

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

Кваліфікаційна робота магістра з китайської філології  
на тему:

**СТРУКТУРНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ В  
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  
Панченко Анни Олександрівни  
Науковий керівник:  
канд. пед. наук, доц. Шевченко К. В.

*Допущена до захисту*

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 року

*Завідувач кафедри*

\_\_\_\_\_  
(підпис) (ПІБ)

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

**Київ – 2024**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ "СЛЕНГ " .....</b>	<b>7</b>
1.1 Сленгова лексика як об’єкт лінгвістичного дослідження.....	7
1.2 Джерела виникнення сленгової лексики.....	11
1.3 Класифікація сленгової лексики.....	14
<b>Висновки до розділу 1.....</b>	<b>23</b>
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ У</b>	
<b>КИТАЙСЬКІЙ МОВІ.....</b>	<b>25</b>
1.1 Методологічні підходи до аналізу Інтернет-сленгу.....	25
1.2 Класифікація китайського Інтернет-сленгу.....	32
<b>Висновки до розділу 2.....</b>	<b>38</b>
<b>РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ВПЛИВ</b>	
<b>КИТАЙСЬКОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ НА РОЗВИТОК</b>	
<b>МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....</b>	<b>40</b>
1.1 Структурно-семантичні та стилістичні особливості Інтернет-сленгу.....	40
1.2 Причини та частота використання Інтернет-сленгу китайською молоддю в	
повсякденному житті (результати опитування).....	53
<b>Висновки до розділу 3.....</b>	<b>67</b>
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>69</b>
论文摘要.....	71
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>73</b>

## ВСТУП

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема глобальної мережі Інтернет, справив безпрецедентний вплив на усі сфери людського життя, включаючи мову. Як потужний інструмент комунікації, Інтернет сприяв появі нових мовних форм та стилів, серед яких особливе місце посідає інтернет-сленг – явище, що динамічно еволюціонує і привертає дедалі більшу увагу лінгвістів усього світу.

Виникнення та активне функціонування інтернет-сленгу зумовлені специфікою віртуального середовища, яке характеризується високою швидкістю комунікації, прагненням до емоційної виразності та лаконічності. Ці фактори зумовили появу нових слів, виразів та граматичних конструкцій, що відрізняються від норм літературної мови.

Особливо яскраво феномен інтернет-сленгу проявляється в мовах країн, які демонструють високу активність користувачів онлайн-простору. Однією з таких країн є Китай, де кількість інтернет-користувачів сягає понад мільярда осіб.

Проблематика сленгу є предметом постійної уваги мовознавців і науковців. Різні аспекти сленгу досліджувалися такими дослідниками: І. Р. Гальперін, Е. Партрідж, Ч. Лелланд, Дж. Гріног, Г. Генне, Г. Менкен, Б. Баррере, Л. Ставицька, С. Робертсон, Б. Флекснер, У. Понятинник та ін.

**Актуальність теми** обумовлена безперестанно зростаючим впливом Інтернету на комунікацію в китайськомовному середовищі, що сприяє виникненню нових мовних форм. Інтернет-сленг відображає культурні зміни, молодіжні тренди та соціальні взаємодії, а також демонструє специфічні структурно-стилістичні особливості китайської мови. Дослідження цієї теми є важливим для лінгвістів, культурологів та фахівців у сфері міжкультурної комунікації, оскільки воно допомагає зрозуміти, як технології впливають на мовлення та створюють нові комунікаційні практики.

**Мета** даного дослідження полягає у тому, щоб проаналізувати на матеріалі китайськомовних текстів блогів, еволюцію та структурно-стилістичні

особливості китайськомовного Інтернет-сленгу, щоб зрозуміти його роль у сучасній комунікації та вплив на розвиток китайської мови.

Для досягнення поставленої мети потрібно було виконати такі **завдання**:

- дослідити основні джерела формування китайськомовного інтернет-сленгу;
- проаналізувати еволюцію китайського інтернет-сленгу з огляду на соціокультурні та технологічні зміни;
- визначити основні структурно-стилістичні особливості китайського інтернет-сленгу на лексичному, морфологічному, синтаксичному та графічному рівнях;
- розглянути вплив китайського інтернет-сленгу на літературну мову та культуру Китаю.

**Об'єктом** дослідження є китайськомовний Інтернет-сленг як динамічна система мовних одиниць, що виникають та функціонують у віртуальному просторі китайськомовного сегменту Інтернету.

**Предметом** дослідження є мовні одиниці, вирази та конструкції, що використовуються в онлайн-комунікації китайською мовою, включаючи терміни, жаргон, абрєвіатури, скорочення та неформальні вирази.

**Матеріалом** дослідження слугувала корпус текстів з китайськомовного сегменту Інтернету, що містять приклади Інтернет-сленгу. Це включає дописи та коментарі з соціальних мереж (Weibo, WeChat, Douyin), форумів, чатів, блогів, а також матеріали онлайн-ЗМІ, що охоплюють період існування та розвитку китайськомовного Інтернет-сленгу. Додатковим матеріалом стали словники сленгу, статті та дослідження, присвячені китайській мові Інтернету.

У дослідженні було застосовано такий комплекс методів, як суцільна вибірка лексичного матеріалу, структурно-семантичний, стилістичний та контент-аналіз, соціолінгвістичний аналіз, а також кількісний аналіз статистичних даних.

**Наукова новизна** дослідження полягає у комплексному аналізі джерел та еволюції китайськомовного Інтернет-сленгу з фокусом на його структурно-

стилістичних особливостях. В роботі систематизовано та описано різноманітні джерела формування китайськомовного Інтернет-сленгу, визначено основні етапи його розвитку та розкрито специфіку його структурної організації та стилістичних маркерів на кожному з етапів.

