо у контексті швидкого змінного інформаційного середовища. Дослідження допомагає в удосконаленні комунікаційних стратегій та розумінні сучасних способів вираження думок та

ідей через мовні конструкції, актуальні в масмедійному просторі. Результати дослідження можуть впливати на свідомість суспільства, сприяючи кращому розумінню та адаптації до нових лексичних явищ та тенденцій у мові. Розуміння масмедійних неологізмів корисне для розробки освітніх програм та медіапедагогічних методик, які сприяють розвитку мовних та культурних компетенцій.

**Апробацію результатів** магістерської роботи висвітлено в матеріалах Міжнародної науково-практичної конференції "Ad orbem per linguas. До світу через мови" (Київський національний лінгвістичний університет, 16-17 травня 2024 року).

**Структура роботи.** Ця робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, анотації та списку використаної літератури.

## РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ МАСМЕДІЙНИХ НЕОЛОГІЗМІВ У КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

### 1.1 Огляд поняття неологізмів та їх роль у мові

Неологізм, походить від грецьких слів "νέος" (молодий, новий) і "λογισμός" (судження, вислів), вказує на новий термін, авторське слово або фразу, які знаходяться в процесі введення в загальне використання та ще не включені до загальноживаної мови. Неологізми є історично змінною категорією, представляючи собою одиниці пасивного словника, які ще не встигли увійти або можливо вже не увійдуть у активний словник мовлення, оскільки майже відразу виникають і, можливо, зникають. Вони виникають в результаті появи нових предметів та понять.

Зазвичай неологізми мають недовге існування, але деякі з них увійшли в мову на довгий час, ставши невід'ємною частиною словесності. До 1970-х років в радянській мовознавчій літературі, слова, такі як "орденоносець", "колгосп", "жовтень", "хата-читальня", "стахановець", розглядалися як неологізми, але вже багато з них стали історичними термінами. Слова-неологізми поділяються на лексичні та семантичні, такі як "комп'ютерний вірус" або "пакет пропозицій, програма".

Неологізми виконують різні функції, номінативні та експресивні, служачи для найменування нових понять чи заміни попередніх найменувань. Вони виникають під впливом різних чинників, таких як тенденція до мовної економії, уніфікація номінативних моделей, точніше та виразніше найменування, соціально-політичні чинники, пуристичні тенденції та інші.

Неологізми виникають у мові, по-перше, як результат власне новотворення, шляхом словотворення на основі наявних у мові морфем (такі як роздержавлення, доленосний), переосмислення слів та лексикалізації словосполучень. По-друге, вони можуть виникати як відносно новотворення через запозичення мовних одиниць з інших мов (такі як шоу, спонсор, аеробіка, ламбада, включаючи

словотвірне та семантичне калькування, наприклад, євробачення, команда президента, зоряні війни, п'ятдесят на п'ятдесят) та їх введення у загальнонародну мову з вузьких стильових сфер або територіальних різновидів (такі як мутант, радіаційне забруднення; назви видів риб під час їх промислового освоєння, такі як нототенія, простипома та інші). Також неологізми можуть виникати через актуалізацію застарілих слів, як у випадку соборності та акта злуки в контексті відзначення об'єднання східних і західних земель України в 1919 році.

У періодиці, яка в основному є джерелом для фіксації неологізмів, кількість їх може досягати десятків тисяч за рік у розвинених мовах. Більшість неологізмів (до 90%) становлять терміни. Неологізми вивчаються і фіксуються в центрах неології в ряді мов, таких як англійська, французька, японська, існують спеціалізовані словники нових слів і значень. Українські неологізми, зокрема суспільно-політична лексика, вивчалися в плані загальних словотвірних, лексично-семантичних та стилістичних тенденцій розвитку.

Індивідуально-авторські неологізми активно використовуються в поезії та гумористично-сатиричних творах, їх можна знайти у творчості М. Рильського та Остапа Вишні.

Мова є динамічним явищем, яке постійно еволюціонує під впливом зовнішніх умов і внутрішніх чинників. Рухливість мови є її ключовою рисою, оскільки основна її мета полягає в відображенні змін у суспільстві. Мова розвивається паралельно з розвитком суспільства. Зростання потреб людей та накопичення досвіду призводять до накопичення інформації про навколишній світ, углиблення наукового та художнього пізнання реальності, що обов'язково виражається у мові та реалізується у мовленнєвому спілкуванні.

Важливо відзначити, що різні мовні рівні мають різний рівень динамічності. Фонетика, граматики та синтаксис мови змінюються порівняно повільно, тоді як лексичний рівень мови є найбільш динамічним і вразливим до



змін. Додавання нових лексичних одиниць до словника мови – це необхідний процес розвитку та збагачення мови, що привертає увагу багатьох лінгвістів.

О. В. Ткачик вказує на декілька шляхів, якими може змінюватися лексичний склад мови: вихід з ужитку окремих слів або зменшення їх частотності вживання, поява нових лексичних одиниць для заміни або співіснування з виходячими з ужитку, придбання існуючими одиницями нових значень та зміна форм уже існуючих слів.

У даному дослідженні особливу увагу приділяється одному з напрямків поповнення лексичного складу мови – появі нових лексичних одиниць, або "неологізмів". Далі буде розглянуто це явище більш детально, опираючись на дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених.

У мовах світу щодня з'являються нові слова, які можуть номінувати нові явища або бути результатом творчості мовців. Процес неологізації "призводить до появи інновацій насамперед на рівні лексики, а також на інших рівнях мовної системи", тому неологію можна розглядати як "науку про нові явища мовної системи загалом". У даному дослідженні основна увага зосереджена на визначенні терміну "неологізм"

Підхід до розуміння неологізму на сьогоднішній день є різноманітним. Виділяють два основні підходи: розуміння неологізму як слова або його лексичного змісту, яке відрізняється новизною та сприймається як незвичайне, порівняно із загальновідомими лексичними одиницями; і розуміння неологізму як будь-якого нового слова, що виникло протягом конкретного мовного процесу.

Відповідно до обох підходів, існують дві основні інтерпретації поняття "неологізм":

а) Неологізми представляють собою слова або вирази, створені для позначення нового об'єкта, явища або вираження нового поняття.

б) Неологізми включають в себе слова, а також їхні окремі значення, поєднання слів чи вислови, які або з'явилися в мові на певному етапі її розвитку і сприймаються мовцем як новизна (загальномовні неологізми), або були вжиті

лише в конкретному тексті, ситуації спілкування або в мові конкретного автора (стилістичні або індивідуально-авторські неологізми-оказіоналізми).

Неологізмами в лексиці вважаються слова або значення, які з'явилися у мові недавно. Часові рамки для віднесення одиниць до неологізмів визначаються періодом часу від моменту введення слова в мову, який може коливатися від кількох років до кількох десятиліть (Колоїз, 2009, с. 25-27).

Неологізми найчастіше виникають з метою досягнення конкретних комунікативних цілей у конкретний момент часу та ситуації спілкування. Як продукт дискурсу, нові лексичні одиниці реалізують певні комунікативні наміри. Більшість неологізмів пов'язані з розвитком науки, техніки, культури та економіки, і вони виникають як у міжособистісному дискурсі, так і в дискурсі засобів масової інформації.

Л. Гільбер виокремлює три фактори, що впливають на формування нових лексико-фразеологічних одиниць: деномінативний (необхідність позначити новий об'єкт), стилістичний (потреба в експресивній мові) та тиск мовної системи (утворення можливих слів на основі вже існуючих моделей).

Неологізми тісно пов'язані з okazіональними утвореннями, і К. Пешель у своїй роботі пропонує схему, яка відзначає різницю між okazіональнізмами та неологізмами (Peschel, 2000, с. 6):

Оказіоналізм → Неологізм → Узуалізм → Лексикалізована одиниця

Згідно з цією схемою, кожен неологізм виникає як okazіональнізм. Своєюрідно, кожен okazіональнізм розглядається дослідницею як потенційний неологізм і лексикалізована одиниця. Хоча кожен неологізм раніше був okazіональнізмом, не кожен okazіональнізм перетворюється на неологізм. Також не завжди можна однозначно визначити, до якого класу належить конкретне слово - до okazіональнізмів чи неологізмів. Деякі лексеми спочатку розглядаються як (потенційні) неологізми, але через рідкість вживання або відмову мовців вони пізніше виявляються okazіональнізмами. Те, що спочатку не є лексикалізованим, може стати узуальним пізніше, за певних умов. Таким

чином, це поняття слід розглядати лише в синхронному контексті. Важливо враховувати лише актуальний стан мови "тут і зараз" (Щерба, 2006, с. 105).

Оказіональнізми іноді помилково ототожнюються із неологізмами, але це невірно. Межа між неологізмами та оказіональнізмами полягає на рівні їхньої функціональної реалізації. Формування нового терміну переважно має номінативну мету (виникає необхідність дати назву новому явищу для введення його в суспільну комунікативну практику). Така нова лексична одиниця функціонально створюється для багаторазового використання, поступово входячи до активного словника (за визначених умов). Це власне і є неологізмами.

У зв'язку з розумінням терміна "неологізм" у двох аспектах - вузькому і широкому, слід обговорювати різноманіття не тільки в визначенні критеріїв нових слів, але й у їх класифікації. Залежно від того, на які ознаки звертається дослідник у своїй роботі, існують традиційні або спеціальні класифікації, які враховують ознаки, притаманні лише новим мовним одиницям, які аналізуються (наприклад, поділ неологізмів за ступенем їх новизни, тривалістю існування тощо).

Серед різних спроб мовознавців створити універсальну класифікацію неологізмів можна виділити дві найбільш повні класифікації в сучасній лінгвістиці. Розділяють неологізми, як лексико-фразеологічні новації, на п'ять категорій:

- 1) за формою мовної одиниці;
- 2) за ступенем новизни;
- 3) за способом номінації;
- 4) за відношенням до мови і мовлення;
- 5) за тривалістю існування.

Наша думка полягає в тому, що існуючі класифікації можна розширити, вивчаючи процеси неологізації на фонетичному, граматичному, стилістичному рівнях, крім лексичного.

У вивченні явища неологізмів вчені висловлюють дві протилежні думки. Одні вважають, що з кожним роком з'являється все більше неологізмів - це не тільки історично неминучий, але й життєво важливий процес для мови, який забезпечує її відповідність потребам суспільства, розвиток і збагачення мовної культури народу. Інші дослідники продовжують підтримувати упереджену думку, що була поширена ще у XVIII столітті, і стверджують, що неологізми "псують" народну мову і, так само як і запозичення, є небажаним явищем, яке слід прибирати.

Поскільки кожна мова має свої унікальні особливості, а також відмінності у словотворі та лексичній системі, процес формування та функціонування неологізмів може виявлятися різним для різних мов. Давайте розглянемо рівень розробленості наукової думки щодо сутності та характеристик неологізмів у китайській мові.

## **1.2 Види масмедійних неологізмів у сучасній китайській мові**

У контексті швидкого розвитку технологій та інновацій в сучасному світі, китайська мова відзначається активним формуванням та використанням технічних неологізмів. Це стосується створення нових слів та термінів, які точно відображають та описують найновіші технічні досягнення/

Наприклад, із зростанням використання Інтернету та розвитком цифрових технологій, в китайській мові постійно виникають нові терміни, щоб відобразити цей швидкозмінний цифровий ландшафт. Також спостерігається творення слів, пов'язаних з програмуванням та розробкою програмного забезпечення, адже ця сфера не залишається осторонь від постійного технічного прогресу.

Штучний інтелект, що представляє собою активно досліджувану та розвивається галузь, також вносить свій вклад у розширення лексичного складу китайської мови. Терміни та вирази, пов'язані з машинним навчанням,

розпізнаванням образів та іншими аспектами штучного інтелекту, набувають популярності та широкого використання.

Цей процес створення технічних неологізмів не тільки свідчить про високий рівень технологічного розвитку в Китаї, але й вказує на необхідність мови адаптуватися до сучасних реалій та впливу інновацій у різних галузях.

У сучасній китайській мові виникає значна кількість медійних та журналістських неологізмів, що відображають тенденції в інформаційному просторі та розвиток засобів масової комунікації. Терміни та вирази, які активно використовуються в новинах, журналах, телевізійних та радіопередачах, швидко знаходять шлях до активного лексикону та стають невід'ємною частиною мовленнєвого спілкування.

Зростання популярності медійних платформ, таких як інтернет-новини, соціальні мережі та подкасти, сприяє появі нових слів та виразів, які точно відображають специфіку сучасної інформаційної сфери. Такі неологізми можуть стосуватися як термінів, пов'язаних з цифровим журналізмом та онлайн-медіа, так і відображати нові підходи до представлення інформації та взаємодії з аудиторією. Наприклад, терміни, як "вірусний контент", "подкаст", "стрімінгові новини" та інші, активно використовуються в медійному просторі та стають частиною загальноприйнятої лексики. Журналісти використовують такі вирази для точного та ефективного висловлення концепцій, які можуть бути новими або недавно введеними в сфері масової інформації.

Слова з сфери розваг в сучасній китайській мові швидко збагачують лексикон та стають невід'ємною частиною мовленнєвого обміну. Зокрема, загальноприйняті терміни та слова, які виникають у медійній сфері, особливо в контексті розважальних галузей, таких як кіно, музика, телебачення та інші, відображають сучасні тенденції в розважальній індустрії.

У зв'язку із швидким розвитком технологій та доступністю медійних засобів, нові слова та фрази з'являються для опису нових форм розваг, трендів та культурних подій. Такі неологізми можуть включати терміни, пов'язані з

віртуальною реальністю, ігровою індустрією, а також вирази, що визначають нові жанри та стилі у світі розважальних засобів. Наприклад, терміни "віртуальна реальність", "гейміфікація", "стрімінговий сервіс", "біндер" та інші швидко стають частиною мовленнєвого обміну та використовуються для опису новаторських концепцій та продуктів у сфері розваг.

Слова, пов'язані з соціокультурними подіями, в сучасній китайській мові є важливим елементом виразності та комунікації. Культурні, спортивні та інші події стають джерелом нових слів і фраз, які активно використовуються в мас-медійному середовищі. Наприклад, великі культурні події, такі як фестивалі, виставки мистецтва, культурні феномени, що набувають популярності, можуть породжувати унікальні терміни та вирази. Спортивні змагання та досягнення атлетів також призводять до виникнення специфічної лексики, яка швидко інтегрується в мовленнєвий обіг.

У світі моди важко уникнути термінів, які описують нові тренди, дизайнерські напрями та стилі. Ці слова нерідко знаходять своє місце в мас-медійних джерелах, коментарях та обговореннях на соціальних мережах.

Соціокультурні події також впливають на мовлення через розмови та обговорення в громадському просторі. Нові ініціативи, рухи та культурні явища формують свою унікальну лексику, яка розгортається в онлайн та офлайн спілкуванні.

Враховуючи різноманітні сфери соціокультурного життя, китайська мова активно аплікує нові слова та вирази, щоб відобразити багатогранність та динаміку подій у сучасному суспільстві. Це свідчить про тісний зв'язок мови з культурою та відзеркалює постійний розвиток суспільства та його вплив на мовленнєвий простір.

Екологічні неологізми в сучасній китайській мові відіграють важливу роль у висвітленні росту екологічної свідомості та турботи про навколишнє середовище. Спостерігається зростання уваги до проблем екології, що

призводить до виникнення нових термінів та виразів, які широко використовуються в мас-медійних ресурсах.

Слова, пов'язані з відновлювальною енергетикою, утилізацією відходів, екологічними технологіями та зеленим будівництвом, стають актуальними та важливими в контексті обговорень про екологічні питання. Ці нові терміни не лише відображають технічний прогрес у сфері екології, але й сприяють формуванню екологічного словника для зручного спілкування та розуміння екологічних викликів.

Екологічні неологізми також знаходять своє місце в розгорнутій інформаційній кампанії про екологічні проблеми. Це дозволяє ефективно передавати важливі концепції та ідеї, пов'язані з охороною навколишнього середовища, на широку аудиторію.

Одним із прикладів може бути використання нових слів, що позначають концепції сталого розвитку, екологічної ефективності та біорізноманіття. Ці терміни не лише сприяють точному вираженню ідей, але й сприяють формуванню свідомого відношення до екологічних питань серед населення.

Неологізми постійно виникають у мові і охоплюють всі аспекти людської діяльності, відображаючи зміни, які відбуваються в житті суспільства. Їх виникнення обумовлене різними причинами. По-перше, це потреба людини давати назви новим предметам, явищам, поняттям, діям, властивостям, наприклад: флешка, айфон, драйвер, тітушки, роумінг, провайдер, айпад, оригамі. По-друге, це потреба замінити назву реальності, яка існує в мові, новою лексемою, точнішою та зручнішою для спілкування, наприклад: комюніке, пріоритет, саміт. По-третє, це бажання назвати образно той чи інший предмет, явище, поняття, якість, дію; такі неологізми виконують у мові художньо-образну функцію, наприклад: яблуново, затрояндити, сколінений, життєсмерть і под.

Нові лексеми в мові виникають різними шляхами, такими як запозичення з інших мов, словотворення на базі рідної мови або запозичених елементів, а також внаслідок семантичного дериваційного процесу. Запозичення з інших мов

може включати слова, що позначають поняття з інформаційних технологій, такі як спам, тролінг, гаджет, або терміни з сфери суспільно-політичного життя, наприклад: бренд-менеджер, стейкхолдер, тьютор, промоутер, дигер та інші. Це обумовлено лакунарністю української мови і потребою в нових словах для опису сучасних явищ.

Отже, значна кількість інноваційної лексики в сучасних українських ЗМІ свідчить про постійні зміни в суспільстві, а також про потребу мови в адаптації та розвитку для відображення нових реалій.

Від іншомовних слів, які адаптовані до української мови за звичайними для неї словотвірними моделями, може виникати ряд спільнокореневих новоутворень, утворюючи так звані словотвірні гнізда. Прикладами таких новоутворень є слова "гуглити," "гуглення," "розвіртуалитись," "забанити," "спамити," "тролити" та інші. Наприклад, вираз "Порошенко пожалівся, що його тролять через телемедицину в селі" (з новин "Інтер") використовує неологізм "тролять" для вираження ідеї негативного впливу на президента.