**Практичне значення** дослідження полягає у його комплексному внеску в лінгвістику, соціолінгвістику, викладання китайської мови, переклад, маркетинг та аналіз соціальних мереж. Результати дослідження дають змогу глибше зрозуміти динаміку розвитку китайської мови, вплив інтернету на мовну норму, особливості сучасної китайської культури та комунікації молоді.

Предмет та результати даного дослідження можуть бути використані для вдосконалення методик викладання китайської мови, адекватнішого перекладу та локалізації контенту, розробки ефективних маркетингових стратегій та аналізу соціальних мереж.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків до кожного з них, загального висновку, списку використаних джерел та резюме.

**Перший розділ** нашої роботи присвячений визначенню поняття "сленг" у лінгвістиці, джерелам його виникнення та загальної класифікації сленгової лексики.

**У другому розділі** проаналізовано китайський Інтернет-сленг, який використовується на сучасних Інтернет-платформах, месенджерах і форумах, використовуючи методологічні підходи, а також висвітлена та проаналізована класифікація китайського Інтернет-сленгу.

**Третій (практичний) розділ** присвячений дослідженню структурно-семантичних і стилістичних особливостей китайського Інтернет-сленгу та продемонстровано це на прикладах. Також, завдяки дослідженню, ми з'ясували частоту та причини використання Інтернет-сленгу китайською молоддю.

**У висновках** до нашого дослідження, ми виявляємо що сленг виконує функції ідентифікації, експресивності, економії часу та креативності. Дослідження китайського інтернет-сленгу показало, що він інтегрує традиційні

елементи мови з новими концепціями, активно використовуючи аббревіатури та метафори. Інтернет-сленг динамічно змінюється під впливом соціальних мереж, формуючи нові комунікативні норми. Це явище є важливим інструментом самовираження молоді та потребує подальшого вивчення для глибшого розуміння сучасної китайської культури.

**Апробація.** Основні положення кваліфікаційної 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).

## РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ "СЛЕНГ "

### 1.1 Сленгова лексика як об'єкт лінгвістичного дослідження

Одним з найважливішим методів людського спілкування є мова. Саме за допомогою мови будь-яка культура може виразити свою сутність, адже вона відображає культурно-історичний фон кожної нації у певну епоху. Усі сторони суспільного життя людини, процеси її пізнавальної та творчої діяльності, кожен момент її свідомості супроводжуються використанням мови.

Окремим пластом національної мови, який змінюється найстрімкіше, є сленг. Насправді ж, на сьогоднішній день не існує єдиної думки стосовно визначення поняття "сленг". Воно не має термінологічної точності, тому різні мовознавці трактують йому різні визначення. З 19-го століття до наших днів, "сленг" вважається жаргоном будь-якої професійної чи соціальної групи. У лінгвістиці сленг часто протиставляється нормі літературної мови. Та незважаючи на це, набагато цікавіше розглядати сленг саме як лінгвістичний феномен, розповсюдження якого визначається різними соціальними, віковими, просторовими рамками.

Проаналізувавши багато джерел, з'ясуємо що сам термін "сленг" в перекладі з англійської мови означає: мова соціально чи професійно відособленої групи в протилежність літературній мові; а також один із варіантів розмовної мови (включаючи експресивно забарвлені елементи мови), що не співпадає з нормою літературної мови.

Розглянемо такі трактування поняття "сленг":

- 1) розмовний варіант професійного мовлення;
- 2) елементи розмовного варіанта тієї чи іншої професійної чи соціальної групи, які, проникаючи в літературну мову, набувають у цих мовах особливого емоційно-експресивного забарвлення (曹进., 2012).

Як зауважує відомий британський мовознавець, автор словника англійського сленгу, Ерік Партрідж, сленг – це випадкові сукупності лексем, які

використовуються у розмовній сфері і відображають суспільну свідомість людей, котрі належать до певної соціального чи професійного середовища.

Вивчаючи питання сленгу, американський мовознавець Ч. Фріз дає таке «неточне» пояснення терміну «сленг»: «Поняття сленгу, настільки розширило своє значення, що воно застосовується для позначення такої кількості різних понять, що вкрай важко провести розмежувальну лінію між тим, що є сленгом, а що ні» (Fries, 1947). Дослідження цієї проблематики довело, що ще немало англійських учених порівнюють термін "сленг" з жаргоном, аргом чи кентом.

В англійському словнику бачимо визначення поняття «сленг», як слів, що часто набувають іншого значення, аніж його першочергове; це скорочення, що спрощують мову. (Urban Dictionary.)

У тлумачному словнику української мови знаходимо такі пояснення поняття терміну "сленг": 1. Розмовний варіант професійного мовлення; жаргон. 2. Жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення.

У праці С. Робертсона *The Development of Modern English* під сленгом розуміється зовсім різноманітні явища, що не мають нічого спільного з ним. Лінгвіст стверджує, що сленг складається з особливих слів, які вигадуються окремими людьми та незрозумілі для всіх інших членів суспільства (Robertson, 1954).

Стюарт Б. Флекснер пропонує наступне визначення поняття сленг: "Сленг являє собою ті слова і вирази, які використовуються різними прошарками суспільства і які зрозумілі йому, але, на думку більшості людей, не підходять для "милозвучного" офіційного використання їх у мові". (Флекснер, 1957)

Проводячи ретельну оцінку двох великомасштабних онлайн-словників сленгу, дослідники Дж. Сан, Р. Земел та Янг Ху зазначили, що мережевий сленг є переважною формою неформальної мови, що забезпечує гнучке та розширене використання слів, які, як відомо, важко інтерпретувати системами обробки природної мови.



О. Селіванова ж стверджує, що до початку створення стандартів літературної мови, сленг не був відокремленим від інших шарів мови. На даний час сленг відноситься до соціальних діалектів (Селіванова, 2006).