Мовознавець Ірина Фаріон вказує на поширення нового слова "троль" та походження його як символу скандинавської культури, що може збагатити українську мову різноманітними синонімами до слова "біс."

Дослідник О. Стишов у своїй статті "Семантичні неологізми в дискурсі українськомовних мас-медіа початку XXI століття" висловлює твердження, що процеси семантичної деривації є потужним фактором, що сприяє інноваційним змінам у мові. Він підкреслює, що розвиток теорії семантичної деривації є важливим завданням, оскільки кількість неосемантизмів постійно зростає та різноманітнюється, заповнюючи лексичні прогалини і збагачуючи емоційно-експресивні засоби української мови.

У китаєзнавстві, так само, як і в загальній лінгвістиці, ще не визначено однозначного підходу до розуміння поняття "неологізм". Безперечно, лексика китайської мови постійно поповнюється новими лексичними одиницями, які відображають сучасні та нові явища і поняття. Проте у китайському мовознавстві



поняття "неологізм" (у китайській мові 新词语 – xīn cí yǔ) має свої відмінності та тенденції (郭嘉伟, 亢世勇, 2007, с. 422).

У китайському мовознавстві існує декілька різних визначень поняття "неологізм" на сучасний момент:

1. Неологізми – це нові лексичні одиниці, які формуються з використанням традиційних словотвірних моделей китайської мови. Ці нововведення задовольняють потреби суспільства у назвах фрагментів реальності, що виникають внаслідок розвитку суспільних структур та еволюції різних сфер діяльності. Також неологізмами можуть бути слова, запозичені з інших мов або діалектів, які отримують нові способи вживання та нове значення в мові (江蓝生, 2014, с. 9-13).

2. Неологізми – це лексичні одиниці, що виникли в китайській мові недавно, разом із з'явою нових предметів, концепцій або явищ, а також слова, які вживалися раніше, але отримали нове значення та використовуються регулярно тільки в новому контексті (刁宴试、盛继艳, 2003, с. 4-10).

3. Неологізми – це слова, які раніше існували в китайській мові на певний період, але змінили своє значення та стали вживатися в нових контекстах, або слова, які введені в обіг нещодавно (俞允海. 论新词语研究, 2020, с. 221).

4. Неологізми – це нові слова або словосполучення, які поки ще не закріпилися у мові та не увійшли в активний словниковий запас, а їхні новизна відчувається самими носіями мови .

В китайському мовознавстві та працях китаєзнавців можна виділити три основні підходи до розуміння явища неологізму в китайській мові. Перший підхід включає до неологізмів не лише нові лексичні одиниці, створені за словотвірними моделями китайської мови, але й запозичення з інших мов, професіоналізми, веньянізми, діалектизми, а також застарілу лексику, яка отримала нове значення. Прихильники другого підходу розглядають неологізми як нові слова, які описують нові предмети та явища, що з'явилися внаслідок

розвитку науки і техніки, а також слова, що отримали новий зміст. Згідно з третім підходом, неологізми – це власне нові слова, вже існуючі в мові слова, які отримали новий сенс, або застарілі лексичні одиниці, що повернулися до активного вживання.

Отже, вони згодні, що до неологізмів можуть входити не тільки новотвори, але й переосмислені лексичні одиниці. Визначення неологізмів за денотативною ознакою (як слів, що позначають нові реалії) або стилістичною (які є ефектом новизни) не охоплює всі випадки, що виникають у мові. Зазначимо, що їх розглядання як слів, що відсутні у словниках, не базується на властивих мовним засобам особливостях.

На нашу думку, найповніше поняття неологізму в китайській мові розкривається у визначенні китайського дослідника Лю Сяо Наня, який визначає неологізм як нове слово, яке носій мови творить та використовує для чіткого вираження нової ідеї чи поняття, коли він не може знайти відповідного слова у звичайному словнику або в повсякденній лексиці. Це визначення, хоча й вузько-наукове, проливає світло на причини виникнення неологізмів, а саме на необхідність створення нових слів для назви нових явищ та понять.

Вивчаючи появу неологізмів у китайській мові, вчені виділяють дві основні групи чинників: позамовні (зовнішні) та лінгвістичні (внутрішні)..

Позамовні чинники включають соціально-культурні та соціально-психологічні аспекти. Соціально-культурні чинники визначаються взаємодією китайців з представниками інших національностей та іншими країнами. Соціально-психологічні чинники включають в себе психологію колективу та тенденції наслідування. Лінгвістичні фактори включають нові мовні одиниці, створені в рамках існуючих словотворчих моделей або шляхом переосмислення мовних форм.

У свою чергу, дослідниці Т. А. Уривська та А. Р. Алікберова вказують, що всі сучасні зміни в мові пов'язані з двома процесами: спрощенням мовної системи та виникненням нових реалій, для яких використовуються неологізми.

Це явище також описував дослідник А. Мартіне ще у ХХ столітті, визначаючи головною рушійною силою змін в мові принцип економії, або прагнення людини зменшити свою розумову та фізичну діяльність.

Поява неологізмів народжується, насамперед, внаслідок соціального розвитку, прогресу науки та технологій, а також з'явлення нових явищ та предметів, які потребують нових найменувань. Китайський вчений Юй Юньхан вбачає відсутність нових слів у мові як відсутність прогресу у суспільстві (俞允海. 论新词语研究, 2020).

Отже, неологізми в китайській мові представляють собою нові слова або словосполучення, які не існували раніше, або існуючі лексичні одиниці, які отримали нове значення і тепер вживаються в цьому новому контексті. Основною характеристикою неологізмів є виражений відтінок новизни. Як лінгвістичні, так і позамовні чинники продовжують впливати на постійний ріст кількості нових слів у китайській мові.

Явище неологізмів в китайській мові отримало широке дослідження в китайській та українській науковій літературі, а також в працях вчених-китаїстів з інших країн. Зазначено, що існують детальні класифікації неологізмів за різними критеріями, такими як структурний, етимологічний, семантичний та тематичний.

Китайські дослідники, такі як Го Хунцзі та Чжоу Цінцін, розподіляють неологізми за місцем їх виникнення, виділяючи групи, такі як ті, що виникли на континентальному Китаї, або ті, що увійшли в китайську мову з Гонконгу, Макао і Тайваню, серед інших. Крім того, виділяється окрема група неологізмів, які виникли в Інтернет-середовищі.

Окрім того, українська дослідниця О. Тихонова розглядає неологізми за історичним критерієм, поділяючи їх на групи відповідно до періоду введення в китайську мову. Зазначається, що темпи розвитку суспільства безпосередньо впливають на швидкість появи неологізмів, зокрема, сучасний етап

характеризується активним виникненням нових слів, що обумовлено економічним, науковим та технічним прогресом, а також злиттям економічних і науково-технічних термінів.

У наукових дослідженнях також приділяється увага структурним та семантичним характеристикам неологізмів китайської мови. Було розроблено кілька типологій китайських неологізмів, базуючись на цих критеріях. За обчисленнями, серед нових слів, що увійшли в китайську мову за останні десятиліття, переважають слова із трьох складів (наприклад, 单人族 dān rén zú - "люди, що воліють жити на самоті і уникають інших людей").

Крім того, А. А. Хаматова зауважує, що в китайській мові в останні роки з'являється все більше так званих "літерних" неологізмів. Тенденція до створення нових слів, які поєднують в собі використання літер латинського алфавіту та цифр, залишається практично незмінною.

Узагальнюючи сучасні дослідження способів творення неологізмів у китайській мові, які провели можна виділити наступні основні словотвірні моделі та способи творення нових слів:

1. Словоскладання: об'єднання компонентів слова, де сенс нової лексичної одиниці залежить від значення його складових морфем. Розділяється на складні слова сурядні та підрядні.
2. Напівафіксація: долучення напівзнаменних морфем до кореня слова, включаючи напівпрефіксацію та напівсуфіксацію.
3. Афіксація: додавання афіксів до знаменних слів, подібно до префіксації та суфіксації.
4. Транспозиція: переміщення лексичної одиниці з однієї частини мови в іншу.
5. Редуплікація: подвоєння знаменної морфемі або складання двох ідентичних морфем.
6. Фонетичне відокремлення: розмежування двох варіантів однієї морфемі, включаючи зміну наголосу, тону та етимологічного тону.

7. Семантичне відокремлення: розщеплення лексичної одиниці, внаслідок чого з'являються два омоніми.

8. Контракція: аббревіація складних лексичних одиниць за різними морфемними типами.

Аналіз показав, що більшість нових слів утворюються за допомогою складних слів, які базуються на атрибутивному типі зв'язку. Ця атрибутивна модель є однією з найбільш продуктивних у сучасному китайському словотворенні, де один елемент слова позначає предмет, а інший – його ознаку.

Ще одним продуктивним методом створення неологізмів у китайській мові є суфіксальний підхід. Серед активних суфіксів, які часто використовуються для творення нових слів, вчені виділяють 族 (zú), 门 (mén), 哥 (gē), 体 (tǐ). Деякі з афіксів і напівафіксів, таких як 多 (duō), 高 (gāo), 软 (ruǎn), 大 (dà), 热 (rè), 户 (hù), 盲 (máng), 坛 (tán), 感 (gǎn), також вважаються продуктивними засобами словотворення в сучасній китайській мові (Хаматова, 2000, с. 12).

Ще однією з ефективних моделей словотворення в сучасній китайській мові є морфемна контракція, тобто "утворення нових слів шляхом випадання значущих компонентів (морфем) зі складних слів або термінологічних словосполучень". Прикладом неологізмів, сформованих за цією моделлю, можуть бути слова, такі як 弃疗 (qìliáo) від 放弃 治疗 (fàngqì zhìliáo) – "відмовитися від лікування"; 全深改 (quán shēn gǎi) від 全面 深化改革 (quánmiàn shēnhuà gǎigé) – "всебічне поглиблення реформ" та інші.

З початку 2010-х років в китайській мові також відзначається тенденція використання звуконаслідувальних та інтонаційних елементів для створення нових слів. Прикладом може слугувати термін 壁咚 (bì dōng) – спосіб вираження почуттів, зізнання в коханні, що часто використовується у китайських та корейських романтичних серіалах і фільмах, коли чоловік притискаючи дівчину до стіни (壁 bì), видає звук 咚 (dōng) ("тук") рукою.

Дослідниці Т. А. Уривська та А. Р. Алікберова відзначають поширений у сучасній китайській мові тип неологізмів, що відомий як "літерні" неологізми. В цьому контексті виділяють такі підгрупи лексичних одиниць:

- неологізми, які складаються тільки з букв, наприклад: ВАТ – скорочення для трьох найбільших інтернет-сайтів у Китаї (Baidu, Alibaba, Tencent);

- неологізми, які включають ієрогліфи та латинські букви, наприклад: Н 族 – Н zú (Н – high, healthy, honest, harmony, honey, hope, handsome) – для позначення людей, які володіють високими моральними якостями та інтелектом;

- неологізми, які поєднують ієрогліфи та цифри, наприклад: 37 度婚姻 – 37 dùhūnyīn – що вказує на міцність шлюбу в образному розумінні;

- неологізми, що складаються з ієрогліфів, латинських букв та цифр, наприклад: 2Н 淮測 – 2Н zhǔnzé – для позначення правил під час змагання, де Н означає humble та hungry.

В контексті тематичного критерію вчені виділяють неологізми у різноманітних сферах суспільства, таких як повсякденне спілкування (особливо активна група неологізмів у Інтернет-спілкуванні), політика, економіка, наука і техніка, медицина, освіта та інші. В даному дослідженні акцентується увага на неологізмах китайської мови, пов'язаних із сферою науки і техніки, зокрема в галузі інформаційних технологій (ІТ), яка нині розвивається інтенсивно в Китаї та світі, що призводить до виникнення великої кількості нових мовних термінів.

### **1.3 Роль масмедійних неологізмів у формуванні сучасної китайської мови та їх вплив на сприйняття інформації**

Активне використання масмедійних неологізмів в сучасній китайській мові свідчить про важливу роль, яку вони відіграють у контексті адаптації до технологічного прогресу. Спостереження за лексичним обличчям китайської

мови відкриває широкий спектр нових термінів, які виникають для висловлення інновацій, технологічних концепцій та сучасних винаходів.

Завдяки використанню масмедійних неологізмів, китайська мова стає відзначеною своєю здатністю адаптуватися до швидкозмінюваних реалій технологічного світу. Це визначається не тільки розширенням лексичного запасу, але й створенням точних та конкретних термінів, спеціально призначених для опису новітніх винаходів, програм, гаджетів та інших технічних досягнень.

Зазначимо, що цей процес не тільки відбиває внутрішню сутність технологічного розвитку, але й впливає на сприйняття цих змін у суспільстві. Масмедійні неологізми не лише забезпечують мовні інструменти для висловлення технічних концепцій, але також допомагають створювати специфічне мовне середовище, яке відображає та відповідає сучасним вимогам інноваційного суспільства. Таким чином, використання масмедійних неологізмів у контексті технологічного розвитку в китайській мові є не просто лінгвістичним явищем, але і важливим аспектом культурного вираження та сприйняття інновацій в китайському суспільстві.

Використання масмедійних неологізмів в сучасній китайській мові виступає не лише як лінгвістичне явище, але й як важливий елемент формування культурної ідентичності країни. Ці нові слова та терміни відзеркалюють не лише технологічні досягнення та соціокультурні події, але і передають особливості культурного коду, цінностей та поглядів, що є актуальними для китайського суспільства.

Використання масмедійних неологізмів стає своєрідним елементом культурної комунікації, де мова виступає не лише засобом передачі інформації, але й знаряддям вираження ідентичності та самосвідомості. Ці новоутворення не просто вписуються у мовний ландшафт, але стають активним конструктивним елементом, що сприяє формуванню унікальної мовної картини світу та культурних особливостей.

Безсумнівно, масмедійні неологізми є своєрідним мовним відображенням сучасного китайського суспільства. Вони не тільки ілюструють технічний прогрес та соціокультурні трансформації, але й вносять внесок у формування унікальної культурної ідентичності, яка відзначається своєрідністю, сучасністю та відкритістю до нових ідей та тенденцій. Таким чином, використання масмедійних неологізмів має значущий вплив на сприйняття та розуміння культурних особливостей у сучасному Китаї.

Використання масмедійних неологізмів в сучасній китайській мові виконує важливу роль у стимулюванні мовної творчості серед мовців. Ці нові слова та вирази стають катализатором для творчого мислення, спонукаючи до формування оригінальних концепцій та виразного висловлення ідей.

Масмедійні неологізми стають своєрідними інструментами для розширення лексичного запасу та вдосконалення мовленнєвих навичок. Їхнє використання викликає не лише потребу у використанні нових слів, а й сприяє утворенню нових фраз, висловів та виразів. Мовці, намагаючись використовувати ці неологізми, залучають до процесу творчого виявлення, що активно впливає на рівень їхньої мовної компетентності. Такий підхід до використання масмедійних неологізмів сприяє еволюції мови, дозволяючи їй адаптуватися до сучасних тенденцій та виражати нові ідеї та концепції. Цей процес, у свою чергу, стимулює творчість мовців, що сприяє формуванню багатогранного та живого мовлення. Таким чином, масмедійні неологізми виступають не лише як засіб комунікації, але й як потужний інструмент для розвитку мовної творчості та самовираження в сучасній китайській мові.

Використання масмедійних неологізмів у мас-медіа відіграє ключову роль у впливі на сприйняття інформації аудиторією. Ці нові терміни, створені для опису сучасних явищ та подій, відзначаються високою конкретністю та точністю, що сприяє полегшенню зрозуміння і підвищує ефективність обміну інформацією.

Масмедійні неологізми допомагають вирізнятися та виділятися в інформаційному потоці, роблячи мовлення більш насиченим та виразним. Їхнє



використання в контексті мас-медіа дозволяє впроваджувати та поширювати нові ідеї, концепції та технологічні досягнення серед глядачів та читачів. Цей вплив на сприйняття інформації зумовлює не лише зростання лексичного багатства аудиторії, але й стимулює активну участь в сучасних соціокультурних дискусіях.

Масмедійні неологізми служать інструментом ефективної комунікації, який сприяє ясному та зрозумілому обміну інформацією в сучасному медійному середовищі. Їхня роль у формуванні мовленнєвого простору та вплив на сприйняття інформації підкреслюють важливість цих неологізмів у сучасній китайській мові та медійному просторі загалом.

Масмедійні неологізми відіграють значну роль у формуванні нових концепцій та ідей, що відображають актуальні сучасні тенденції та виклики. Вони є не лише засобом комунікації, але й важливим інструментом для вираження та розуміння нових явищ у суспільстві.

Сприймаючи та впроваджуючи масмедійні неологізми, сучасна китайська мова адаптується до стрімкого розвитку суспільства та технологій. Ці нові слова та терміни дозволяють ефективно висловлювати й описувати нові концепції, що виникають в різних галузях життя. Крім того, масмедійні неологізми впливають на формування культурної ідентичності суспільства, відображаючи його цінності та особливості через призму нових концепцій та термінів. Цей процес сприяє активному розгортанню культурного діалогу та взаєморозумінню. Завдяки масмедійним неологізмам формується новий лексичний та концептуальний апарат, який відображає динаміку розвитку суспільства та різноманіття його аспектів. Це сприяє створенню позитивного та активного мовного середовища, а також розширенню культурного та мовного доробку.

## Висновки до першого розділу

У першому розділі дослідження зосереджено увагу на аналізі масмедійних неологізмів у китайській мові, визначивши їх як ключові елементи мовної еволюції. Було виявлено, що неологізми відіграють важливу роль у відображенні соціальних змін і розвитку засобів масової інформації.

Масмедіа в Китаї відіграють важливу роль у створенні та розповсюдженні нових лексичних одиниць, що відображають суспільні зміни, технологічний розвиток та культурні особливості. Через популярність цифрових та соціальних медіа неологізми швидко потрапляють у вжиток серед різних верств населення.

Китайські масмедійні неологізми часто мають яскраво виражене культурне або соціальне забарвлення, що відображає сучасні суспільні тенденції, такі як економічне зростання, урбанізація, глобалізація та розвиток технологій. Вони нерідко є комбінаціями існуючих китайських ієрогліфів або запозиченнями, адаптованими до китайської фонетичної системи.

Масмедійні неологізми в китайській мові включають нові терміни, пов'язані з технологіями, соціальними мережами, інтернет-культурою та сучасними проблемами. Їх можна класифікувати за формальними ознаками (словосполучення, акроніми, скорочення) і за значенням (соціальні, політичні, економічні).

Найпоширенішими механізмами творення неологізмів у китайській мові є комбінація ієрогліфів з новими смисловими значеннями, скорочення багатослівних конструкцій та створення нових слів через запозичення та калькування іноземних слів. Масмедійні неологізми часто містять елементи сучасного сленгу або популярних виразів, що робить їх зрозумілими та доступними для масового вжитку.

Масмедійні неологізми збагачують китайську мову, додаючи нові засоби вираження сучасних реалій. Водночас вони сприяють розвитку мовної гнучкості,

полегшують міжкультурний обмін та сприяють адаптації мови до умов глобалізованого світу.

Таким чином, масмедійні неологізми є важливим показником динамічного розвитку китайської мови, її здатності інтегрувати сучасні реалії та ефективно виражати нові соціокультурні та економічні концепції. Розгляд джерел та особливостей формування цих нових лексичних одиниць показав, що масмедійні платформи виступають каталізаторами появи нових слів, які адаптуються до сучасних реалій. Крім того, було досліджено вплив неологізмів на сприйняття інформації, що підкреслило їхню здатність формувати нові смисли та впливати на мовну свідомість суспільства. Отож, аналіз масмедійних неологізмів дозволив глибше зрозуміти їхню роль у формуванні сучасної китайської мови, відображаючи як динаміку медіапростору, так і еволюцію самої мовної системи.

## РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МАСМЕДІЙНИХ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

### 2.1 Методи дослідження неологізмів в масмедійному дискурсі

Китайські масмедіа, зокрема новини, соціальні мережі, телевізійні програми та інші онлайн-ресурси, постійно продукують та поширюють нові слова і вирази, які відображають соціальні, політичні та культурні зміни в суспільстві. Для дослідження цих процесів необхідний ретельний контент-аналіз, спрямований на виявлення частоти вживання, контексту та значення неологізмів, що з'являються у китайському мовному просторі. Контент-аналіз текстів у рамках цього підходу спрямований на те, щоб відслідковувати, як часто нові слова зустрічаються в масмедіа, в якому контексті вони вживаються та як поступово інтегруються в повсякденне мовлення. Цей процес може включати систематичне дослідження публікацій на платформах соціальних мереж, таких як Weibo та WeChat, які є основними каналами комунікації в Китаї. Також важливим аспектом є аналіз телевізійних програм, новинних ресурсів, онлайн-форумів та блогів, оскільки ці медіа виконують роль джерел нової лексики, яка швидко поширюється завдяки їх широкій аудиторії. Соціальні медіа особливо впливають на появу та популяризацію нових термінів, оскільки вони дозволяють користувачам безпосередньо взаємодіяти з новими концепціями і активно їх використовувати в коментарях та дописах.

Інструменти, що використовуються для такого аналізу, зазвичай включають спеціалізовані системи лінгвістичного аналізу текстів, що підтримують китайські ієрогліфи та враховують специфіку китайської мови. Оскільки китайська мова має свої унікальні графічні та граматичні особливості, для її дослідження необхідно використовувати інструменти, здатні аналізувати ієрогліфічні системи письма. До таких інструментів можна віднести програмне забезпечення, яке аналізує частотність вживання нових термінів та відслідковує їх поширення в різних видах медіаконтенту. Аналітичні платформи, що

спеціалізуються на китайській мові, дозволяють вивчати не тільки лексичні нововведення, але й їхній вплив на мовлення в цілому, а також на адаптацію цих неологізмів у різних регіонах та соціальних групах.

Аналіз медіаконтенту також передбачає дослідження того, як неологізми змінюються у процесі використання. Наприклад, деякі слова можуть набувати нових значень або змінювати свою граматичну структуру в залежності від контексту, у якому вони вживаються. Цей аспект є важливим для розуміння того, як мова еволюціонує під впливом масмедіа, оскільки нові слова можуть бути засвоєні різними верствами суспільства по-різному. Часто неологізми, які спершу виникають у певних субкультурах або професійних групах, швидко виходять за межі цих спільнот та починають використовуватися ширшою аудиторією.

Психолінгвістичні експерименти, спрямовані на вивчення когнітивних процесів засвоєння нових слів і понять в китайській мові, є важливою складовою дослідження людського сприйняття мови і розвитку когнітивних здібностей. Китайська мова має низку унікальних особливостей, які роблять її надзвичайно цікавим об'єктом для аналізу з точки зору психолінгвістики. Одним із ключових аспектів є те, що китайська мова є тональною, тобто зміна тону вимови може змінювати значення слова. Це додає додатковий шар складності до процесу запам'ятовування і впізнавання нових слів, оскільки необхідно не тільки вивчити новий звук або форму слова, але й чітко розрізняти тональні відтінки. Цей фактор значною мірою впливає на результати психолінгвістичних експериментів, оскільки учасникам доводиться опановувати нові для себе тональні варіації. Експериментальні дослідження в цій галузі проводяться за участю групи людей, яким пропонуються для вивчення неологізми — нові слова або поняття, що з'являються в медіапросторі чи на межі різних сфер суспільного життя. Важливою складовою експерименту є тестування учасників на здатність впізнавати, запам'ятовувати і правильно використовувати ці слова в мовленні або письмі. У процесі експерименту досліджується не лише сам факт

запам'ятовування, але й те, наскільки глибоко нове слово інтегрується в когнітивну систему індивіда, чи спроможний він використати це слово в новому контексті, вжити його в розмові або письмово відобразити у відповідній ситуації. Окрім тональної складової, у психолінгвістичних експериментах з китайською мовою велике значення має також графіка ієрогліфів. Китайські ієрогліфи представляють собою складну систему знаків, які відрізняються значною кількістю деталей і вимагають від людини високого рівня візуальної уваги і запам'ятовування. На відміну від алфавітних мов, де слова складаються з літер, що можуть легко комбінуватися, китайські ієрогліфи є більш уніфікованими й кожен окремий знак може мати безпосереднє смислове значення. Тому для учасників дослідження важливим є не лише звуковий компонент, а й візуальне сприйняття знаків, що також вимагає зосередженості та вправності у розпізнаванні графічних образів. Це є критичним аспектом процесу навчання та когнітивного опрацювання нових слів і понять.

Основною метою корпусного аналізу є дослідження великих обсягів текстів на китайській мові для виявлення частотності і варіативності використання неологізмів, тобто нових слів та виразів, які нещодавно з'явилися в мові і почали активно вживатися у різних контекстах. Такий аналіз дозволяє отримати глибоке розуміння мовних тенденцій, зокрема як нові слова входять у загальне мовне вживання, в яких сферах вони використовуються, і наскільки швидко вони стають частиною повсякденної мови. Процес корпусного аналізу починається з формування великих текстових баз даних, що складаються з матеріалів різних джерел. Зазвичай для цього використовуються тексти з медіа, публікації з газет, журналів, онлайн-платформ, а також офіційні документи та інші письмові матеріали. Окрім того, в корпусний аналіз можуть входити соціальні мережі, блоги, форуми, де мова розвивається особливо швидко через активне використання неформальних виразів і нових слів. Для аналізу таких баз даних використовуються спеціальні платформи і інструменти. Однією з найбільш поширених платформ для корпусного аналізу китайської мови є

Пекінський національний корпус китайської мови, який містить величезний масив текстів і дозволяє проводити аналіз на основі різних параметрів, таких як частота вживання слів, граматичні особливості, контексти використання та інші лінгвістичні фактори.

Результати такого аналізу дають змогу визначити, які неологізми є найбільш популярними і часто вживаними у різних сферах життя, наприклад, у політиці, бізнесі, культурі чи повсякденному спілкуванні. Це дозволяє дослідникам отримати уявлення про те, як швидко нові слова інтегруються в мову, в яких контекстах вони використовуються найчастіше, а також як змінюється їх значення залежно від часу і обставин. Крім того, корпусний аналіз дозволяє дослідити регіональні варіації у використанні неологізмів, оскільки китайська мова має велику кількість діалектів і мовних варіантів, що може впливати на те, як нові слова сприймаються і засвоюються в різних частинах Китаю.

Соціолінгвістичний аналіз, спрямований на дослідження використання неологізмів у різних соціальних групах китайського суспільства, є надзвичайно важливою частиною вивчення того, як нові мовні форми адаптуються і поширюються серед населення. Метою цього аналізу є виявлення відмінностей у використанні неологізмів між різними групами людей, зокрема між молоддю та старшими поколіннями, а також залежно від рівня освіти, професійної сфери, географічного положення та інших соціальних факторів. Китайське суспільство, як і багато інших, характеризується великою соціальною і культурною різноманітністю, тому дослідження цих аспектів дозволяє краще зрозуміти, як саме різні соціальні групи сприймають нові мовні явища. Процес соціолінгвістичного аналізу зазвичай включає проведення опитувань і соціологічних досліджень, під час яких дослідники вивчають, як різні групи людей сприймають і використовують нові слова, що з'являються в медіапросторі. Окремо увага приділяється дослідженню молодіжної культури, яка є основним джерелом нових неологізмів, багато з яких виникають через вплив інтернету і

цифрових платформ. Наприклад, в китайському медіапросторі популярні платформи, такі як Douyin (аналог західного TikTok), відіграють ключову роль у швидкому поширенні нових слів, виразів і сленгових форм серед молоді. Завдяки цим платформам нові неологізми часто набувають популярності у рекордні строки, і багато з них стають частиною загального мовного вжитку не лише серед молодих людей, а й у ширших верствах суспільства. Однак, варто зазначити, що вплив неологізмів і їхнє сприйняття може значно відрізнятись залежно від вікової, освітньої або професійної категорії. Молодь частіше використовує нові слова, які виникають на основі інтернет-сленгу або поп-культури, тоді як старші покоління можуть бути менш схильними до прийняття таких змін, надаючи перевагу більш традиційним формам мови. Освічені верстви населення, зокрема ті, хто має доступ до академічної або професійної лексики, також можуть проявляти більшу схильність до адаптації нових термінів, зокрема в наукових або технічних галузях, тоді як люди з меншим рівнем освіти можуть повільніше інтегрувати нові слова у своє повсякденне мовлення. Регіональні відмінності також відіграють важливу роль у процесі поширення і використання неологізмів. Китай має велику кількість діалектів і регіональних варіантів мови, що може впливати на те, як нові слова сприймаються і використовуються в різних частинах країни. Наприклад, нові неологізми, що виникають у великих міських центрах, таких як Пекін або Шанхай, можуть швидко поширюватися у цих регіонах, але з меншою швидкістю проникати у віддаленіші сільські райони або регіони з сильними місцевими діалектами. Особливу увагу соціолінгвістичний аналіз приділяє також культурним факторам і впливу глобалізації на китайське суспільство. Інтернет-культура і глобальні тренди часто впливають на молодіжний сленг і неологізми, що виникають під впливом західної поп-культури, музики, фільмів або відеоігор. Проте важливо відзначити, що багато таких нових слів і виразів адаптуються до локальних культурних контекстів, набуваючи унікальних значень або вживаючись у специфічних ситуаціях, що робить їх цікавим об'єктом для подальших досліджень.



Процес етнолінгвістичного дослідження передбачає глибокий аналіз зв'язку між традиціями Китаю та новими реаліями, що з'являються внаслідок соціальних і культурних змін. Китай має багату культурну спадщину, де велике значення надається сімейним цінностям, конфуціанським принципам і повазі до старших. Ці елементи відіграють ключову роль у формуванні мовних структур і нових термінів. З іншого боку, сучасне китайське суспільство переживає активні зміни, пов'язані з економічним зростанням, технічним розвитком і все більшою інтеграцією у світовий культурний простір, що призводить до появи нових слів, адаптованих до цих змін. Одним із прикладів такого впливу є терміни, що виникають у зв'язку з економічними реформами, які активно проводилися в Китаї з кінця 20 століття. Реформи, спрямовані на відкриття ринку, розвиток приватного сектору і впровадження нових технологій, привели до появи нової економічної термінології, яка стала необхідною для опису нових реалій. Ці нові терміни часто відображають зміни у структурі суспільства, наприклад, зростання середнього класу або розвиток сфери високих технологій. Технологічні досягнення також сприяють появі нових понять і слів, особливо у сфері цифрових технологій та інтернет-культури. Китай, будучи лідером у галузі розробки штучного інтелекту, електронної комерції та мобільних технологій, породжує велику кількість нових термінів, пов'язаних із цими галузями. Такі слова не тільки інтегруються у повсякденне життя, але й часто стають частиною молодіжного сленгу завдяки широкому використанню інтернет-платформ і соціальних мереж. Китайські інтернет-користувачі, особливо молодь, швидко адаптують нові слова та використовують їх для створення нових культурних форм і комунікаційних шаблонів. Окремий напрямок етнолінгвістичного дослідження стосується адаптації західних культурних впливів у китайському контексті. З розвитком глобалізації та культурного обміну між Заходом і Сходом у китайську мову проникає багато нових понять і термінів, що відображають західні ідеї, продукти чи соціальні моделі. Однак ці терміни не завжди безпосередньо перекладаються на китайську мову; часто вони адаптуються до

місцевих умов, збагачуючи національний культурний контекст. Наприклад, деякі концепції, пов'язані з бізнесом, маркетингом або технологіями, можуть запозичуватися з англійської мови, але набувати унікальних форм, що відображають китайську специфіку.

## **2.2 Вплив масмедійних неологізмів на формування сучасного мовного стилю**

Масмедійні неологізми вносять динамічні зміни в китайську мову, сприяючи її оновленню та адаптації до сучасного інформаційного середовища. Вони розширюють лексичний запас і дозволяють описувати нові явища, події та технології, створюючи нові форми вираження, що відображають актуальні суспільні та культурні реалії.

Під впливом масмедіа у сучасній китайській мові поширюються скорочення та акроніми, які спрощують передачу інформації та роблять мову компактнішою і зручнішою для швидкого обміну повідомленнями, особливо в цифрових медіа. Це додає мові лаконічності та робить її більш доступною для широкого кола користувачів.

Масмедійні неологізми часто містять запозичені слова та вирази з інших мов, особливо з англійської, що відображає глобалізаційні процеси та тісні культурні контакти Китаю із західним світом. Такі запозичення адаптуються до китайської фонетики та граматики, створюючи унікальні лексичні одиниці, які збагачують китайський мовний стиль.

Завдяки масмедіа в китайській мові активно розвивається сленг і мова інтернет-мемів, що дозволяє передавати емоції, гумор та культурні відсилки. Це сприяє створенню яскравого, неформального мовного стилю, який особливо популярний серед молоді та в онлайн-комунікаціях.

Масмедійні неологізми додають експресивності китайському мовному стилю. За допомогою нових слів можна точно і швидко висловити ставлення до подій, політики, соціальних явищ. Це посилює емоційний та

комунікативний ефект мови, роблячи її більш впливовою та здатною формувати громадську думку.

Деякі масмедійні неологізми поступово кодифікуються та стандартизуються, стаючи частиною офіційної лексики китайської мови. Це демонструє зростання визнання медійних нововведень і їх інтеграцію у формальний мовний стиль.

Отже, масмедійні неологізми активно впливають на формування сучасного мовного стилю у китайській мові, роблячи його більш адаптивним, виразним та інтегрованим у глобальний культурний простір. Цей вплив сприяє розвитку мови як інструменту для комунікації, що відображає швидкі соціокультурні зміни та підтримує сучасний стиль спілкування.

### **2.3 Роль масмедійних неологізмів у відтворенні сучасних технологій, культурних та соціальних реалій у мові**

Масмедійні неологізми відіграють центральну роль у відтворенні сучасних технологій, культурних та соціальних реалій у китайській мові, оскільки вони швидко реагують на зміни й тенденції, що з'являються у суспільстві. Завдяки постійному оновленню, масмедійні неологізми встигають відображати новітні досягнення у сферах науки, технологій та соціального життя. Наприклад, слова, що описують нові цифрові платформи, мобільні додатки, штучний інтелект і диджиталізацію, відразу входять до повсякденного вжитку, оскільки медіа активно поширюють їх для широкої аудиторії. Вони не тільки адаптують ці терміни до китайської фонетики й граматики, а й передають значення таким чином, щоб кожен носій мови міг їх зрозуміти і використовувати у звичному спілкуванні.

Культурний аспект неологізмів також є надзвичайно важливим, адже вони стають індикаторами соціальних норм і настроїв. У сучасному китайському суспільстві багато неологізмів відображають такі поняття, як

менталітет «швидкого успіху», повагу до традицій та особливості сучасної ідентичності. Через масмедіа в лексику влітаються слова, що відображають цінності та культурні зв'язки із західним світом, що з одного боку робить мову багатшою, а з іншого — більш універсальною.

Масмедійні неологізми також створюють нові способи передачі емоцій і ставлень до подій. Наприклад, інтернет-сленг і меметика часто виникають з медійного контексту і швидко поширюються в суспільстві як засоби вираження сучасних реалій, таких як підйом економічного рівня, технологічний прогрес, а також прагнення до індивідуальності та самовираження. Інтернет-культура створює унікальні лексичні одиниці, які виражають сучасні емоційні та соціальні тенденції, сприяючи таким чином не лише збагаченню мови, а й формуванню спільної культурної пам'яті та колективного досвіду.

Вплив масмедійних неологізмів на мову є комплексним і всеохоплюючим: вони активно сприяють мовним змінам, відображаючи унікальні риси сучасного китайського суспільства, його культуру, соціальні цінності та технологічний розвиток. Вони створюють мовний простір, у якому інновації та соціокультурні процеси інтегруються та підтримують зв'язок між традицією та сучасністю, збагачуючи мову новими виразними засобами.