У "Короткому словнику жаргонної лексики української мови" Л. Ставицька зазначає, що сленг за своєю природою швидкозмінний, підвладний примхливій моді й індивідуальній мовній творчості (Ставицька, 2003). У своїй роботі "Арго. Жаргон. Сленг" дослідниця розділяє сленг за структурою. Вона виділяє загальний сленг (відносно стійкий для певного періоду, широко поширений і загальнозрозумілий шар лексики та фразеології в середовищі живого розмовного мовлення, вельми неоднорідний за своїм генетичним складом і ступенем наближення до літературної мови, що має яскраво виражений експресивно-оцінний характер) і спеціальний (професійний жаргон та мова певних соціальних прошарків) (Ставицька, 2005).

Автор словника сленгу Р. Спірс відмічає, що термін "сленг" спочатку використовувався для позначення американського кримінального. З роками ж "сленг" почав розширювати своє значення і на сьогоднішній день включає в себе різноманітні види нелітературної лексики: жаргон, просторіччя, діалекти і навіть вульгарні слова (Spears Richard, 1982).

У. Понятинник розглядає сленг як навмисне вживання елементів загальнолітературного словника в розмовному мовленні з суто стилістичною метою: для створення ефекту новизни, незвичайності, відмінності від визнаних зразків, для передачі певного настрою мовця, для додання висловлюванню конкретності, жвавості, виразності, точності, стислості, образності, а також щоб уникнути штампів, кліше, що досягається, як уважають дослідники, використанням таких стилістичних засобів, як метафора, метонімія, синекдоха, літота, евфемізми (Понятинник, 1999, с. 109).

Український мовознавець Олександр Пономарів вважає сленг невід'ємною частиною мови, що відображає її динаміку та здатність до розвитку. Підкреслює його емоційну забарвленість та функцію ідентифікації з певною групою.

І.Р. Гальперін пропонує розуміти під терміном "сленг" той шар лексики та фразеології, який проявляється у сфері живої розмовної мови в якості розмовних неологізмів, які легко переходять у шар загальноприйнятої розмовної літературної лексики (Гальперін, 1956).

Проаналізувавши молодіжний сучасний сленг, український мовознавець підтвердила відзначену вченими потужну словозмінну варіабельність соціальних діалектизмів. Вона вважає, що сленгова лексика – це ознака перш за все усно-розмовного мовлення, а отже вона не тримається застиглої лексичної форми, а щоразу постає в іншому звуковому образі (Мартос, 2003).

О. Дорда, який досліджує американський сленг, у своїй роботі пише, що молодіжний сленг проникний для лексики, запозиченої з інших професійних груп, групових жаргонів і арго та, в свою чергу, служить джерелом запозичень для цих соціальних діалектів. Саме молодіжні колективи переймають свої інновації в лексиконах груп, що користуються популярністю та служать для них поведінковим орієнтиром (Дорда, 2008).

Американські лінгвісти Б. Думас та Дж. Лайтер у своїй праці "Is Slang a Word for Linguists?" стверджують, що сленг - це те, про що ми всі знаємо і думаємо, що наше розуміння сленгу співпадає з розумінням інших людей, проте ніхто не може надати точного визначення даному поняттю (Думас, Лайтер, 2002)

На основі дослідів визначень поняття "сленг" інших американських лінгвістів, дослідники komponують декілька характеристик, які притаманні "справжнім" сленгізмам:

- використання сленгу знижує формальність тексту чи промови. Спонтанне вживання сленгізму під час розмови може здаватися недоречним для реципієнта. Проте, їх вживання може свідчити про особливу близькість автора з аудиторією;

- використання терміну свідчить про фамільярність мовця з комунікантом;
- табу на використання конкретного виразу чи слова в розмові з людьми вищого статусу, за комуніканта;

- використання терміну для підміни вже відомого синоніма в контексті.

Автори роботи також припускають, що якщо термін відповідає щонайменше двох з вищенаведених характеристик, то в такому випадку воно може вважатися "справжнім" сленгом.

Дослідивши всі вищенаведені трактування терміну "сленг", можна підтвердити, що сленг виступає як власне творіння свідомості кожного окремого народу, як втілення його багаторічного досвіду. Сленг є явищем дійсності, за яким спостерігають протягом тривалого часу. Деякі дослідники та лінгвісти ставлять сленг в опозицію класичній літературній мові. Іноді він частково, а іноді й повністю ототожнюється з терміном "жаргон". Адже деякі автори категорично визначають сленг як "вульгарну та злодійську мову", а інші навпаки, виділяють її, як ознаку життя та поступового розвитку мови, постійної зміни лексичного складу мови (常晋芳, 2005).

В підсумку сленг можна розглядати як щось свідоме, а також його можна використовувати навмисно у стилістичних цілях: для створення ефекту незвичайності, а також відмінності від загальноприйнятих зразків, для відображення конкретного настрою того, хто розмовляє, а також для додачі виразу конкретності, виразності та жвавості.

## **2.2 Джерела виникнення сленгової лексики**

Вищезгаданий відомий новозеландсько-британський лексикограф Ерік Партрідж казав так: "Сленг існує з давніх-давен, оскільки люди завжди намагаються урізноманітнити мову більш жвавими, яскравими словами, замінити незрозумілі терміни словами, доступнішими для широкого кола людей".

Тож нехибною є теорія про те, що історія виникнення сленгової лексики сягає глибоких часів і відображає соціальні та культурні зміни в різних прошарках суспільства. По суті, сленг існує стільки ж, скільки й сама мова, і саме тому він тісно пов'язаний з її розвитком, соціальними класами та субкультурами.

Існують припущення, що сленг існував ще в давніх цивілізаціях. Наприклад, у Давньому Римі та Греції. Хоча прямих свідчень про сленг того часу

у сучасному розумінні цього терміну не існує, та такі історики як Едвард К. К. Керр (досліджував мовні особливості в різних соціальних класах у Римській імперії) та Майкл К. Картрайт (аналізував сленгові терміни та їхнє використання в римських текстах) вважають, що в різних соціальних групах, професіях і серед молоді використовувалися специфічні терміни та фрази, які могли б вважатися сленгом. Наприклад, військові, торговці або прості жителі могли мати власний набір висловів і слів, що відображали їх спосіб життя і культуру. Так як ці слова використовувалися для спілкування в конкретних соціальних групах, вони часто мали гумористичний або саркастичний характер і могли використовуватися для вираження протесту або іронії. Люди також використовували неформальні слова та жаргон для позначення певних явищ, об'єднання в групи чи дистанціювання від офіційної мови влади та еліти. Незважаючи на те, що сленг поширювався серед нижчих класів, злочинців, моряків та торговців, грецький філософ Арістофан у своїх комедіях описував і такі неформальні вирази, які часто використовувалися простим народом.

У Середньовіччі терміни, які можна вважати сленгом, були частиною мови купців, ремісників та злочинних груп. Розмовні і неформальні форми мови зберігалися серед людей, які часто використовували такі слова для того, щоб приховати сенс висловлювань від влади чи представників інших класів. Зазвичай сленг поширювався у великих містах, де відбувалася торгівля та соціальна взаємодія (Pei M. T, 1964)

Американський автор Вінона Буллард у своїй праці "Slang and Social Identity» пише, що в інтерпретації середньовіччя значення терміну "сленг" відносилось до різних діалектів і говорів (Bullard, 2017). Слово сленг введене письменниками тих часів, такими як Джефрі Чосер, Уільям Кекстон, Уільям Малмесбері. А ось сучасне значення сленгу почало формуватися лише у 16-17 століттях. Відповідно загальноприйнятій думці, первісною формою сленгу в сучасному розумінні є англійський "розбійницький" жаргон (cant), який в якості нового різновиду мовлення використовувався злочинцями та вуличними бандитами для спілкування у салонах та ігрових будинках. У цей період почали

з'являтися перші словники сленгу. У своєму словнику, ірландський письменник Р. Хед систематизував багато з цих неофіційних виразів (Head, 1674).

У 19-му столітті сленг став ще більш помітним явищем у літературі та повсякденному житті. У той час він зазнав змін через вплив популярної культури, музики, карткових ігор і спорту. Також сленгова лексика піддалася змінам за діяльності соціальних і політичних рухів того часу, включаючи соціалізм, анархізм і робітничий рух. У Вікторіанській Англії, наприклад, сленг став невід'ємною частиною мовлення робітничого класу, моряків, солдатів, злочинців а також його почали використовувати у літературних колах. Чарльз Діккенс та інші письменники використовували сленгові вирази для створення автентичності своїх персонажів і демонстрації соціальної нерівності. Розвиток міської культури, зокрема у великих містах Європи та США, сприяв швидкому поширенню нових сленгових виразів. У цьому ж столітті відомий британський письменник Джон Камден Готтон видав один із перших значних словників сленгу – "A Dictionary of Modern Slang, Cant, and Vulgar Words" (1859), який документував мову вуличних торговців, солдатів і простолюду.

20-те століття стало періодом бурхливого розвитку сленгу, особливо в англomовних країнах. Культура молоді стала основним джерелом нових сленгових слів, що було тісно пов'язано із розвитком музичних напрямів (джаз, рок-н-рол, хіп-хоп), масової культури (фільми, комікси) і нових субкультур (хіпі, панки). У цьому столітті ЗМІ та масова культура відіграли величезну роль у поширенні сленгу. Наприклад, 1920-ті роки стали важливими для розвитку американського сленгу завдяки популярності джазової музики, яка принесла багато нових слів у повсякденну мову. А ось військові операції та масове переміщення людей протягом Другої Світової війни сприяли виникненню нових сленгових термінів, які широко використовувалися серед солдатів і розповсюджувалися в цивільне життя після війни. Якщо ж говорити про кінець 20-го століття, то в цей час хіп-хоп-культура стала основним джерелом нових сленгових виразів у всьому світі. Крім того, з розвитком Інтернету та соціальних

мереж почали виникати нові слова, які швидко розповсюджувалися через цифрові платформи.

Сленг, уже як мовний феномен, зазнав значних трансформацій у 21 столітті. У наші дні технології стали ключовим фактором, що впливають на формування та еволюцію сленгу. З поширенням Інтернету та соціальних мереж виникли нові платформи для спілкування, де сленгові вирази швидко поширюються і набирають популярності. Такі платформи, як Twitter, TikTok, Reddit, Instagram і YouTube та ін. дозволили молоді швидко ділитися новими словами, мемами і фразами. Окрім того, сленг став місцем зустрічі різних мовних традицій, що призводить до появи нових сленгових виразів, які черпаються з різних мов. Це створює багатшарову мовну картину, де елементи однієї культури можуть бути адаптовані до іншої.

Також можемо додати, що сучасний сленг відображає зміни в соціальних структурах та ідентичностях. Молодь використовує сленг для самовираження, формуючи власні групи та спільноти. Наприклад, терміни, пов'язані з гендерною ідентичністю, сексуальною орієнтацією або соціальними рухами, стають популярними, вказуючи на зміни в суспільній свідомості.

Отже, дослідження сленгу ставить перед мовознавцями нові виклики. Адже це поняття є динамічним і швидко змінюється, що ускладнює його систематизацію та аналіз. Класичні підходи до мовознавства потребують адаптації, щоб врахувати специфіку ненормативної лексики та її вплив на загальну мову.