## Висновки до другого розділу

У другому розділі нами було досліджено основні методи вивчення масмедійних неологізмів. Таким чином, ми можемо виділити такі методи як: контент-аналіз, дискурсивний аналіз та когнітивний аналіз, які допомагають ідентифікувати та класифікувати нові лексичні одиниці, а також дослідити їхні семантичні особливості. Використання методів корпусної лінгвістики дозволяє систематизувати та аналізувати частотність і особливості вживання неологізмів. Таким чином, ми визначили, що основною метою корпусного аналізу є дослідження великих обсягів текстів для виявлення частотності і варіативності використання неологізмів, які нещодавно з'явилися в мові і почали активно вживатися у різних контекстах.

Окрім згаданих вище методів, ми приділили увагу соціолінгвістичному аналізу, який спрямований на дослідження використання неологізмів в межах різних соціальних груп китайського суспільства, що є доволі важливою частиною дослідження того, як нові мовні форми адаптуються і поширюються серед населення.

Культурний контекст Китаю, включно з політичними та економічними змінами, значно впливає на розвиток масмедійних неологізмів. Ці фактори обумовлюють появу специфічної лексики, яка відображає національні цінності, особливості сучасного китайського суспільства, а також його взаємодію із західними культурними елементами.

Масмедійні неологізми часто проходять процеси адаптації, які відповідають фонетичним і морфологічним нормам китайської мови. Це робить нові лексичні одиниці зручними у використанні та легко зрозумілими для носіїв мови, водночас зберігаючи їхню інноваційну семантику.

Масмедійні неологізми мають потужний інноваційний потенціал, оскільки дозволяють мові швидко адаптуватися до нових умов і явищ. Їхній

комунікативний потенціал полягає у здатності відображати та посилювати значущі суспільні тренди, сприяючи активній соціальній взаємодії.

Отже, теоретично-методологічні засади дослідження масмедійних неологізмів у китайській мові розкривають багатогранність їхнього формування і поширення, підтверджуючи важливість медійного впливу на мовні процеси, особливо в умовах швидких соціокультурних змін.

## РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ В КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

### 3.1 Передумови зростання кількості неологізмів у масмедійному просторі

Створення та використання неологізмів у сучасному масмедійному просторі призводить до можливої роз'ємності між різними поколіннями. Нові терміни, які активно використовуються, можуть викликати непорозуміння та відчуття відчуження серед старшого покоління, яке не завжди може вловити та адекватно сприймати сучасні лексичні нововведення.

Молодше покоління, яке зазвичай є більш активним споживачем медіа, інтернету та інших джерел інформації, швидше адаптується до нових слів та виразів. Однак для старших людей, які можуть бути менш озброєні сучасною лексикою, це може створювати бар'єри в розумінні, особливо в контексті активного спілкування та взаємодії. Ця роз'ємність може виявитися на всіх рівнях комунікації, включаючи родинне оточення, робочий простір та громадську атмосферу. Неологізми, які швидко впроваджуються в мовленні, можуть стати своєрідною "мовною бар'єрною", ускладнюючи спілкування та обмін ідеями між різними поколіннями. Для підтримання ефективної комунікації та сприяння взаєморозумінню важливо враховувати цю роз'ємність та можливі негативні наслідки використання нових слів, особливо коли вони ще не отримали широкого визнання серед всього суспільства.

Впровадження нових слів та неологізмів в масмедійний простір призводить до збільшення лексичного навантаження на користувачів мови. Це особливо стає актуальним для тих, хто активно споживає масові медіа, оскільки вони постійно зіштовхуються зі свіжими термінами та фразами, які виникають у зв'язку з розвитком технологій, культурних та соціальних змін.

Надмірне вживання неологізмів може мати негативний вплив на розуміння текстів та взаємодію аудиторії. Користувачі мови можуть відчувати труднощі в усвідомленні нових слів та виразів, що може спричинити втрату інформації та

знизити якість сприйняття контенту. Це також може призвести до виникнення мовних бар'єрів між різними групами аудиторії, оскільки не всі можуть однаково швидко адаптуватися до нової лексики. Таким чином, у результаті введення багатьох нових слів може виникнути ситуація, коли частина аудиторії відчуває себе відчуженою від актуальних тенденцій та інформаційних потоків. Загалом, важливо збалансувати введення нових слів та неологізмів так, щоб вони не перевантажували мовний простір та залишались доступними та зрозумілими для широкого кола читачів і слухачів.

Впровадження неологізмів у масмедійний простір супроводжується швидким застарінням термінів, оскільки технологічний та культурний прогрес визначає надзвичайно динамічний характер сучасного світу. Багато з нових слів та виразів, що з'являються у масмедійних текстах, стають застарілими через короткий проміжок часу.

Однією з причин цього явища є стрімкий розвиток технологій. Терміни, пов'язані із сучасними досягненнями у сфері науки та техніки, швидко стають застарілими внаслідок появи нових інновацій. Наприклад, вирази, пов'язані з першими версіями програмного забезпечення чи електроніки, можуть швидко вийти з ужитку, оскільки технології швидко розвиваються, а нові терміни замінюють попередні. Крім того, швидке застаріння термінів пов'язане із загальними культурними та соціальними змінами. Особливості споживання інформації, тренди та моди також можуть впливати на те, які терміни стають застарілими або втрачають свою актуальність. Це може викликати проблеми в міжпоколінньому спілкуванні, оскільки молодше покоління може використовувати терміни, які є для старшого покоління незрозумілими або вже вийшли з ужитку. Таке швидке застаріння термінів потребує від користувачів мови постійного оновлення свого лексичного запасу та адаптації до нових тенденцій.

Проведення неологізмів у масмедійний простір із супутнім відсутнім чіткого визначення їх значення чи правил вживання створює ризик



неправильного використання термінів та може викликати невірне розуміння серед читачів та слухачів.

Без чіткого стандарту визначення або узгоджених правил вживання неологізмів, користувачі можуть використовувати їх у різних контекстах, надаючи термінам різні інтерпретації. Це може призвести до непорозумінь та конфузій, особливо коли один і той самий термін вживається з різними значеннями в різних джерелах. Додатково, відсутність чітких визначень може стимулювати створення альтернативних тлумачень та нових інтерпретацій термінів. Це може породжувати нестабільність в мовному вживанні та впливати на узгодженість мовного спілкування. Такі невизначеність та ризики неправильного вживання можуть створювати труднощі в розумінні мовленнєвих та письмових матеріалів, а також ускладнювати комунікацію серед користувачів мови. Для підтримки чіткості та консистентності в мовленні та письмі важливо розвивати стандартизовані визначення та правила вживання новостворених слів.

Процес зміни сенсу термінів, які спочатку вводилися як неологізми, є неодмінною частиною живого еволюційного розвитку мови. Ця динаміка виникає внаслідок змін в суспільстві, технологіях та культурі, які впливають на сприйняття та вживання слів.

Розглянемо приклад із сучасної технологічної лексики. Термін "гуглити" спочатку означав використання пошукового двигуна Google для знаходження інформації в Інтернеті. З часом він отримав широкий семантичний спектр і тепер використовується як загальний термін для пошуку інформації в Інтернеті, незалежно від використання саме пошуковика Google. Такі зміни сенсу можуть породжувати плутанину серед користувачів мови, особливо серед тих, хто не дотримується останніх тенденцій чи вивчає мову на різних етапах її еволюції. Важливо зазначити, що цей процес є природньою реакцією мови на зміни в суспільстві та культурі, і відповідно, можливість таких змін є важливим аспектом мовної динаміки.

Введення великої кількості нових слів, особливо через масмедійний простір, може суттєво вплинути на стандарти мовлення. Деякі неологізми можуть стати популярними й загальноновживаними, швидко відображаючи нові технології, тенденції або культурні явища. Це може змінити вимоги до мовленнєвих стандартів та призвести до прийняття нових слів у повсякденному вживанні.

У той же час деякі неологізми можуть залишатися обмеженими конкретними групами, використовуватися лише у певних галузях чи серед окремих соціальних спільнот. Це може створювати своєрідні підгрупові мовні елементи, які не стають загальноновживаними через свою специфічність. Такі зміни в стандартах мовлення можуть відображати широкий спектр динаміки суспільства, його реакцію на нові реалії та культурні трансформації. Навіть якщо деякі неологізми залишаються в обмеженому вживанні, їхнє існування в масмедійному просторі може відображати ширші суспільні зміни й культурні тенденції.

Дискурс, як мовна одиниця, з'явився у лінгвістиці в результаті фокусу на людському факторі мовлення. Термін "дискурс" вживався у значенні "діалог", "міркування" понад дві тисячі років, але як лінгвістичний термін він набув визначення лише у 50-х роках ХХ століття. З. Харріс, американський лінгвіст, вперше вжив цей термін у статті "Аналіз дискурсу" для описового вивчення зв'язного мовлення та розробки теорії співвіднесеності мови та культури.

Незважаючи на те, що дискурс є складним явищем, яке зараз привертає увагу фахівців з різних галузей мовознавства, термін може мати різні значення в межах різних лінгвістичних парадигм. На сьогоднішній день відсутнє загальноприйняте визначення поняття "дискурс", оскільки важко вмістити всі випадки його вживання та функціонування у єдиному визначенні.

Щодо підходів до тлумачення дискурсу у сучасній лінгвістиці, вони можуть включати розуміння дискурсу через текст чи текст через дискурс, розгляд дискурсу як когнітивного процесу, пов'язаного з творенням мовленнєвої

поведінки, розуміння його як послідовності взаємозв'язаних висловлювань з однією ціллю та інші підходи.

У висновку можна визначити, що дискурс є важливим явищем у лінгвістиці, проте його розуміння може бути суперечливим, оскільки різні підходи можуть приводити до різних тлумачень та визначень.

З розвитком дискурсивного аналізу особлива увага стала приділятися інтеракціональній природі дискурсу. Встановлено, що поняття дискурсу не обмежується лише письмовим та усним мовленням, а також охоплює позамовні семіотичні процеси. Однією з головних ознак дискурсу, як лінгвістичного явища, є наявність соціального контексту.

Існують різні типології дискурсів, такі як теле- та радіодискурс, кінодискурс, театральний та літературний, рекламний і політичний, релігійний дискурси та дискурс у сфері паблік рілейшнз (ПР). Кожна професійна сфера та інші сфери людської діяльності мають свій власний дискурс, включаючи інформаційно-технологічну сферу, яку розглядаємо у цій роботі.

ІТ дискурс, що також відомий як комп'ютерний дискурс, або професійний комп'ютерний дискурс, розглядається лінгвістами як сфера спілкування між фахівцями, обладнаними необхідними знаннями про комп'ютерні та інформаційні технології. Він включає в себе опис алгоритмів поведінки, які є ключовими умовами успіху при їх використанні.

При виокремленні професійного комп'ютерного дискурсу в окрему комунікативну практику дослідники зосереджуються на тематичній єдності предметної області та організації текстів у цій сфері спілкування. Тематична єдність, притаманна професійному комп'ютерному дискурсу, визначає загальні риси його окремих жанрів, які поширюють інформацію про комп'ютерні технології та служать основою для діалогу між фахівцями та користувачами комп'ютерних технологій.

Поняття "комп'ютерний дискурс" трактується лінгвістами з двох позицій: як будь-яке спілкування в комп'ютерних мережах та як спілкування на теми,

пов'язані з комп'ютерним дискурсом, що охоплює всі тексти, що об'єднуються загальною тематикою, пов'язаною із сучасними комп'ютерними технологіями. Тексти комп'ютерних технологій розглядаються як форма фіксації інформації, що має писемний, адресований, комунікативний та спрямований на процес чи результат характер, існуючи як узуальний (частково регламентований), так і вільний, дескриптивний (описовий) та аргументативний.

Комп'ютерний дискурс представляє собою тип дискурсу, що відтворює мовленнєву взаємодію користувачів або комп'ютерних фахівців безпосередньо чи через комп'ютерні мережі. Як видове поняття, воно реалізує інваріантну модель дискурсу, створену представниками комп'ютерної спільноти для отримання нового знання, представленого у вербальній формі та обумовленого комунікативними канонами комп'ютерного середовища.

### **3.2 Особливості вживання неологізмів у масмедійному дискурсі Китаю**

Масмедійні неологізми мають значний вплив на мовний розвиток, зокрема на зміну мовної структури та відтворення нових концепцій. Вони допомагають мові адаптуватися до швидкозмінних технологічних та культурних тенденцій, забезпечуючи її актуальність та релевантність у сучасному світі.

Проте цей вплив може мати як позитивні, так і негативні аспекти для збереження традиційної мовної спадщини. Щодо позитивних аспектів, масмедійні неологізми можуть допомагати у вираженні нових понять, реалій та ідей, дозволяючи мові еволюціонувати разом із суспільством. Вони збагачують словниковий запас, розширюючи мовні можливості та надаючи засоби для висловлення нових концепцій та ідей.

З іншого боку, використання великої кількості неологізмів може призвести до зміни мовних норм та віддалення від традиційних мовних варіантів. Це може ускладнити збереження чи передачу культурних та історичних аспектів мови, які є важливою частиною її спадщини. Деякі традиційні вирази, сленгові терміни чи

архаїчні слова можуть виходити з вживання через домінування нових неологізмів.

Отже, вплив масмедійних неологізмів на збереження традиційної мовної спадщини є складним та багатограним. Хоча вони можуть збагачувати мову новими виразами, важливо забезпечити баланс між новими конструкціями та збереженням цінних мовних традицій.

人工智能 (Rén Gōng Zhì Néng) або штучний інтелект є одним із ключових термінів, що відображає сучасний технологічний прогрес у світі. Це поняття включає в себе розробку комп'ютерних систем та програм, які можуть виконувати завдання, які традиційно вимагають людського інтелекту.

Спочатку термін “人工智能” виник у китайській мові, щоб визначити новий рівень розвитку комп'ютерних технологій. Сучасні системи штучного інтелекту використовують алгоритми та навчання на основі даних для виконання різноманітних завдань, від розпізнавання образів до прийняття рішень.

Термін “人工智能” активно використовується в масмедійному просторі для опису новітніх досягнень у галузі науки та техніки. Він став не тільки технічним терміном, але й символом змін, які привносить інноваційний розвиток у сучасне суспільство.

云计算 (Yún Jìsuàn) або хмарні обчислення представляє сучасну парадигму в галузі інформаційних технологій, яка визначається віддаленим доступом до обчислювальних ресурсів через Інтернет. Це важливий термін, що відображає перехід від традиційних методів зберігання та обробки даних до більш гнучких та ефективних рішень.

У світі постійних змін та інновацій хмарні обчислення стають ключовою складовою інформаційної технології. Термін “云计算” широко використовується в масмедійному просторі для позначення технологічного напрямку, який революціонує підхід до обчислень та обробки інформації.

Важливою рисою хмарних обчислень є можливість отримання доступу до великої кількості ресурсів за допомогою мережі, що робить їх економічно вигідними та широко використовуваними у бізнесі та особистому користуванні. Термін став важливим для позначення технологічних трансформацій, які змінюють спосіб, яким ми працюємо та зберігаємо дані.

微信 (Wēi Xìn) або WeChat є одним із найпопулярніших месенджерів та соціальних мереж в Китаї та по всьому світу. Цей термін відображає важливий аспект сучасного комунікаційного середовища та соціального життя. WeChat визначається не лише як месенджер, але й як інтегрована платформа, яка об'єднує функції обміну повідомленнями, голосових та відеодзвінків, а також можливість ведення ділових та особистих чатів. Крім того, WeChat дозволяє користувачам відправляти гроші, здійснювати онлайн-платежі, знаходити новини та інше. Термін “微信” став не тільки назвою популярного месенджера, але й синонімом для комунікації та взаємодії в цифровому суспільстві. З високою популярністю серед користувачів, WeChat відображає нові форми спілкування та соціальної взаємодії в епоху технологічних інновацій.

Термін “网红” (Wǎng Hóng) вказує на інтернет-зірку або популярну особистість, яка отримує значний рівень уваги та визнання в інтернет-середовищі. Це поняття стало широко вживаним в контексті соціальних мереж, стрімінгових платформ та інших онлайн-каналів. Інтернет-зірки можуть бути відомими блогерами, ведучими, музикантами чи іншими творчими особистостями, які набирають популярність завдяки своїй активності в інтернеті. Такі особистості можуть мати велику кількість фоловерів або підписників, а їхні матеріали можуть стати вірусними. Термін “网红” відображає нові реалії медіапростору та свідчить про зростання впливу інтернет-особистостей у формуванні сучасної культури та розваг.

Термін “打卡” (Dǎ Kǎ) вказує на практику позначення себе або роблення фото в певному місці з метою підтвердження свого візиту чи участі в певній події.

Це явище стало популярним завдяки соціальним мережам та мобільним додаткам, де користувачі діляться своїми враженнями та досвідом, роблячи відмітки про свої відвідування різних місць. Наприклад, люди можуть "打卡" у ресторанах, культурних закладах, туристичних атракціях або на подіях. Це допомагає їм не лише пам'ятати свої враження, але й ділитися ними зі своєю аудиторією в інтернеті. Термін "打卡" став важливим елементом сучасної культури, відображаючи бажання людей долучатися до певних трендів та подій, а також спільноти в інтернеті.

Термін "抖音" (Dǒu Yīn) вказує на популярну соціальну медіа-платформу, відому в інших країнах як "ТікТок". Ця платформа спеціалізується на створенні та діленні коротких відеороликів, часто з супроводом музики або аудіо-доріжок. "抖音" отримала велику популярність серед молоді та широкого кола користувачів завдяки своїй легкості використання та можливості творчого вираження. Користувачі можуть створювати різноманітний контент, від комедійних скетчів до танцювальних викликів, та ділитися ним зі своєю аудиторією. Такий термін, як "抖音", відображає не лише популярність конкретної платформи, а й своєрідність сучасної інтернет-культури, яка активно використовує відео-контент для вираження ідеї, творчості та спілкування з іншими користувачами.

Термін "直播" (Zhí Bō) вказує на онлайн-трансляцію чи прямий ефір в інтернеті. Це поняття набуло особливої популярності в контексті онлайн-платформ та соціальних мереж, де користувачі можуть транслювати відео в режимі реального часу, спілкуватися з глядачами та ділитися своїм досвідом чи подіями. "双十一" (Shuāng Shí Yī) визначає "День холостяка" та є китайським аналогом "Чорної п'ятниці". 11 листопада вважається днем, коли інтернет-магазини запускають масштабні знижки та акції, щоб залучити покупців. Цей термін відображає культурний контекст та споживчі тенденції сучасного Китаю. "脱单" (Tuō Dān) в перекладі означає "вийти зі статусу одинокого". Це

вираження широко використовується в контексті особистих відносин та знайомств. Знаходження пари часто стає актуальним питанням для молоді, і термін “脱单” відображає прагнення до взаємодії та утворення сім'ї.