### **1.3 Класифікація сленгової лексики**

Класифікація сленгу ґрунтується на різних критеріях, включаючи соціальні, професійні та функціональні характеристики. Цим займалися різні науковці, зокрема лінгвісти, соціологи та культурологи.

Наприклад, Е. Партрідж у своїй праці "A Dictionary of Slang and Unconventional English" (1937) класифікував сленг за різними соціальними та

професійними групами. Він виділяв молодіжний сленг, професійний, злочинний та інші види, наголошуючи на соціальному характері цих мовних явищ.

Британський лінгвіст і автор праці "The Oxford Companion to the English Language" (1992) Т. Макартур класифікував сленг на основі його географічного поширення та соціального впливу. Він також вивчав регіональні варіанти англійського сленгу в різних англомовних країнах.

Американський соціолінгвіст та автор праці "The Big Con" (1940) Д. Морріс вивчав кримінальний сленг і жаргон у злочинних колах, звертаючи увагу на важливість сленгу для підтримання ідентичності злочинних груп.

Проаналізувавши різні джерела та праці видатних науковців, можемо виділити, що сленг розділяється за соціальним, професійним, географічним та функціональним аспектам.

До соціального аспекту слід віднести такі типи сленгу:

1) молодіжний сленг – зазвичай використовується молодими людьми та підлітками. Лексика, що відноситься до цього типу сленгу досить часто швидко змінюється і вона є віддзеркаленням культурних тенденцій.

2) субкультурний сленг – властивий різним субкультурам, як-от музиканти (особливо в жанрах хіп-хоп або панк), скейтбордисти тощо. Наприклад: DIY - "зроби сам", означає незалежний підхід до створення музик; Poser – це той, хто прикидається панком, але не живе цим стилем; Dope - щось дуже круте або якісне; Beef - конфлікт або сварка між артистами; 圈子 *quānzi*: буквально "коло", використовується для позначення музичної індустрії або конкретного музичного 流行音樂圈 *liúxíng yīnyuè quān* – це "поп-музична індустрія"; 新人 *xīn rén*: буквально "нова людина", означає новачка в музичній індустрії; 打榜 *dǎ bǎng* : буквально "бити в чарт", означає активно голосувати за свого улюбленця в різних музичних рейтингах; 卡點 *kǎ diǎn* : буквально "застрягати в такті", означає точно потрапляти в ритм.

Професійна сленгова лексика виникає в певних професійних колах або серед людей, що займаються однією діяльністю. Вона допомагає швидко й

ефективно передавати інформацію в межах конкретного професійного середовища. Розглянемо види професійного сленгу:

1) медичний сленг – використовується медичними працівниками для опису певних явищ чи процесів. Наприклад: Стукати, проводити відстріл – поновлювати роботу серця за допомогою дефібрилятора; рецидивіст – хворий, що повертається до лікарні з рецидивом; пірамидон – жарознижувальне. У китайській мові медичний сленг розподіляється на той, що пов'язаний з лікарями, пацієнтами та з медичними процедурами. Наприклад: Crock - пацієнт, симптоми якого не відповідають серйозній медичній проблемі; Turf - передати пацієнта іншому відділенню або лікарю; Frequent flyer - пацієнт, який часто приходить в лікарню, зазвичай з хронічними проблемами; Code Brown - евфемізм для ситуації, коли у пацієнта сталася нетримання; 白大褂 *báidàguà*: буквально "білий халат", означає лікаря або медсестру; 掛號 *guàhào*: буквально "вішати номер", означає записатися на прийом до лікаря; 疑難雜症 *yí nán zá zhèng*: буквально "складні і різноманітні хвороби", означає складного пацієнта з незрозумілим діагнозом; 白痴 *báichī*: буквально "ідіот", використовується (часто жартома) для опису пацієнта, який не дотримується рекомендацій лікаря; 切除 *qiè chú*: буквально "відрізати", означати видаляти хірургічним шляхом; 輸液 *shū yè*: буквально "переливати рідину", означати робити крапельницю; 開刀 *kāi dāo*: буквально "відкривати ніж", означати оперувати;

2) армійський сленг – використовується військовими для опису різних аспектів військової служби або техніки. Наприклад: *GI* (Government Issue — солдат); *AWOL* (Absent Without Leave — самовільне залишення місця служби); *Civvies* – цивільний одяг; *SNAFU* (Situation Normal, All Fouled Up – ситуація, що вийшла з-під контролю, але звична); *Boots on the ground* – солдати, які перебувають у зоні бойових дій; *Bird* – вертоліт або літак; "Нора" – бліндаж; "Мультик", "мультикам" – універсальне камуфльоване забарвлення для різних місцевостей; "Бобри" – інженерний підрозділ (постійно в дії, не сидять на місці, постійно щось будують); "Нацики" – бійці Національної Гвардії України;



«Аватари», «семисоті» – військовослужбовці, які люблять випивати алкогольні напої; 鋼鐵長城 *gāngtiě chángchéng*: "Сталева стіна" – метафоричне позначення Великої китайської стіни або, в більш широкому сенсі, будь-якої потужної оборонної лінії; 老兵 *lǎobīng* "Старий солдат" – поважлива звернення до досвідченого військовослужбовця; 新兵 *xīnbīng* "Новий солдат" – позначення новобранця; 戰友 *zhànyǒu*: "Бойовий товариш" – товариш по службі.