Для перекладу українських термінів на китайську мову, особливо тих, які складаються з одного або декількох дієслів, використовується метод конкретизації, який полягає в заміні слова або словосполучення з більш широким предметно-логічним значенням на слово або словосполучення з більш вузьким змістом. Китайські дієслова відзначаються тим, що вони включають до свого складу іменник, і таке поєднання іменника і дієслова розглядається в китайській лінгвістиці як дієслово, яке виступає у реченні у ролі присудка, відмінно від українського способу побудови речень з присудком і додатком. Також існує метод генералізації, який передбачає заміну одиниць мови, які мають більш вузьке значення, на мовні одиниці з більш широким значенням. Зазвичай перше згадування терміна у вихідному тексті перекладається за допомогою цього методу, а потім в наступних реченнях надається деталізація і пояснення цього поняття.

У нашому місті відкрили верф для будівництва океанських лайнерів –  
 在我市开设了一家建造远洋轮船的造船厂

(В нашому місті заснували суднобудівний завод, де планують будувати великі океанські лайнери, які можуть плавати в глибоких водах).

Метод генералізації, як один із основних методів у китайському перекладі, також може включати описовий переклад. Основна ідея полягає в тому, щоб не просто перекладати поняття, а пояснювати їх:

“制作黄色颜料” (zhìzuò huángsè yánliào) – виготовлення жовтої фарби, яка використовується у національному китайському живопису,

“御黄色” (yù huángsè) – особливий жовтий колір, який досягається шляхом змішування жовтого та гірничного кольорів. Такий колір одягався в давньому Китаї тільки імператором, і тому його іноді називають “імператорським жовтим”.



Загалом можна визначити, що китайська мова, з одного боку, досить проста для перекладу з інших мов, оскільки не вимагає великої кількості термінологічної лексики, що може бути проблемою в інших мовах. Проте структура та стиль технічної документації може бути різною і включати багато термінів та авторських надбань. Метод детермінації є оптимальним для використання в перекладацькій діяльності, але є багато питань, які потребують подальшого дослідження, зокрема в галузі наукової термінології в гуманітарних науках та в технічному перекладі.

Специфічність термінології є однією з ключових рис науково-технічної лексики в китайській мові, і вона справедлива для багатьох інших мов також. Ця специфічність полягає у використанні спеціалізованих термінів та термінології, які створені для точного опису понять, процесів і явищ в конкретних галузях науки та техніки. Природа цих термінів дозволяє фахівцям точно та чітко обмінюватися інформацією та дослідженнями відносно своєї галузі, однак для осіб, що не мають спеціалізованої підготовки у цій галузі, вони можуть бути дуже незрозумілими і важкими для вивчення.

Прикладом такої специфічності термінології є термін "ДНК" в біології. У китайській мові цей термін представлений ієрогліфами "脱氧核糖核酸" (tuō yǎng hé táng héliù sān). Давайте розглянемо, чому ця назва є настільки складною та специфічною:

Складність символів: Кожен ієрогліф в цій назві має своє значення, і їх комбінація утворює термін. "脱氧" (tuō yǎng) означає "деокси", "核糖" (héliù) означає "рибоза", а "核酸" (hésuān) означає "нуклеїнова кислота". Отже, "ДНК" це скорочення для "деоксирибонуклеїнова кислота".

Специфічність контексту: Даний термін може бути зрозумілим тільки в біологічному контексті. Це вказує на те, що для правильного розуміння терміну "ДНК" необхідно мати певні знання в біології.

Спеціалізоване знання: Для коректного використання та інтерпретації терміна "ДНК" особі потрібно мати певний рівень спеціалізованої освіти або навчатися відповідній галузі.

Специфічність термінології відіграє важливу роль у точності і зрозумілості комунікації між фахівцями у наукових та технічних галузях. Однак вона також може створювати бар'єри для вивчення та розуміння науково-технічних концепцій для тих, хто не є фахівцями у відповідних галузях. Тому розробка методів навчання та комунікації, які допомагають спростувати та пояснювати складні наукові концепції для широкого загалу, є важливою задачею у вивченні науково-технічної лексики.

Складність символів та знаків у китайській мові є однією з основних особливостей, яка впливає на розуміння та використання науково-технічної лексики в цій мові. Китайська мова відрізняється від багатьох інших мов тим, що використовує ієрогліфи (знаки) як основні писемні символи, а кожен ієрогліф може мати велику кількість різних значень, залежно від контексту. Це робить розуміння та використання науково-технічних термінів в китайській мові ще більш складним та вимагає особливої уваги до деталей. (38)

Давайте розглянемо цю проблему більш детально на прикладі ієрогліфу для слова "електрон" (電子, diàn zǐ):

Множина значень: Ієрогліф "電子" може мати декілька значень в залежності від контексту. Один із його основних перекладів - "електрон". Однак цей же ієрогліф також може означати "електроніка" або "електрика" в інших контекстах. Така різноманітність значень ускладнює точне визначення і використання термінів у наукових і технічних текстах.

Складність знаків: Самі ієрогліфи складні за своєю будовою та можуть включати в себе багато різних компонентів, які додають ще більше значень та варіацій. Наприклад, ієрогліф "電" складається з двох частин: "雨" (yǔ), що означає "дощ", та "田" (tián), що означає "поле". Таке поєднання може здаватися

незв'язним для незнайомця з китайською мовою, і це є нормою для багатьох ієрогліфів.

Залежність від контексту: Важливо розуміти, що значення ієрогліфа може змінюватися в залежності від контексту речення або розділу тексту. У наукових текстах, де точність важлива, правильне розуміння та використання ієрогліфів стає особливо критичним завданням.

Враховуючи ці аспекти, можна сказати, що китайська мова має свої унікальні виклики у вивченні та використанні науково-технічної термінології. Розуміння значень ієрогліфів, їх варіацій та відношень до конкретних галузей науки і техніки вимагає спеціалізованої освіти і багато практики. Однак, незважаючи на ці виклики, китайська мова залишається важливою мовою у світі науки та технології і продовжує впливати на розвиток цих галузей.

Розвиток нових термінів у китайській мові є важливим явищем, яке відображає динаміку та актуальність цієї мови в контексті наукових та технічних досягнень. Зі зростанням наукових досліджень і технологічного прогресу по всьому світу, китайська мова постійно адаптується до нових реалій та впливів, що вимагає створення адекватних та зрозумілих термінів для опису нових явищ та технологій. Нижче наведено більше інформації та приклади розвитку нових термінів у китайській мові.

#### Процес створення нових термінів

Створення нових термінів у китайській мові - це складний та відповідальний процес. Він включає в себе ретельний аналіз нових явищ, винахід або адаптацію відповідних ієрогліфів та розробку структурованих та зрозумілих термінологічних систем. Китайські лінгвісти та фахівці активно співпрацюють з вченими та фахівцями з різних галузей, щоб створити та уніфікувати термінологію.

#### Приклади нових термінів

Інтернет в речах (物联网, wùliánwǎng): Цей термін став популярним після появи Інтернету речей (IoT). Він складається з ієрогліфів "物" (wù), що означає

"річ", і "联" (lián), що означає "зв'язок", а також "网" (wǎng), що означає "мережа". Ця термінологія точно відображає сутність IoT, де різні речі пов'язані мережею.

Клонування (克隆, kèlóng): У відповідь на досягнення в галузі біології та генетики було створено термін "клонування". Він складається з ієрогліфів "克" (kè), що означає "подолання", і "隆" (lóng), що означає "рост". Цей термін використовується для опису процесу створення генетично ідентичних копій організмів.

Віртуальна реальність (虚拟现实, xūnǐ xiànrshí): В медіа та розваговій індустрії з'явився термін "віртуальна реальність". Він складається з ієрогліфі "虚拟" (xūnǐ), що означає "віртуальний", і "现实" (xiànrshí), що означає "реальність". Ця термінологія дозволяє чітко описувати концепцію віртуальних світів і технологій.

#### Завдання для китайських лінгвістів

Розвиток нових термінів є постійним завданням для китайських лінгвістів та фахівців у різних галузях науки та техніки. Вони повинні бути на висоті від сучасних досягнень, щоб створювати відповідну та чітку термінологію, яка відображає сутність нових концепцій і технологій. Ця робота має велике значення для забезпечення ефективної комунікації в наукових та технічних галузях та підтримки розвитку інновацій.

Вплив інших мов на китайську термінологію, особливо англійської, має значущий вплив на сучасну науково-технічну лексику в китайській мові. Цей вплив проявляється через процеси трансляції та адаптації термінів та концепцій з інших мов у китайську. Нижче ми розглянемо цей вплив та його наслідки більш докладно.

#### Транскрибування та адаптація термінів

Одним з способів впливу інших мов на китайську термінологію є транскрибування термінів із збереженням їх фонетичної структури. Такі терміни

часто отримують нові китайські знаки для передачі приблизної вимови оригінального слова.

Наприклад, термін "комп'ютер" (computer) з англійської мови транскрибується у китайську як "计算机" (jìsuànjī), де "计算" (jìsuàn) означає "обчислення", а "机" (jī) означає "машину". Цей процес дозволяє китайському користувачу легше розуміти та використовувати іноземні терміни.

#### Глобалізація та інновації

Вплив англійської мови на китайську термінологію також відображає глобалізацію наукових та технічних інновацій. Англійська мова є мовою наукового та технологічного світу, і багато нових технологій та концепцій спочатку виникають у англійськомовних країнах. Тому переклади та адаптація англійських термінів є важливими для введення цих нововведень у китайську мову та культуру.

#### Сучасні технології та інтернет

З розвитком сучасних технологій та інтернету, доступ до англійськомовних ресурсів та інформації став більш доступним для китайських користувачів. Це призвело до більшої інтеграції англійських слів та термінів у повсякденну мову та письмо. Наприклад, слова "селфі" (selfie) та "твіт" (tweet) стали загальноприйнятими термінами в китайській інтернет-культурі.

#### Виклики та переваги

Вплив інших мов на китайську термінологію може викликати виклики, такі як збереження культурної та мовної ідентичності, а також ризик втрати оригінального смислу. Проте цей вплив також має переваги, такі як спрощення комунікації між мовами, покращення доступу до нових знань та інновацій, а також підтримку глобальної співпраці та обміну інформацією.

Усе враховуючи, вплив інших мов, зокрема англійської, на китайську термінологію відображає динаміку інтернаціоналізації та глобалізації сучасного світу. Цей процес є складним та багатограним, і він відіграє важливу роль у

сприянні обміну знань та розвитку наукових та технічних інновацій у Китаї та за його межами.

Динаміка та зміни в науково-технічній лексиці є необхідною та неухильною частиною розвитку сучасної мови. Ця динаміка виникає з численних факторів та проявляється у впровадженні нових термінів, виході старих з ужитку, а також у зміні значень і контексту використання слів та виразів.

#### Причини змін у науковій лексиці

Науковий прогрес: З появою нових технологій та наукових відкриттів постійно виникають нові явища, процеси та концепції, які вимагають створення нових термінів для їхнього опису та назв.

Зміна у вимогах та методах: У різних наукових галузях може змінюватися спосіб проведення досліджень і підходи до проблем. Це може вплинути на створення нової термінології або перегляд старої.(30)

Глобалізація та культурний обмін: Зростання глобального обміну інформацією та культурними впливами призводить до введення іноземних слів і термінів у наукову лексику.

Контекстуальні зміни: Зміни в суспільних, екологічних, політичних і економічних умовах можуть призводити до зміни значень і використання термінів.

#### Наслідки цих змін

Актуалізація мови: Зміни в науковій лексиці дозволяють мові залишатися актуальною та відображати сучасні реалії.

Уніфікація: Стандартизація нових термінів допомагає уніфікувати мову та полегшує спілкування в глобальному масштабі.

Зрозумілість: Введення нових термінів або перегляд старих може покращити зрозумілість наукових концепцій для більш широкого загалу.

Виклики і переклади: Зміни у науковій лексиці можуть створювати виклики для перекладачів та лінгвістів, які повинні забезпечити точний переклад на інші мови.

Збереження спадщини: Незважаючи на зміни, важливо зберігати та документувати старі терміни і значення для майбутніх поколінь.

Метод частотного аналізу є важливим інструментом для дослідження та аналізу науково-технічної лексики. Він дозволяє визначити, які терміни є найбільш вживаними та розповсюдженими в конкретній галузі науки або техніки. Давайте розглянемо цей метод більш докладно та надамо додаткові приклади.

Метод частотного аналізу полягає у визначенні кількості входжень конкретного терміну або словосполучення в текстовий корпус (набір текстів) та вирахуванні його частоти. Цей процес може включати в себе такі кроки:

Збір текстового корпусу: Збір наукових або технічних текстів, які містять інтересуючий нас термін чи концепцію.

Аналіз текстів: Використання програмних засобів для обробки текстів та пошуку входжень терміну.

Підрахунок частоти: Обчислення кількості входжень терміну та визначення його частоти відносно загальної кількості слів у текстах.

Візуалізація результатів: Побудова графіків, діаграм чи таблиць, що ілюструють частоту вживання терміну в різних галузях або контекстах.

#### Приклади частотного аналізу

Термін "Штучний інтелект" (AI) є ключовим поняттям у світі комп'ютерних наук та технологій. Він описує здатність машин та комп'ютерів до виконання завдань, які зазвичай потребують людського інтелекту, таких як розуміння природної мови, розпізнавання образів, прийняття рішень і багато інших. Ось декілька прикладів вживання терміна "Штучний інтелект" (人工智能, rén gōng zhì néng) в китайській мові в різних галузях:

У наукових статтях з комп'ютерних наук (计算机科学, jì suàn jī kē xué):

人工智能在计算机科学领域占了 80%的比例。

(Штучний інтелект становить 80% в комп'ютерних науках).

У медичних дослідженнях (医学研究, yī xué yán jiū):

医学研究中，人工智能只在 10%的文章中提及。

(У медичних дослідженнях штучний інтелект згадується лише в 10% статей).

У галузі робототехніки (机器人技术领域, jī qì rén jì shù lǐng yù):

机器人技术领域中，人工智能在 30%的文章中使用。

(У галузі робототехніки штучний інтелект використовується в 30% статей).

Тепер розглянемо термін "Еко-система" (生态系统, shēng tài xì tǒng). Цей термін описує складну взаємодію між живими організмами та їхнім середовищем. Він використовується в різних галузях, щоб розуміти та досліджувати природні та соціальні процеси.( Ніколаєва А. О. 2002)

У біологічних дослідженнях (生物学研究, shēng wù xué yán jiū):

生物学研究中，生态系统一詞在 60%的文章中出現。

(У біологічних дослідженнях термін "Еко-система" зустрічається в 60% статей).

У географічних статтях (地理学研究, dì lǐ xué yán jiū):

在地理学研究中，生态系统的使用率为 25%。

(У географічних статтях використання терміна "Еко-система" становить 25%).

У соціологічних дослідженнях (社会学研究, shè huì xué yán jiū):

在社會學研究中，生態系統的使用率只有 5%。

(У соціологічних дослідженнях використання терміна "Еко-система" складає всього 5%).

Ці приклади ілюструють, як важливі поняття можуть мати різну популярність в різних галузях та дослідженнях в китайській мові.

Термін "Нанотехнології" (纳米技术, nànmǐ jìshù) є ключовим поняттям в сучасному науковому та технологічному світі. Ця технологія використовується для створення та маніпулювання матеріалами на нанометровому рівні, що має



різноманітні застосування у фізичних науках, хімічних дослідженнях та медичинських дослідженнях. Давайте розглянемо приклади вживання терміна "Нанотехнології" в китайській мові в різних галузях:

У фізичних науках (物理学, wùlǐxué):

В фізичних науках термін "Нанотехнології" може вживатися в 40% випадків, оскільки нанотехнології важливі для розуміння та створення нових матеріалів та структур на молекулярному рівні.

物理学中，纳米技术一词在 40%的文章中出现。

У хімічних дослідженнях (化学研究, huàxué yánjiū):

У хімічних дослідженнях термін "Нанотехнології" може вживатися в 15% статей, оскільки наноматеріали та хімічні процеси на нанометровому рівні важливі для розробки нових продуктів та матеріалів.

化学研究中，纳米技术的使用率为 15%。

У медичинських дослідженнях (医学研究, yīxué yánjiū):

У медичинських дослідженнях термін "Нанотехнології" може вживатися в 10% статей, оскільки наноматеріали та методи нанотехнологій можуть мати застосування в діагностиці, терапії та лікуванні різних захворювань.

医学研究中，纳米技术的使用率为 10%。

Застосування частотного аналізу дозволяє нам кількісно оцінити важливість та розповсюдженість терміна "Нанотехнології" в різних галузях науки. Цей аналіз допомагає дослідникам та науковцям зорієнтуватися в тому, які галузі вимагають більшого дослідження та уваги в контексті нанотехнологій.

Метод частотного аналізу (频率分析, pínlǜ fēnxi) є потужним інструментом для отримання глибокого розуміння важливих аспектів у науці, технології та лінгвістиці. Він дозволяє дослідникам та лінгвістам систематично аналізувати та кількісно оцінювати розподіл термінів та концепцій у текстовому корпусі (文本语料库, wénběnyǔliàokù). Ось кілька основних способів, які метод частотного аналізу може бути корисним:

Покращення розуміння актуальних тенденцій у науці та технології (提高对科学技术的了解):

Шляхом аналізу частоти та зміни вживання термінів, дослідники можуть виявити, які концепції або напрями стають більш актуальними та популярними з плином часу. Наприклад, вивчення частоти вживання терміна "Штучний інтелект" може вказати на його зростаючу важливість у сучасному світі.

Визначення обсягу та популярності певних тематик у наукових дослідженнях (确定科研主题的范围和热度):

Частотний аналіз дозволяє визначити, які теми або ключові слова найчастіше зустрічаються у наукових текстах. Наприклад, в дослідженні науки про здоров'я можуть бути ідентифіковані найпоширеніші медичні терміни.