3) геймерський сленг: Використовується в спільнотах гравців відеоігор. Приклади: *noob* (новачок), *AFK* (Away From Keyboard — не за клавіатурою), *GG* (Good Game — хороша гра); *Smurf* – досвідчений гравець, який використовує інший акаунт для гри проти гравців з нижчим рейтингом; Прокачка – підвищення рівня персонажа або навичок; Рашити – швидко атакувати противника; Фармити – збирати ресурси або досвід; ГГ – "гарна гра" (Good Game), подяка за гру; Лут - здобич, предмети, які збирають у грі; 挂机 *guà jī*: буквально "вішати машину", означає залишити гру, не виходячи з персонажа; 萌新 *méng xīn*: буквально "солодкий новачок", означає початківця, який тільки починає грати; 打野 *dǎ yě*: буквально "бити дику природу", в МОВА-іграх означає грати за персонажа, який розвивається в джунглях; 秀 *xiù*: означає продемонструвати свої навички, зробити щось вражаюче; 爆炸 *bàozhà*: буквально "вибух", означає щось дуже круте, неймовірне; 开黑 *kāi hēi*: буквально "вмикати чорне", означає грати в команді, зазвичай з друзями.

4) поліцейський сленг – правоохоронці часто використовують спеціальні терміни для позначення певних ситуацій, наприклад *perp* (підозрюваний), *APB* (All Points Bulletin — оголошення про розшук); кухня – означає побутовий злочин або сімейні скандали; поставити вуха – встановити прослуховування, найчастіше телефонне; адреса – місце затримання або місце злочину; 警察叔叔 *jǐngchá shūshu* – популярне звернення до поліцейських, що означає "дядя поліцейський"; 黑社会 *hēishèhuì* – "тіньова організація" або "мафія", часто вживається у контексті боротьби з організованою злочинністю; 巡逻 *xúnlù* – "патрулювати", стосується роботи патрульних поліцейських.

5)Юридичний сленг – використовується юристами та іншими учасниками правових відносин у неформальному спілкуванні. Наприклад: "Заморозити справу" – означає зупинити розгляд справи на тривалий термін; "Кинути на бабки" – не виконати свої фінансові зобов'язання» "Розвести по інстанціях" – затягнути судовий процес, переходячи з однієї інстанції до іншої; "Вибити кошти" – домогтися виплати компенсації; "Обійтися малою кров'ю" – вирішити справу з мінімальними втратами; 打官司 *dǎ guānsi* – буквально "бити в судову паличку", означає "судитися"; 扯皮 *chě pí* – буквально "тягнути шкіру", означає "затягувати справу"; 走法律程序 *zǒu fǎlǜ chéngxù* – буквально "йти по юридичній процедурі", означає "дотримуватися юридичної процедури"; 告狀 *gào zhuàng* – буквально "скласти скаргу", означає "подавати позов".

б)Журналістський сленг – використовується журналістами у своїй щоденній роботі. Він допомагає їм швидко та точно передавати інформацію між собою, а також створює своєрідний "код" для спілкування всередині професійної спільноти. Можемо навести приклади таких сленгових виразів: "Качка" – неправдива інформація, чутка; "Кидати на голку" – ставити запитання, на яке складно відповісти; "Копатися в бруді" – розслідувати компрометуючу інформацію; "Гаряча тема" – актуальна тема, що викликає великий інтерес в суспільстві; "Дедлайн" – кінцевий термін здачі матеріалу; 爆料 *bàoliào* – буквально "вибуховий матеріал", означає "ексклюзивна інформація"; 狗仔隊 *gǒuzǎidui* – буквально "папараці", означає "фотографи, які стежать за знаменитостями"; 通稿 *tōnggǎo* – буквально "загальний документ", означає "прес-реліз"; 头条 *tóutiáo* – буквально "перший рядок", означає "заголовок"; 跑新闻 *pǎo xīnwén* – буквально "бігати за новинами", означає "збирати новини; 炒作 *chǎozuo* – буквально "смажити", означає "розкручувати, створювати ажіотаж"; 隔岸觀火 *gé àn guān huǒ* – буквально "спостерігати за вогнем з іншого берега", означає "залишатися осторонь подій".

Географічна класифікація сленгу базується на його поширенні в різних регіонах або країнах. Кожен регіон має свої мовні особливості, які часто включають унікальні сленгові терміни. До такої класифікації можемо віднести:

- 1) національний сленг – у кожній країні існує свій сленг, який може бути зрозумілим лише в межах цієї країни. Наприклад, у США поширені терміни, як *awesome* (круто), тоді як у Британії популярними є *cheers* (дякую) чи *mate* (друг); У Китаї можемо зустріти досить популярний вираз 佛系 *fó xì* – "Буддійський стиль життя", що означає спокій, безтурботність і байдужість до матеріальних благ.
- 2) регіональний сленг - виникає в межах певного регіону або навіть міста. Наприклад, у Нью-Йорку є свої специфічні сленгові терміни, такі як *brick* (дуже холодно), *bodega* (маленький магазин). В Україні на заході можуть сказати *файно* (добре), тоді як на сході більше поширене *кльово* (круто). Кожен регіон Китаю має свої унікальні культурні особливості, які відображаються у сленгу. Наведемо декілька прикладів регіонального сленгу в Китаї та регіони, де він вживається:
  - Шанхай. Шанхайський сленг відомий своєю вишуканістю та впливом західної культури. Багато слів запозичено з англійської мови, а вимова деяких звуків може бути більш м'якою. Наприклад: 老外 *lǎowài* – іноземець (більш нейтральне, ніж у стандартній китайській), 侬好 *nóng hǎo*: Привіт. Більш формальна форма вітання, ніж стандартне 你好 *nǐ hǎo*; 洋盤 *yáng pán*: Західний стиль, модний; 阿拉 *ā lā*: Ми. Неформальний спосіб звернення до групи людей.
  - Гуанчжоу. Гуанчжоуський сленг відрізняється швидким темпом мовлення та використанням багатьох скорочень. Часто використовується кантонський діалект. Наприклад: 食飯 *sik fàn*: Їсти (в стандартній китайській – 吃飯 *chī fàn*); 飲茶 *yam cha*: Пити чай (часто використовується для позначення традиційного чаювання з дим сум); 撈嘢 *lou ye*: Шукати щось цікаве, розважатися; 抵 *dei*:

Дешево, вигідно; 扑街 *pok gaai*: Падати, невдаха (в більш м'якому значенні); 靚線 *ci sin*: Божевільний, ненормальний.