Підтримка розробки нової термінології та стандартизації мови в конкретній галузі (支持新术语和语言标准的制定):

Частотний аналіз може бути корисним при створенні нових термінів або стандартів мови у спеціалізованих галузях. Наприклад, при розробці термінології для опису нанотехнологій можна враховувати частоту вживання певних слів.

Планування досліджень та визначення пріоритетних напрямків (研究计划和确定重点方向):

Аналіз частоти та розподілу термінів може допомогти визначити, які теми чи концепції вимагають більшого дослідження або уваги в майбутньому. Це може допомогти науковцям спрямувати свої зусилля у важливіших напрямках.

Отже, метод частотного аналізу грає важливу роль у дослідженнях та розвитку наукових та технічних галузей, а також сприяє вдосконаленню розуміння актуальних тенденцій і популярних тем.

Кожна мова відтворює "образ світу", але при цьому формує свою власну систему номінації. Мова віддзеркалює реальні процеси в суспільстві і фактично розкриває напрямки його розвитку. Зокрема, слова, як інструменти мови, є

невід'ємною складовою суспільного життя та швидко змінюються серед всіх елементів мови.

Зміни в політичному, економічному, культурному та громадському житті, думці, традиціях і побуті спочатку відбиваються у словниках мови через утворення неологізмів. Розвиток суспільства відбувається на високих темпах, і, відповідно, нові слова з'являються так само швидко. Китайська мова, будучи мовою аналітичної структури, в основному не користується прямими запозиченнями, але часто використовує семантичні запозичення. Створення неологізмів відбувається шляхом словоскладання, афіксації та скорочення.

В історії китайської мови відбувалися кілька хвиль лексичного запозичення (наприклад, під час династій Цінь, Хань, Тань, у другій половині XIX століття і першій половині XX століття, а також з 80-х років XX століття до сьогодення). Китайська мова відрізняється обережним ставленням до іншомовної лексики через свої внутрішньоструктурні особливості, а також культурні та психологічні особливості її носіїв. Запозичення іноземних слів в основному спрямоване на збагачення словника новими термінами для позначення нових концепцій та предметів. Наприклад: 维生素 (вітамін), 注射器 (шприц), 爱滋病 (СНІД) - набутого імунodefіциту синдром, також пишеться як 艾滋病.

Розглядаючи структуру слів, ми встановили, що найбільше кількість неологізмів припадає на слова з багатьма складами (більше двох складів у слові), наприклад: 傍大款, 私家车, 菜篮子工程, 青年志愿者, 国际消费者权益日, 未婚妈妈, 打摆子政策 – всі ці новоутворення є прикладами слів з трьома і більше складами. Проведені підрахунки, використовуючи словник «现代汉语新词词典», призвели до таких висновків: серед 3710 слів, 16 є односкладовими, 1370 - двоскладовими, понад 880 - трискладовими, а 1430 - чотирискладовими та більш складними. Отримані результати вказують на те, що більшість неологізмів представлені словами із багатьма складами (чотири, п'ять складів та більше у

слові). Двоскладові неологізми становлять 26,8%, трискладові – приблизно 26%, чотирискладові – близько 30%, а п'ятискладові – приблизно 8%.

Таблиця 3.1 Розподіл неологізмів за кількістю складів у сучасній китайській мові

Кількість складів у слові	Відсоток
单音节	0,4%
双音节	26,8%
三音节	26%
四音节	38,7%
五音节 以上	

Якщо враховувати, що словоскладання є основним механізмом формування слів в китайській мові, то можна легше зрозуміти, чому нові концепції часто виражаються у вигляді неологізмів, створених шляхом поєднання двох або кількох наявних морфем, які вже існують у семіотичній системі. Наприклад, слово 蛋白 (протеїн) складається з двох складових: 蛋 (яйце) і 白 (білок), буквально - "ячний білок". Також слово 射线 (промені; випромінювання) включає морфемі 射 (випромінювати) і 线 (промінь). Також прикладом є слово 乳糖 (лактоза), буквально - "цукор молока", що складається з 乳 (молоко, молочний) і 糖 (цукор). Цей механізм формування неологізмів полягає в тому, що компоненти, які вже присутні в мові, об'єднуються в нові слова з новим лексичним значенням. Оскільки первинне значення кожного лексичного компонента вже відоме, значення нового слова легко вгадується. Наприклад: 双层大巴 (двоповерховий автобус), 空调大巴 (автобус з кондиціонером), 电动气行车 (електрокар) і так далі. У китайській мові

переважають двоскладові слова, але кожен склад є самостійною знаменною морфемою, яка може брати участь у формуванні нових слів. Це пояснює, чому словотворення в китайській мові в основному відбувається за допомогою словоскладання, наприклад, 黑色素 (меланін) складається з 黑 (чорний) і 素 (проста речовина, елемент).

Нові терміни також виникають у зв'язку із економічним, науковим і технічним розвитком. Поєднання економічних та науково-технічних термінів сприяє формуванню нових слів, наприклад:

Економіка: 电视 (телевізор) - 电视墙 (телевізійна стіна), 电视迷 (фанат телебачення), 电视病 (телевізійна хвороба), 电视眼 (телевізійні очі), 电视县 (телевізійний округ), 电视人口 (телевізійне населення), 电视小品 (телевізійний скетч), 电视小说 (телевізійний серіал), 电视中专 (телевізійний коледж), 电视大学 (телевізійний університет), 电视访问 (телевізійний інтерв'ю), 电视红娘 (телевізійна сваха), 电视饮料 (телевізійний напій), 电视明星 (телевізійна зірка), 电视购物 (телевізійний шопінг), 电视征婚 (телевізійний оголошення про шлюб), 电视食品 (телевізійна їжа), 电视癫痫 (телевізійна епілепсія), 电视综合症 (телевізійний синдром).

Туризм: 旅游 (туризм) - 旅游鞋 (туристичне взуття), 旅游车 (туристичний автобус), 旅游大巴 (туристичний двоповерховий автобус), 旅游商品 (туристичний товар), 旅游公路 (туристична дорога), 旅游皮肤 (туристична шкіра), 旅游市场 (туристичний ринок), 旅游农业 (туристичне сільське господарство), 旅游疗养 (туристичне лікування), 旅游资源 (туристичні ресурси), 旅游展销会 (туристична виставка).

Спосіб афіксації - це метод утворення нових слів на основі існуючих у мові за допомогою суфіксів та префіксів. Цей процес може включати такі суфікси, як 家 (суфікс для утворення іменників, що позначають певні спеціальності, наприклад 科学家 - вчений), 专家 (експерт; фахівець), 者 (суфікс іменників,

який вказує на осіб, що належать до конкретної професії або категорії, наприклад автор - 作者), 主义 (суфікс для іменників, які вказують на певні філософські школи або течії, такі як матеріалізм - 唯物主义).

У китайській мові префікси також можуть надавати словам додаткові відтінки значення, позначати нові якості або вказувати на великі розміри. Наприклад, префікс “понад-” або “супер-” (超 -) використовується для позначення високого рівня якості, розміру тощо. Наприклад, ультразвук перекладається як 超声波 (chāoshēngbō), де 超 - це префікс, що вказує на "супер-" або "ультра-", а 声波 – це "звукова хвиля". Ще один приклад – неологізм міні, який вказує на маленький розмір, може поєднуватися з різними словами, такими як міні-спідниця (迷你裙), міні-фільм (迷你电影), міні-сад (迷你花园), міні-автомобіль (迷你汽车), міні-комп'ютер (迷你计算机) та інші.

Отже, можна створити цілий ряд нових багатоскладових слів за допомогою різних суфіксів та префіксів. Наприклад, суфікс 族, що вказує на об'єднання в групу зі спільними характеристиками, використовується в таких словах: 车族 (автомобільна група), 人族 (людина, людська група), 仙族 (небесна група), 魔族 (чарівна група), 虫族 (комаха, група комах), 玩族 (група гравців), 网族 (група інтернет-користувачів), A 族, C 族, Y 族, Q 族, E 族, 骑车族 (група велосипедистів), 开车族 (група водіїв), 驾车族 (група водіїв), 购车族 (група покупців автомобілів), 用车族 (група користувачів автомобілів), 学车族 (група навчання водінню), 搭车族 (група пасажирів), 秀车族 (група власників гарних автомобілів), 打工族 (група працюючих), 上班族 (група працюючих), 休闲族 (група відпочиваючих), 购物族 (група покупців), 追星族 (група шанувальників зірок), 工薪族 (група заробітчан), 底薪族 (група заробітчан з фіксованим окладом), 单身族 (група одиноких), 不婚族 (група неподружжя), 英语族 (група

англійської мови), BOBO 族, 租房族 (група орендарів житла), 创业族 (група підприємців), 白领族 (група білокравецької категорії), 魔兽争霸族 та інші.

Додатково, у сучасній мові використовуються різні інші афікси, такі як 感, 型, 盲, 大, 软, 内:

感: 手感 (відчуття руки), 脚感 (відчуття ніг), 听感 (слухове відчуття), 责任感 (відчуття відповідальності), 质感 (відчуття якості), 立体感 (просторове відчуття), 失落感 (відчуття втрати), 优越感 (відчуття переваги), 危机感 (відчуття кризи), 节奏感 (відчуття ритму), 紧迫感 (відчуття терміновості), 充实感 (відчуття наповненості), 神秘感 (відчуття таємниці), 自卑感 (відчуття низького статусу), 冲动感 (відчуття підштовхування), 幸福感 (відчуття щастя), 造型感 (відчуття форми).

软: 软件 (програмне забезпечення), 软功 (м'яке мистецтво), 软唱 (м'яке співання), 软开业 (м'яке відкриття бізнесу), 软专家 (експерт в м'яких питаннях), 软毛病 (хвороба м'якої шерсті), 软处理 (м'яка обробка), 软环境 (екологічна обстановка), 软科学 (м'яка наука), 软新闻 (м'які новини), 软起飞 (м'який зліт), 软广告 (м'яка реклама), 软商品 (м'які товари), 软资源 (м'які ресурси), 软医学 (м'яка медицина), 软条件 (м'які умови).

大: 大工业 (велика промисловість), 大卫生 (велике здоров'я), 大气候 (великий клімат), 大水利 (великий водокористування), 大公共 (велике громадське), 大电教 (велика електроосвіта), 大处方 (великий рецепт), 大社会 (велике суспільство), 大红头 (велика популярність), 大环境 (велика довкілля), 大科技 (велика технологія), 大政工 (велика політична робота), 大陶瓷 (велика кераміка), 大排挡 (велика їдальня на вулиці), 大菜篮子 (великий корзинний проект), 大企业效应 (великий ефект корпорацій).

Крім описаного вище методу утворення неологізмів (афіксації), ще одним часто використовуваним способом є скорочення слів. Серед неологізмів

зустрічається велика кількість аббревіатур, наприклад, зі структурним компонентом числівником "3": 三无 (три без), 三场 (три події), 三包 (три гарантії), 三权 (три права), 三化 (три зміни), 三优 (три переваги), 三史 (три історії), 三名 (три імені), 三多 (три багато), 三材 (три матеріали), 三级 (три рівні), 三农 (три сільськогосподарські сфери), 三论 (три дискусії), 三乱 (три безладу), 三康 (три здоров'я), 三税 (три податки), 三童 (три дитини), 三新 (три новини), 三 S 系统 (три системи "S"), 三保一挂 (три гарантії і одна обов'язкова умова), 三双一彩 (три пари і один кольоровий комплект), 三 S 研究会 (Дослідницька асоціація "S"), 三资企业 (три інвестиції в підприємство), 三教统筹 (загальне об'єднання трьох релігій), 三热爱 (три уподобання), 三多一少 (три багато і один мало), 三大件 (три головні пункти), 三不户 та ін.

Крім скорочених аббревіатур, існують нові слова, які спочатку мали багатоскладову структуру, але були спрощені (скорочені) до двоскладових форм, наприклад: 研发 (研究开发), 暗贴 (暗中补贴), 帮教 (帮助教育), 帮扶 (帮助扶持), 比析 (比较分析), 边贸 (边境贸易), 并轨 (合并轨道), 并转 (合并转产), 布展 (布置展览) та інші. Також важливо відзначити, що слова, які мають структурні компоненти, такі як 彩电, 彩管, 彩卷, 彩扩, 彩显, 彩印, 彩照, 体彩, 央视, 卫视, також були сформовані шляхом скорочення.

Спрощення структури багатоскладових слів за допомогою скорочення кількості ієрогліфів є ключовим та часто використовується в утворенні неологізмів китайської мови. Це сприяє наведенню більшої лаконічності та легкості в процесі сприйняття слів. Такі явища обумовлені двома факторами: по-перше, китайська мова природно спрямована на двосилабічні слова, і, по-друге, у всіх мовах існує тенденція до скорочення слів. Наприклад, слова, як 彩电, 彩管, 彩卷, 彩扩, 彩显, 彩印, 彩照, 体彩, 央视, 卫视, були спрощені для полегшення їхнього вживання та сприйняття.



Таблиця 3.2 Групи неологізмів за словотвором і критеріями

Група неологізмів	Приклади	Тип запозичення	Функції	Сфера використання
<b>Фонетичні неологізми</b>	咖啡 (kāfēi) (кава)	Фонетичне запозичення	Опис нових продуктів	Споживчі товари, ресторанний бізнес
<b>Семантичні неологізми</b>	微博 (wēibó) (Weibo)	Семантичне запозичення	Опис нових платформ	Соціальні мережі, інтернет-сервіси
<b>Морфологічні неологізми</b>	改革开放 (gǎigé kāifàng) (економічні реформи)	Власний розвиток термінів	Опис соціальних і політичних явищ	Політика, економіка
<b>Кальки з англійської</b>	硬件 (yìngjiàn) (hardware – “залізо”)	Семантична калька	Опис технічних реалій	Технології, комп'ютери
<b>Молодіжний сленг</b>	佛系 (fóxì) (байдужий стиль життя)	Семантична адаптація	Відображення соціальних явищ	Інтернет-культура, молодіжний сленг

Неологізми китайської мови мають властивість доступності для розуміння. Знаючи початкове значення кожного ієрогліфа в багатоскладовому слові, можна легко зрозуміти слово в цілому і знайти йому відповідник. Це особливо характерно для семантичних (смыслових) неологізмів. Китайські лінгвісти

описують цю особливість як “望文直解” - дослівно "дивитися на ієрогліф і розуміти сенс". Зрозуміло, що спрощення структури слів сприяє легкості їхнього розуміння.

Таблиця 3.3

Тип запозичення	Приклади	Механізм	Опис
<b>Фонетичне</b>	咖啡 (kāfēi) (кава)	Фонетичне запозичення з англійської	Слово з іноземної мови, адаптоване за звучанням (без зміни структури або значення).
<b>Семантичне</b>	微博 (wēibó) (Weibo)	Семантична адаптація	Використання існуючого слова з новим значенням, що відповідає сучасним технологічним змінам.
<b>Калька</b>	硬件 (yìngjiàn) (hardware)	Прямий переклад	Дослівний переклад іноземного терміна, зберігаючи значення, але адаптуючи до мови.

Такі фактори, як економічний, науково-технічний розвиток та використання неологізмів у ЗМІ, значно збагатили лексичний запас китайської мови.

Наприклад, у словнику “新华新词语词典” з 2003 року видання з 2200 слів більше 300 слів відносяться до сфер політики, економіки, науки, техніки та інших, і понад 300 слів є частково або повністю ужитими у ЗМІ. Значна частина нових слів в китайській мові виникла через запозичення з інших мов, таких як англійська, японська, а також різних діалектів китайської мови. З іншого боку,

після періоду відвертості Китай активно взаємодіяв з англійськими країнами, що спричинило збагачення лексичного складу англійськими запозиченнями, такими як WTO, IT, CVD, DVD, PK, IM, QQ, QIP, AA 制, 卡拉 OK та інші. Сучасна китайська мова також відзначилася впливом діалектів провінції Гуаньдун і Гуаньсі, а також Гонконгу та Тайваню. З діалектів Гуаньдун і Гуаньсі були взяті такі неологізми, як 的土, 拍拖, 买单, 收银台, 炒鱿鱼, 无厘头. А з діалектів Гонконгу та Тайваню надійшли слова, такі як 靚, 亮丽, 个委, 构想, 按揭, 整合, 互动, 资深, 瓶颈, 峰会, 写字楼, 发烧友, 搞定, 大排挡. З урахуванням великої кількості неологізмів, запозичених з різних мов, ми обмежилися деякими часто вживаними словами, щоб зосередитися на основних моделях та методах утворення неологізмів. Проте, процес запозичення сам по собі є важливим аспектом, який варто ретельніше вивчати. У цій статті ми розглянули ключові моделі та способи формування неологізмів, а також проаналізували вплив чинників, які визначають утворення слів за цими моделями. Це спростить розуміння неологізмів як лексичних одиниць мови та мови в цілому.

Технологічний розвиток в сучасному світі активно впливає на лексичний фон китайської мови, а масмедійні неологізми відіграють ключову роль у відтворенні та поширенні нових технічних термінів. Цей явище виявляється у включенні таких слів, як "人工智能" (розумна техніка), "区块链" (ланцюг блоків), "云计算" (обчислення в хмарі) у повсякденну мову та поняття сучасних споживачів.

Штучний інтелект, що розглядається як важливий компонент технологічного розвитку, знаходить своє відображення в неологізмах, що активно використовуються в ЗМІ та розмовній мові. Наприклад, нова лексема "人工智能" відображає не тільки структуру самого поняття, але й внутрішній потенціал для розвитку інтелектуальних технологій.

Блокчейн, як технологія розподіленого реєстру, отримує своє місце в словниках через неологізми, такі як “区块链”, які допомагають роз'яснити його концепцію та використання. Це слово не тільки позначає технологічну інновацію, але й відображає прагнення суспільства до розуміння та використання новітніх технологій.