- Пекін. Пекінський сленг відомий своєю прямолінійністю та використанням багатьох ідіоматичних виразів. Часто використовується стандартна китайська мова з деякими місцевими особливостями. 溜達 *liūda*: Гуляти, бродити (більш неформальне, ніж 散步 *sàn bù*); 嘍瑟 *désè*: Хвастатися, випендрюватися; 侃大山 *kǎn dàshān*: Балакати, вести бесід; 玩儿 *wánr*: Грати, розважатися; 旮旯 *gālǎ*: Куток, затишне місце; 贼 *zéi*: Дуже, надзвичайно (в позитивному або негативному значенні, залежно від контексту). Наприклад, "贼好吃" *zéi hǎo chī* означає "дуже смачно".
- Хубей. Хубейський сленг – це яскраве відображення багатих культурних традицій провінції Хубей, розташованої у центральній частині Китаю. Він відомий своєю мелодійністю, використанням багатьох ідіоматичних виразів та деякими фонетичними особливостями, які відрізняють його від стандартної китайської мови. Наприклад: 伢子 *yázi*: Дитина (більш ласкаве звертання, ніж 孩子 *háizi*); 嗦粉 *suō fěn*: Їсти рисову локшину (характерна страва Хубею); 蛮 *mán*: Дуже, дуже (наприклад, 蛮好 *mán hǎo* - дуже добре); 伢儿 *yá'r*: Дитина (інша форма звертання до дитини); 夸天 *kuā tiān*: Балакати, вести бесіду.

Розглянемо типи сленгових виразів, які можуть відноситися до функціонального аспекту:

1) емоційний сленг – використовується для емоційної виразності, надання мовленню яскравості або для акцентування уваги на певних аспектах. Наприклад, слова на зразок *круто*, *бомба*, *OMG* (Oh My God — Боже мій) або *LOL* (Laugh Out Loud — голосно сміятися). У китайській мові зустрічаємо такі підкласи емоційного сленгу:

- Вираження здивування. Наприклад: 我去 *wǒ qù* – Ого! (виражає здивування або шок); 臥槽 *wò cáo* – Вау! (сильне здивування, нецензурний варіант); 我的天啊 *wǒ de tiān a* – Боже мій! (виражає сильне здивування).

- Вираження розчарування та смутку. Наприклад: 鬱悶 (*yù mèn*) - Депресія, смуток; 桑心 (*sāng xīn*) - Розбите серце; 心塞 (*xīn sāi*) - Важко на душі, туга.

- Вираження любові та симпатії. Наприклад: 喜歡死了 (*xǐ huān sǐ le*) - Я без тебе жити не можу!; 萌萌噠 (*méng méng dā*) - Такий милий! (про щось або когось дуже милого); 小可愛 (*xiǎo kě ài*) - Мое сонечко (ласкаве звернення).

- Вираження гніву. Наприклад: 氣死我了 *qì sǐ wǒ le* - Я такий злий!; 煩死了 *fán sǐ le* - Я такий роздратований!; 操 *cào* – Чорт (нецензурне слово).

2) гумористичний сленг – створений для того, щоб передати жарти або несерйозні висловлювання. Мем-культура часто генерує такі терміни, як *cringe* (щось соромне), *yeet* (кидати з ентузіазмом); Мем - смішна картинка або відео, що швидко поширюється в інтернеті; Фулл – повний, цілий (наприклад, фулл хаус); Фейл (Поразка, невдача); База – Правда, істина (часто використовується в іронічному контексті); 土豪 *tǔ háo* – буквально "багатий селянин", але використовується як іронічне позначення новобогачів, які демонструють своє багатство; 屌絲 *diǎo sī* – "слабак", "лузер", але часто використовується з самоіронією для опису себе або своїх друзів; 段子手 *duànzi shǒu* – "майстер анекдотів", комік, який створює смішні історії та жарти; 顏值 *yán zhí* – буквально "значення обличчя", але використовується для опису зовнішньої привабливості людини.

Кожна мова має різноманіття сленгових виразів, що використовуються в різних соціальних та професійних групах. Сленг виконує важливу комунікативну функцію, дозволяючи його носіям виражати свою ідентичність, згуртованість та приналежність до певної спільноти. Класифікація сленгу на різні категорії, такі

як професійний, молодіжний, регіональний та соціальний, допомагає краще зрозуміти, як і чому виникають ці мовні явища.

Загалом, класифікація сленгу має велике значення для лінгвістики, соціології, культурології та інших наукових дисциплін. Вона дає змогу краще зрозуміти динаміку розвитку мови, відображення соціальних процесів у мовленні, а також дає практичні інструменти для перекладачів, педагогів та науковців.

## Висновки до розділу 1

У даному розділі було розглянуто сленгову лексику як важливий об'єкт лінгвістичного дослідження, що відображає динаміку мовних змін та соціокультурних процесів. Сленг, як швидкозмінний елемент мови, виконує численні функції, зокрема емоційну та ідентифікаційну, дозволяючи представникам різних соціальних груп комунікувати та виражати свою індивідуальність.

Аналіз різних визначень терміна "сленг" свідчить про його багатогранність та складність. Сленг розглядається не лише як варіант розмовної мови, а й як специфічний лексичний шар, що формується під впливом соціальних, професійних і культурних факторів. Це свідчить про його зв'язок з культурним контекстом та історичними умовами, в яких функціонує мова.