Ще однією важливою галуззю технологічного розвитку є хмарні обчислення, представлені в китайській мові як “云计算”. Цей неологізм відображає зміну підходу до обчислень та зберігання даних, акцентуючи увагу на хмарних сервісах та доступі до інформації через Інтернет. Таким чином, масмедійні неологізми не лише відтворюють сучасні технології, але й допомагають адаптувати їх до мовного середовища, забезпечуючи наочний та легкий доступ до інформації для глядачів та читачів.

Глобальна взаємодія в сучасному світі виявляється не лише на політичному та економічному рівні, але й впливає на мовний аспект, зокрема, на формування масмедійних неологізмів. Ці нові слова не лише відображають глобальну спільноту, а й виступають ключовими засобами для вираження та опису новітніх явищ, пов'язаних із швидким розвитком технологій. Давайте розглянемо цей процес на конкретних прикладах.

Однією з яскравих мовних інновацій у сфері глобальної взаємодії є використання терміну “globalization” (глобалізація) в китайській мові як “全球化” (quánqíúhuà). Це слово відзначає процес взаємодії та обміну між різними країнами та культурами, який став основним фактором впливу на формування неологізмів.

Ще одним прикладом є термін “social media” (соціальні мережі), який у китайській мові відображається як “社交媒体” (shèjiāo méitǐ). Це слово відзначає важливий аспект глобальної взаємодії, де люди з усього світу обмінюються інформацією та взаємодіють через соціальні платформи. Крім того, неологізми у сфері глобальної взаємодії часто походять із різних культур та мов. Наприклад,

термін "emoji" (емодзі) в китайській мові зберігається майже незмінно, адже його походження з японської мови легко адаптується для вживання в китайському контексті. Таким чином, масмедійні неологізми стають свідками та втіленням глобальної взаємодії, висловлюючи та описуючи нові явища та технології, які виникають у світі. Ці слова визначаються не лише технічною інновацією, але і культурним обміном, що робить їх важливою частиною мовного ландшафту в епоху глобальної спільноти.

Сучасні соціокультурні зміни, охоплюючи різноманітні аспекти життя, знаходять своє відображення в масмедійних неологізмах, що відтворюють та виражають ці нові реалії. Мовленнєвий аспект суспільства активно реагує на тенденції, культурні інновації та зміни у взаємодії, що породжують слова та вирази, які відзеркалюють сучасний дух часу.

Однією з найважливіших тем, що знаходить віддзеркалення в мові, є розширення культурних та соціальних інтеракцій через використання нових масмедійних технологій. Наприклад, термін "віртуальна реальність" (虚拟现实 - xūnǐ xiànrshí) укладає в себе не лише технічний аспект, але й відзеркалює парадигму нового способу сприйняття та взаємодії з оточенням.

Культурні інновації також виявляють свій слід у формуванні неологізмів. Наприклад, поняття "культурний аплодисмент" (文化掌声 - wénhuà zhǎngshēng) може визначати позитивну реакцію громадськості на певний культурний артефакт або явище, і стає свідком нового підходу до оцінки культурних подій.

Додатково, масмедійні неологізми відображають нові форми взаємодії та спілкування. Слова, такі як "онлайн-дружба" (在线友谊 - zàixiàn yǒuyǐ) чи "віртуальна обійма" (虚拟拥抱 - xūnǐ yōngbào), виражають нові аспекти соціальних відносин, що виникають в інтернет-просторі.

Масмедійні неологізми стають не тільки мовними конструкціями, але і своєрідним відзеркаленням соціокультурних змін, що відбуваються в нашому

сучасному світі. Вони додають новий шар значень та виразності мовленню, сприяючи кращому розумінню та відтворенню динаміки нашого суспільства.

Медіапростір китайської мови відзначається багатогранністю та постійним розвитком, а використання масмедійних неологізмів у формі сленгу, аббревіатур та інших мовних конструкцій активно сприяє збагаченню цього простору. Ці лексичні новації роблять китайську мову більш динамічною, енергійною та виразною, а також відображають сучасні тенденції та комунікативні потреби.

У медіапросторі виникають різноманітні сленгові вирази, що часто виникають з неологізмів. Наприклад, термін "відзеркалення обличчя" (脸书 - liǎnshū), який утворився від англійського "Facebook", вже давно став загальноживаним терміном для позначення соціальних мереж. Такий сленг активно використовується в медійних контекстах та є своєрідним показником культурної адаптації нових технологій.

Абревіатури, які виникають у результаті неологізмів, також стають невід'ємною частиною медіапростору. Наприклад, "Онлайн-дружба" (在线友谊 - zàixiànyǒuyǒu) може стисло виражатися як "ОД", і ця абревіатура може широко використовуватися в текстових повідомленнях, соціальних мережах та інших медійних платформах.

Неологізми також впливають на створення нових мовних конструкцій, таких як мовна гра, каламбури чи жартівливі вирази, які стають популярними серед користувачів і сприяють формуванню унікального мовного коду медіапростору.

Використання масмедійних неологізмів у медіапросторі китайської мови є своєрідним мовним витвором, який не лише збагачує лексичний арсенал мови, але й відображає динаміку сучасного комунікаційного середовища. Це сприяє формуванню специфічної мовної культури, яка адаптується до змін у медіа та суспільстві в цілому.

Експресія нових ідей завжди є важливим аспектом мовного розвитку, а масмедійні неологізми виконують ключову роль у вираженні та поширенні інноваційних концепцій швидше і більш ефективно. Ці неологізми, які активно виникають у медіапросторі китайської мови, стають засобом виразу для обговорення та аналізу нових явищ у суспільстві.

Однією з основних функцій масмедійних неологізмів у вираженні нових ідей є створення ефективних та точних термінів для опису сучасних явищ. Наприклад, у відповідь на стрімкий розвиток інтернет-технологій у китайській мові з'явилися такі терміни, як "云计算" (хмарні обчислення) та "人工智能" (штучний інтелект), що відображають нові реалії та технологічні вдосконалення. Також важливою рисою масмедійних неологізмів є їхня здатність швидко адаптуватися до змін у суспільстві та вносити внесок у формування публічної думки. Наприклад, термін "疫情" (епідемія), який активно використовується під час обговорення пандемії, швидко став загальноприйнятим і висловлює актуальні проблеми та реалії.

Масмедійні неологізми виступають також як інструменти для формування та поширення інноваційних концепцій. Такі терміни, як "绿色发展" (зелений розвиток) чи "共享经济" (економіка спільного використання), відображають сучасні тенденції та стають ключовими словами у глобальних дискусіях про сталість та економічні трансформації. У цілому, масмедійні неологізми впливають на вираження та розповсюдження нових ідей у мові, сприяючи швидкій адаптації до сучасних викликів та розвитку інтелектуального обміну в суспільстві.

Масмедійні неологізми, які активно використовуються в масових медіа, мають значний вплив на саму мовну структуру, сприяючи мовній трансформації через появу нових лексичних конструкцій та граматичних змін.

З точки зору лексики, масмедійні неологізми вносять нові терміни та вирази, які стають неодмінною частиною сучасного лексикону. Наприклад, у

зв'язку з швидким розвитком технологій, терміни, такі як "смартфон" (智能手机) чи "віртуальна реальність" (虚拟现实), стають загальноприйнятими та використовуються у різних сферах комунікації.

Граматичні зміни також можуть виникати під впливом масмедійних неологізмів. Нові конструкції та вирази можуть призвести до розширення граматичних правил або створення нових способів вираження ідей. Наприклад, введення нового поняття "онлайн" (在线) може викликати зміни у синтаксисі та структурі фраз.

Мовна трансформація також відбивається у вживанні масмедійних жанрів, таких як інтернет-мовлення та соціальні мережі. Вони розвивають свої власні стилі та норми, що впливає на загальну мовну систему. Наприклад, використання скорочень, сленгу та емодзі у письмовій комунікації може призвести до нових форм мовленнєвого виразу. У цілому, використання масмедійних неологізмів вносить активний внесок у розвиток мовної системи, роблячи її більш гнучкою та адаптованою до потреб сучасного суспільства.

Використання масмедійних неологізмів відображається в адаптації мови до культурного контексту, враховуючи особливості та цінності сучасного китайського суспільства. Цей процес сприяє формуванню лексичного та граматичного арсеналу, який відзеркалює культурні реалії та відображає сучасні тенденції.

Одним із аспектів адаптації є включення у мову термінів, що відображають унікальні аспекти китайської культури та суспільства. Наприклад, введення терміну "网红" (wǎng hóng), що означає інтернет-знаменитість, вказує на зростаючу важливість впливу інтернету на сучасну культуру. Додатково, масмедійні неологізми можуть враховувати особливості сприйняття інформації у китайському суспільстві. Наприклад, термін "刷屏" (shuā píng), що буквально перекладається як "прокрутити екран", використовується для позначення великого попиту на певний контент в інтернеті, що вказує на популярність та



широкий обсяг обговорення в мережі. У контексті адаптації до культурного середовища важливим стає також використання мовних форм, що відповідають культурним нормам і виражають сучасні цінності. Зокрема, введення та активне використання термінів, які відзеркалюють цифрову та технологічну культуру, свідчить про орієнтацію суспільства на інновації та сучасні досягнення.

### **3.3 Перспективи використання масмедійних неологізмів у китайській мові**

Масмедійні неологізми відіграють важливу роль у відображенні та розповсюдженні технологічного прогресу в сучасній китайській мові. Нові терміни, такі як “人工智能” (штучний інтелект), “区块链” (блокчейн), “云计算” (хмарні обчислення), є яскравими прикладами того, як мова адаптується до найновіших досягнень у галузі науки та техніки.

Ці неологізми дозволяють ефективно виражати та сприймати нові концепції та ідеї, пов'язані з технологічними інноваціями. Наприклад, введення терміну “人工智能” демонструє не лише високий рівень розвитку штучного інтелекту, а й впровадження цього поняття в повсякденний лексикон користувачів.

У світлі стрімкого технологічного розвитку та високого темпу наукових відкриттів, масмедійні неологізми стають невід'ємною частиною мовного середовища. Вони не тільки допомагають уникнути витратного опису понять, але й прискорюють процес комунікації, роблячи її більш точною та зрозумілою для широкого загалу. Таким чином, технологічні неологізми вносять вагомий внесок у мовний розвиток, розширюючи лексичний запас та відображаючи динаміку сучасного технологічного світу в китайській мові.

Глобалізація та міжкультурне спілкування суттєво впливають на розвиток китайської мови, що ілюструється широким вживанням термінів, запозичених з інших культур, зокрема англійської мови. Такі слів як “互聯網” (hùliánwǎng -

Інтернет), “數碼化” (shù mǎ huà - цифрова технологія) та “全球化” (quán qíú huà - глобалізація) стали не тільки загальноприйнятими в Китаї, а й використовуються по всьому світу. Наприклад, термін “社交媒体” (shè jiāo méi tǐ - соціальні мережі) привніс англійську концепцію соціальних мереж в китайську мову. Платформи, як WeChat (微信) та TikTok (抖音), стали не тільки популярними в Китаї, але й завоювали визнання у всьому світі.

Додатковим прикладом є термін “人工智能” (rén gōng zhì néng - штучний інтелект), який широко вживається для опису та обговорення новітніх технологій у сфері штучного інтелекту. Це слово відображає потребу вираження нових ідей та концепцій, які виникають у світі технологій.

Розвиток інтернет-культури в Китаї відзначається введенням нових сленгових виразів та термінів, які активно використовуються в онлайн-середовищі. Такі вислови не лише відображають еволюцію способів спілкування, а й стають важливою частиною мовного коду Інтернету та соціальних мереж. Наприклад, термін “网红” (wǎng hóng) вказує на інтернет-зірку або популярну особистість в інтернеті. Це слово стало невід'ємною частиною китайського медіапростору, оскільки воно визначає особу, яка здобула велику популярність завдяки власним контентом у мережі. Ще одним прикладом є термін “打卡” (dǎ kǎ), який означає позначитися або зробити фото в певному місці для підтвердження свого візиту. Цей вираз часто використовується в інтернет-культурі для опису того, як люди діляться своїм життям та враженнями в онлайн-просторі. Такі неологізми вказують на активний розвиток інтернет-культури в Китаї та її вплив на мовлення і способи вираження думок. Це також свідчить про те, як швидко мова адаптується до нових реалій та змін у способах взаємодії, що є важливим аспектом сучасної китайської мови.

Застосування масмедійних неологізмів в китайській мові сприяє створенню нових лінгвістичних конструкцій, що в свою чергу розширює лексичний запас та граматичну структуру мови. Це стає джерелом творчості та

інновацій, що дозволяє мові адаптуватися до сучасних реалій та виражати нові концепції та ідеї. Наприклад, термін “双十一” (shuāng shí yī), що буквально перекладається як "День холостяка", став популярним під час глобальних онлайн-розпродажів та акцій, особливо 11 листопада. Це не лише новий термін, але і нова концепція, яка відображає певний культурний та комерційний контекст. Також, термін “脱单” (tuō dān), що перекладається як "Вийти зі статусу одинокого, знайти пару", є прикладом нової лексичної конструкції, яка виникла в контексті онлайн-знайомств та соціальних мереж. Цей термін виражає прагнення людей до змін у своєму особистому житті та стає частиною сучасного сленгу. Отже, створення нових лінгвістичних конструкцій через масмедійні неологізми сприяє не лише розширенню словникового запасу, але і адаптації мови до викликів сучасного світу, надаючи їй гнучкість та виразність.

Масмедійні неологізми в китайській мові відіграють важливу роль у висловлюванні та збереженні культурної ідентичності. Шляхом створення нових термінів та виразів, пов'язаних із сучасними реаліями, мова стає інструментом для вираження не лише технологічних та соціальних змін, а й відображення культурних цінностей. Наприклад, термін “网红” (wǎng hóng), що перекладається як "Інтернет-зірка", є відмінним прикладом, як масмедійний неологізм вражає на культурну ідентичність. Цей термін відображає новий тип популярності, що виник у сучасній інтернет-культурі та став важливою частиною мовного коду, сприяючи визнанню та комунікації в онлайн-середовищі. Також, термін “打卡” (dǎ kǎ), що перекладається як "Позначитися" або "Зробити фото або запис у певному місці для підтвердження візиту", є прикладом того, як мова вражає на культурні традиції, пов'язані з подорожами та спільнотою.

Масмедійні неологізми у китайській мові відіграють ключову роль у підвищенні мовної експресії та розширенні можливостей точного висловлення нових ідей та концепцій. Ці нові терміни та вирази виникають відповідно до

швидкого технологічного розвитку, культурних змін та соціальних трансформацій. Наприклад, термін "双十一" (shuāng shí yī), що означає "День холостяка," став популярним в контексті безлічі онлайн-знижок та акцій, особливо в Інтернет-магазинах 11 листопада. Цей термін не лише відображає соціальний феномен, але і стає виразним способом передачі ідеї про споживчий культурний події в сучасному суспільстві. Також, введення терміну "抖音" (dǒu yīn), що означає "TіkTok," показує, як мовна експресія адаптується до нових технологій та платформ для створення та обміну короткими відеороликами. Цей неологізм стає частиною мовного арсеналу для опису нових форм виразу в інтернет-просторі.

Спостереження за "Глосарієм Інтернет-сленгу" ("Chinese Internet Slang Glossary") дозволяють розширити класифікацію неологізмів Інтернету наступними типами:

1) Аббревіація: це нові слова або вирази, утворені зі скорочених перших літер фонетичної транскрипції pīn yīn, які на письмі відображені латинськими літерами, наприклад: ZF - 政府 (zhèng fǔ) - уряд, GCD - 共产党 (gòng chǎn dǎng) - КПК, GG - 哥哥 (gē ge) - брат, хлопець.

2) Аббревіація через поєднання 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.

3) Англломовні лексичні одиниці: слова або фрази, запозичені з англійської мови, адаптовані до китайських реалій, наприклад: 打 call (dǎ call) - підтримати чийось точку зору, hard 模式 (hard mó shì) - стан важкості, що використовується в іграх.

4) Ідіофони: слова, що імітують звуки навколишнього середовища, такі як 萌萌哒 (méng méng dá) - мі-мі-мі, 么么哒 (me me dá) - чмок.

Така розширена класифікація дозволяє краще розуміти та описувати різноманітні неологізми, що виникають у сучасному китайському Інтернет-соціолекті.

Існує специфічна категорія висловів, які широко поширені серед користувачів Інтернету і мають назву "Інтернет-меми". Ці вислови не транслюють своє значення через літеральне розуміння окремих слів, а використовуються у метафоричному контексті, створюючи певний культурний код. Є. Циховська, у своїй статті "Інформаційні віруси: картина як інтернет-мем", розглядає це явище як спонтанне поширення певної інформації через Інтернет усіма можливими способами. Ці вислови відображають сучасні реалії китайського суспільства і часто перетворюються на крилаті фрази.

Наприклад, "皮皮虾，我们走！" (pí pí xiā wǒ men zǒu) - "Креветко, поїхали!" - використовується для заохочення до руху та перемоги. "我爸是李刚" (wǒ bà shì lǐ gāng) використовується для підкреслення своєї позиції відносно інших та закону, пов'язуючи це з політичною недоторканністю.

Крилаті фрази Інтернет-соціолекту часто містять варіанти англомовних висловів, адаптованих до китайського середовища. Наприклад, "你行你上" (nǐ háng nǐ shàng) є відповідником "You Can You Up", що відноситься до фанатів баскетболу та означає "Якщо сам не можеш, то не критикуй інших". "大吉大利，晚上吃鸡" (dà jí dà lì wǎn shang chī jī) відповідає фразі "Winner, winner, chicken dinner!", яка означає "зайняти перше місце" або "перемогти" і також є популярною серед спортивних фанатів.

Чимало висловів формується за допомогою симетричних конструкцій, таких як 很 ..., 很 ... (很黄, 很暴力 - надто жорстоко та цинічно; 很傻, 很天真 - надто не розумні та наївні); 不 ..., 不... (不作死, 就不会死 - не роби дурниць; не наривайся) та інші. Ці вислови виражаються через сполучення певних елементів мови, що утворюють метафоричне значення, і набувають популярності серед користувачів Інтернету.

Лексичні одиниці, які здобули нове значення, можуть включати слова як зі сучасної стандартизованої китайської мови, так і ті, що були запозичені з класичного китайського письма (文言). Наприклад, 晕 (yūn), що традиційно має значення "запаморочення", тепер використовується у сенсі "голова йде обертом" через здивування або відразу. Також, 猴子 (hóu zi), що традиційно означає "мавпа", у соціальних спільнотах тепер використовується в значенні "організатори Інтернет-форумів".

Метафора, яка є художнім засобом, полягає в переносному вживанні слів або виразів на основі аналогії чи порівняння. Дослідниця Є. В. Лавренюк розглядає процеси метафоризації китайської мови як взаємодію когнітивних структур "джерела" та "мети". Це означає, що в мові Інтернет-користувачів певні лексичні одиниці отримують нове значення, як приклад можна навести 晒工资 (shài gōng zī) - залишати предмети на сонці / оприлюднення власних прибутків у Інтернеті.

Омонімами нарекують лексичні одиниці, які співпадають за звучанням, але різняться за значенням. Є. В. Лавренюк вважає омонімію одним з активних методів творення неологізмів у сучасній китайській мові. У своїх висновках вона опирається на А. Л. Семенаса, який визначає китайську мову як найбільш омонімічну у світі.

Між основних причин виникнення неологізмів за допомогою омонімії можна виділити наступні:

а) Друкарські помилки, що виникають внаслідок швидкого введення тексту з використанням pīn yīn (літературного варіанту читання ієрогліфа латинськими літерами). Наприклад: 谈定 (tán dìng) – спокійний, байдужий / 蛋腚 (dàn dìng) – задня частина яйця; 国足 (guó zú) – збірна Китаю з футболу / 国猪 (guó zhū) – "державні свині"; 神马 (shén mǎ) – чарівний кінь / 什么 (shén me) – що? (питальне займенник).

б) Прагнення сховати зміст повідомлення від проурядових груп Інтернет-контролю, таких як "50-центові армія" (неофіційна назва блогерів і форумчан, що висловлюють позитивне ставлення до політики КНР) і цензорів. Останні переслідують і покачують вираження незадоволення політичним курсом партії згідно із законами, такими як "Про обслуговування електронних оголошень в Інтернеті" та "Про підтримку суспільного ладу та міри покарання його порушників" і інші, спрямовані на контроль вмісту в Інтернеті.

Отже, нові лексичні одиниці, сформовані за допомогою омонімії, можуть мати як випадковий характер (наприклад: 亲 (qīn) – рідний, близький; після неправильного використання ним іноземцем, вживається в значенні "Ви / Ваш"), так і навмисний (наприклад: 和谐 (hé xié) – гармонія / 河蟹 (hé xiè) – річковий краб).

Особливо до омонімів можна віднести числові вирази, що за звучанням нагадують лексичні одиниці сучасної китайської мови і використовуються для прискорення комунікації, наприклад: 88 (bā bā) – 叭叭 (bābā) – прощай; 995 (jiǔ jiǔ wǔ) – 救救我 (jiù jiù wǒ) – допоможи мені, порятуй, не викривай; 520 (wǔ èr líng) – 我爱你 (wǒ ài nǐ) – я тебе кохаю.

Формування слів за допомогою словоскладання є типовим і найбільш розповсюдженим методом словотворення в китайській мові. Цей підхід включає лексичні одиниці, створені шляхом атрибутивного словоскладання (наприклад: 给力 (gěi lì) – робити щось цікавим, крутим; 女汉子 (nǚ hàn zì) – дівчата з чоловічою вдачею) та афіксації.

При створенні неологізмів переважно використовується афіксальний метод, де для формування нових слів використовуються:

Префікси, такі як 小 -, 学 -, 砖 - і інші:

- 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.

Семантична закономірність у неологізмах, сформованих за допомогою префіксації, полягає в тому, що лексичні одиниці, які в основному мають саркастичний характер, несуть в собі відтінок меншовартості або применшення значення. Наприклад, 小三 (коханка) має соціально менше значуще положення, ніж дружина, і має менше прав у відносинах.

Суфікси, такі як - 族, - 客, - 体 і інші:

- 族: 潮汐族 (cháo xī zú) – люди, які виходять на роботу рано вранці і повертаються пізно ввечері; 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, які покупують 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 висловлення в Інтернеті тощо.

Семантична закономірність у неологізмах, сформованих за допомогою суфіксації, так само, як і у словах, утворених префіксальним методом, впливає зі значення суфікса. Усі зазначені суфікси мають відношення до людини або групи людей (族 – рід, клан, група; 客 – особа, гість, мандрівник; 体 – тіло, організм, устрій).

Неологізми, що мають числівники записані ієрогліфами, утворюють окрему підгрупу лексичних одиниць. Наприклад, 阿三 (ā sān) – індус; 小三 (xiǎo sān) – коханка; 三多 (sān duō) – три речі, бажаних у великій кількості тощо.

Запозичення за фонетикою є характерними як для класичної китайської мови, так і для мови Інтернет-спілкування. Більшість з них походять з японської та корейської мов для пояснення явищ, що є типовими для країн Далекого Сходу.



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

Результати структурно-статистичного аналізу 400 лексичних одиниць Інтернет-соціолекту, взятих з Інтернет-чатів та соціальних мереж, а також з «Глосарію Інтернет сленгу». Зазначені результати вказують на перевагу аббревіації, словоскладання та афіксації серед методів формування неологізмів в Інтернет-соціолекті. Особливо виділяється словоскладання, що було визначено Лавренюк Є. В. як основний метод творення нових слів у китайській мові на 2015 рік. Це свідчить про його високу поширеність в контексті китайської мови.

## Висновки до третього розділу

У третьому розділі досліджено виклики та перспективи використання масмедійних неологізмів у китайській мові. Було встановлено, що надмірне зростання нових термінів може ускладнювати сприйняття текстів та комунікацію. Використання неологізмів у китайській мові відзначається поєднанням традиційних мовних норм з новими лексичними елементами, що відображає особливості сучасного соціокультурного контексту Китаю. Багато нових слів і виразів, зокрема ті, що походять із західних мов або інтернет-сленгу, адаптуються до китайської фонетики та морфології, забезпечуючи збереження мовних особливостей, але при цьому додаючи нові семантичні можливості.

Завдяки медіа, неологізми швидко проникають у всі сфери життя, зокрема в повсякденне спілкування, бізнес, освіту та технології. Це збагачує китайську мову, робить її більш гнучкою, дозволяючи чіткіше та ефективніше відображати сучасні реалії. Крім того, масмедійні неологізми відображають культурні й соціальні настрої, створюючи мовні засоби для вираження особистих поглядів, соціальних тенденцій, технологічних новацій та емоцій. У цьому контексті китайська мова не лише зберігає свої традиційні елементи, але й активно реагує на глобальні культурні процеси, роблячи її динамічною та актуальною для сучасного користувача.

Таким чином, масмедійні неологізми стали важливим інструментом для відображення сучасності, поєднуючи мовну традицію з інноваціями та сприяючи розвитку китайської мови як зручного, гнучкого й багатозначного засобу комунікації.

## ВИСНОВКИ

У цій роботі ми ґрунтовно розглянули явище масмедійних неологізмів у китайській мові. Перший розділ був присвячений визначенню поняття неологізмів у медійному просторі та їхнього впливу на китайську мову. Ми з'ясували, що масмедійні неологізми мають особливу структуру та функцію, адже вони швидко заповнюють лексичний простір, необхідний для передачі нових реалій, технологій і соціальних явищ. Також ми розглянули типологію масмедійних неологізмів та їхню значущість у мовній системі, де вони не лише збагачують лексику, а й утворюють нові мовні моделі, що стають частиною повсякденного мовлення.

У другому розділі нами було досліджено основні методи вивчення масмедійних неологізмів. Таким чином, ми можемо виділити такі методи як: контент-аналіз, дискурсивний аналіз та когнітивний аналіз, які допомагають ідентифікувати та класифікувати нові лексичні одиниці, а також дослідити їхні семантичні особливості. Окрім цього ми звернулися до використання методів корпусної лінгвістики. Це дозволяє нам систематизувати та аналізувати великі обсяги текстів для виявлення частотності і варіативності використання неологізмів. Наостанок, ми приділили увагу соціолінгвістичному аспекту. Виходячи з цього, соціолінгвістичний аналіз спрямований на дослідження використання неологізмів в колі різних соціальних верств сучасного Китаю, що є важливою частиною мовних форм і того, як вони адаптуються і поширюються серед населення.

У третьому розділі ми дослідили функції масмедійних неологізмів і їхню здатність передавати нові поняття, сприяти виразності мови та інтегрувати новітні культурні й технологічні зміни у мовний простір. Ми побачили, що ці нові слова та вирази не просто заповнюють лексичні прогалини, а й активно відображають соціальні і культурні трансформації, стаючи водночас мовними маркерами епохи.

Масмедійні неологізми, які розповсюджуються через сучасні інформаційні канали, виявляють динаміку технологічного та соціального розвитку суспільства, що виражається як у нових концептах, так і в стилістичних змінах китайської мови. Окрім цього, третій розділ був зосереджений на викликах, що постають перед китайською мовою через зростання кількості масмедійних неологізмів. З одного боку, ці нові мовні одиниці збагачують мову та допомагають адаптуватися до нових соціокультурних умов, однак з іншого — вони можуть ускладнювати збереження мовної традиції та створювати розрив між поколіннями. Молодь швидко переймає нові форми вираження, що іноді викликає труднощі в спілкуванні з представниками старших поколінь, які не завжди розуміють нові лексичні одиниці. Крім того, постійне поповнення мови неологізмами ставить питання про їхнє належне вживання та інтеграцію в мовну систему.

У підсумку ми можемо зробити висновок, що масмедійні неологізми відіграють ключову роль у розвитку китайської мови, адже вони дозволяють адаптувати її до змін у суспільстві, роблячи її більш виразною, гнучкою та відкритою до нових понять і концепцій. Проте цей процес супроводжується певними викликами: вони створюють нові мовні бар'єри між поколіннями, що потребує ретельного аналізу та вивчення. У майбутньому важливо буде знаходити баланс між інтеграцією нових лексичних одиниць та збереженням традиційної мовної спадщини, щоб китайська мова залишалась цілісною, зрозумілою для всіх і здатною відображати як сучасність, так і свої корені.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 熊金星。汉语中的新词语。[J]. 书屋, 2006. 2. 罗昌品。2200 条新词“升级”经济生活[N] 中国商报, 2006.
2. 张香红。英语外来词对现代汉语的影响[D] 辽宁师范大学, 2005.
3. “现代汉语新词词典”北京语言学院出版社, 1994.
4. 现代汉语词典” (第五版) /中国社会科学院语言研究所辞典编辑室编。 - 北京: 商务印书馆, 2005.
5. “新华新词语词典” 商务印书馆出版社, 2003.
6. Пігур М. В. Динамічний словотвір: навчальний посібник для студентів філологічних факультетів. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. 71 с.
7. Стишов О. А. Семантичні неологізми в дискурсі українськомовних мас-медіа початку ХХІ століття. Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького педагогічного університету. 2015. Вип. 13. С. 364-374.
8. Cristal D. The Language Revolution. Cambridge: Polity Press, 2004. 152 p.; 14. Internet World Stats. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> ;
9. 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>;
10. 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>;
11. 陈原. 语言与社会生活. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1999. 122 页.
12. 互联网在中国. URL: [http://www.bizhit.ru/index/www\\_word\\_users\\_kitaj/0-175](http://www.bizhit.ru/index/www_word_users_kitaj/0-175);

13. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/krylatyj>;
14. Chinese Internet Slang Glossary. 2017 URL: <https://www.chinasmack.com/glossary> .
15. Alibaba Online Business-to-Business Trading Platform. Alibaba Group Holding Limited. (2020) URL: <https://www.1688.com/>
16. An English-Chinese Glossary of IT Terms: January 2018. (2020). Office of the Government Chief Information Officer in Hong Kong. URL: <https://bit.ly/2xMMGHa/>
17. Arthur T. (2009). Oxford Guide to World English. London. 50 p.
18. Baidu Zhidao (Web-based Collective Intelligence Resource). Baidu Global Business Unit. (2020) URL: <https://zhidao.baidu.com/>
19. China Software Developer Network. (2020). CSDN Information Portal. URL: <https://www.csdn.net/>
20. Computer Dictionary. (2017). URL: <http://computer.yourdictionary.com/>
21. Cotton D. (2007). Market leader: elementary business English: course book. Harlow: Pearson Education; Harlow: Longman. 260 p.
22. Peschel C. (2000). Zum Zusammenhang von Wortneubildung und Textkonstitution. Tübingen: Niemeyer. 315 S.
23. The New Oxford Dictionary of English. Oxford University Press, 2001. 2152 p.
24. 俞允海 . 论新词语研究 . (2020) URL: <http://www.huayuqiao.org/articles/yuyunhai/yyh03.htm>
25. 江蓝生, 齐景春, 程荣, 现代汉语词典, - 北京: 商务印书馆, (2014). - 1789 页.
26. 刁宴试、盛继艳, 近 10 年新词语研究述评. / 辽宁师范大学学报 (2003). 第 1 期, 4\_10 页.
27. 郭嘉伟, 亢世勇, 新词语研究的现状, (2007). 420-430 页.
28. 南宁. 现代汉语. (1973), 6 页.

- 29.孙常叙. 汉语词汇长春, (1956).215 页.
- 30.刘宏伟, 王伟思. 论汉语中字母词的社会认同心理 // 长春理工大学学报(社会科学版). (2013). № 2. 第 128–129 页.
- 31.ССКЯ – 江蓝生, 谭景春, 程荣. 现代汉语词典. 北京: 商务印书馆, (2014). 1789 页.
- 32.浏览量. 汉语词典收录 NBA 等词被批违法: 引入字母词破坏中国文化. (2020) URL: [http://www.ofjx.com/bd/20120913/9448\\_2.html](http://www.ofjx.com/bd/20120913/9448_2.html)
- 33.刘涌泉. 谈谈字母词. 语文建设. (1994). № 10. 第 25–32 页.
- 34.Приходько А. М. (2007). Дискурсологія концепту vs концептологія дискурсу. Вісник Харківськ. Нац. Ун-ту ім. В.Н. Каразіна. №782. с. 66-67.
- 35.Селіванова О. О. (2006). Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля. К. с. 716.
- 36.Серажим К. (2002). Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [на матеріалах суч. газетн. публіцистики]: монографія. К. с. 392.
- 37.Столярова М. О. (2005). Етикет у віртуальній англійській комунікації (на матеріалі чатлайнових сесій): дис... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». К.. с. 209.
- 38.Тихонова О. (2009). Основні моделі утворення неологізмів у китайській мові. Китайська цивілізація: традиції та сучасність: Зб. ст. К. с. 131- 134.
- 39.Ткачик О. В., Роговська Н.В. (2017). Шляхи поповнення лексичного складу сучасної англійської мови. Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». № 9. с. 36-40.
- 40.Ширяєва О. (2014). Оказіоналізм у художньому тексті: лінгвальний статус та головні ознаки (на матеріалі роману Г. Мюллер «Гойдалка дихання»). Іноземна філологія: укр. наук. зб. Вип. 127 Ч. 1. Л.: Видавництво ЛНУ ім. І. Франка. с. 103-109.

- 41.Щерба Д. В. (2006). Поняття системи та структури в термінознавстві. Проблеми української термінології: Зб. наук. праць. Львів: Національний університет «Львівська політехніка». с.15-16.
- 42.Щерба Д. В. (2006). Термін та його дефініція як головні онтологічні поняття термінознавства. Вісник ЖДУ ім. І.Я. Франка. Житомир. Вип.28. с. 237-239.



## 摘要

本课题的相关性在于近年来大众媒体、网络平台、社交媒体及其他沟通手段的快速发展。这导致了新的词汇和术语的不断出现，以描述新的现象和技术。当代技术和文化趋势，如人工智能、网络安全、电子商务等，要求新的词语和表达方式，以便在汉语中得以呈现。日益增长的全球化加速了跨文化交流，从而影响了词汇结构。新的术语和词汇的出现对于在国际背景下准确表达思想和概念是必不可少的。大众媒体在形成社会意识方面起着关键作用，使用新词语以快速而有效地传达新闻、思想和趋势，反映了当代的现实。

研究的目的是探讨现代汉语中大众媒体新词的作用特征，揭示其对语言动态、文化背景以及现代中国社会信息感知的影响。

研究对象是现代汉语中的大众媒体新词。

研究内容是大众媒体新词在汉语中不同方面的功能和使用特征。

本研究的科学创新在于考虑到现代大众媒体和技术的迅速发展，分析现代汉语中大众媒体新词的特征。通过应用语言学、文化学和媒体研究的方法，能够从大众媒体新词的角度获得对语言与社会互动的全面看法。研究探讨了大众媒体在形成新词和表达方式中的作用，尤其是在媒体消费增长和信息技术发展的背景下尤为重要。本研究揭示了大众媒体新词与现代技术、文化和社会变化的互动关系，并关注其在现代汉语中的新变化。对汉语新词的研究还与其他语言中的类似现象进行比较，能揭示独特特征和普遍趋势。运用多种分析方法，包括语言学、语义学和社会文化学的分析，得出全面且深入的结果。研究结果可用于实际应用，如开发教育项目、改进沟通策略和语言规划。研究结果在语言规划的背景下具有应用价值，形成关于语言现象管理和语言标准发展的建议。

在本研究中，我们详细分析了汉语中的大众媒体新词的概念及其在形成现代词汇和风格中的重要作用。第一章定义了新词，并探讨了其对语言的影响，还分析了大众媒体新词的种类及其在汉语结构中的作用。

在第二章中，我们研究了大众媒体新词的功能，特别是它们在学习新概念、影响语言风格以及再现现代现实中的作用。我们确认这些新词不仅丰富了语言，还反映了社会中文化和技术变化的动态。

在第三章中，我们关注了随着大众媒体新词数量增加所带来的挑战，还分析了大众媒体新词对语言发展的影响及其对传统语言遗产保护的影响。我们还讨论了新词在未来汉语发展中的应用前景。

大众媒体新词在汉语的发展和转变中起着关键作用，它们不仅成为表达当代现实的工具，还促进了语言的表达和适应社会变化。然而，它们也带来了新的挑战，包括代际差异和误用的可能性，这需要在未来加以研究和解决。