Більш детальне дослідження сленгу вказує на його здатність до адаптації та запозичення з інших мовних шарів, що підкреслює його роль у розвитку сучасної мови. Сленг стає не лише засобом спілкування, але й інструментом для створення нових значень, формування мовних інновацій та відображення світогляду певних соціальних груп.

Сленг у різні історичні епохи слугував засобом самовираження та ідентифікації, дозволяючи різним соціальним групам формувати власну мову та відокремлюватися від офіційних мовних норм. Від давньоримських та грецьких термінів до середньовічних жаргонів, а також до сучасних сленгових виразів, що з'являються на платформах соціальних мереж, сленг демонструє свою динамічність та здатність швидко адаптуватися до нових умов.

Сучасний сленг, зокрема, відображає зміни в соціальних структурах, гендерних ідентичностях та культурних практиках. Він стає важливим інструментом для молоді, що прагне висловлювати свої погляди та формувати спільноти. В умовах глобалізації та впливу технологій, сленг стає місцем перетворення різних мовних традицій, що веде до виникнення нових виразів і форм.

У даному розділі ми також проаналізували різні типи сленгу, виокремлюючи соціальний, професійний, географічний та функціональний аспекти класифікації.

По-перше, соціальний аспект сленгу демонструє його динамічність, зокрема через молодіжний та субкультурний сленг, який швидко адаптується до змін у культурних тенденціях. Це підкреслює роль сленгової лексики в ідентифікації та згуртуванні груп, що поділяють спільні інтереси.

По-друге, професійний сленг, який розвивається в межах окремих професійних колективів, забезпечує ефективну комунікацію та функціонує як специфічний код, що сприяє швидкому обміну інформацією. Приклади з медичної, армійської, поліцейської та інших сфер вказують на необхідність точності та зрозумілості в професійній діяльності.

По-третє, географічна класифікація сленгу демонструє, як мовні особливості формуються під впливом національних і регіональних культур. Кожна країна та регіон має свої унікальні терміни, які відображають культурні та соціальні реалії. Це підкреслює важливість контексту для розуміння та використання сленгу.

Узагальнюючи, сленгова лексика є багатограним явищем, яке не лише збагачує мовний запас, але й слугує інструментом соціальної ідентифікації, професійної комунікації та культурного вираження. Подальше вивчення сленгу може сприяти глибшому розумінню мовних процесів і соціальних змін у сучасному суспільстві.



## РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ У КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

### 2.1. Методологічні підходи

У сучасному цифровому середовищі Інтернет-сленг стає все важливішим та важливішим засобом комунікації, що дозволяє користувачам швидко та ефективно обмінюватися думками та емоціями. У Китаї соціальні платформи, такі як **WeChat**, **Douyin** та **Weibo**, відіграють значну роль у формуванні нових мовних тенденцій, які відображають соціокультурні зміни та специфіку молодіжного спілкування. Методологічні підходи до аналізу Інтернет-сленгів, які ми використовуватимемо у нашій роботі, можуть включати лексичний аналіз, контекстуальне вивчення значень, а також соціолінгвістичний аналіз мовних одиниць, джерелами появи яких є популярні соцмережі (张云辉, 2010)

Щоб зробити дослідження, у своїй роботі ми спиралися на 4 найпопулярніші соцмережі у китайському Інтернет просторі. До них відносяться:

1. WeChat ( 微信 , *Wēixìn*) – найпопулярніша та багатофункціональна Інтернет платформа, котра поєднує в собі функції месенджера, соціальної мережі та платіжної системи.

2. Weibo ( 微博 , *Wēibó*) – китайська версія американської платформи Twitter, де користувачі можуть опубліковувати короткі повідомлення, фотографії та відео, лайкати дописи інших користувачів, обговорювати найрізноманітніші теми, а також стежити за новинами та публікаціями відомих людей і популярних брендів.

3. Douyin ( 抖音 , *Dǒuyīn*) – китайська версія популярного у всьому світі ТікТоку, що використовується для створення та перегляду коротких відео.

Один із найпопулярніших сленгових виразів, на який ми натрапили на платформі Wechat 躺平 *Tǎng píng* — "Лежати рівно", воно стало популярним серед молодих людей, які вирішили "відмовитися" гнатися за соціальними та професійними амбіціями. Ми часто зустрічали цей вираз на мемних картинках,

де можна побачити людину, котра лежить на дивані, або навіть на підлозі, а поруч доданий надпис 我躺平了, 你随意 "я ні до чого не прагну, а ви собі як хочете".

На одному з дописів платформи Wechat ми натрапили на один дуже цікавий вираз, який звучить, як 葛优躺 *Géyōu tǎng* лежати як Ге Ю. Він відноситься до пози актора Ге Ю, який сидить на дивані у відомому китайському ситкомі 1993 року "Я люблю свій дім (我爱我家)". Груба і невишукана постава героя набула популярності, і багато молодих людей асоціюють себе з цією сутулою поставою. Адже своєю безтурботністю та нестандартними вчинками вони знімають напругу та емоційний стрес у час, коли життя стає дедалі більш стресовим, робота – все вимогливішою, а заробляти на життя – все важче.

Гортаючи стрічку китайського DouYin, ми натрапили на сленгову фразу "Tui! Tui! Tui!" (退! 退! 退!). Вона походить із досить вірусного відео, де зображено жінку, яка енергійно розмахує руками, виконуючи кумедні магічні рухи та кричить чоловікові "Геть! Геть! Геть!". Як виявилось, це була суперечка, в якій власниця кіоску хотіла вигнати водія автомобіля з паркувального місця. Саме це відео почало використовуватися з гумором під час пандемії, символізуючи бажання захиститися від негативу чи нещастя, включаючи сам вірус.

Однією з дуже популярних сленгових фраз на просторах китайських Інтернет-платформ є "抖音女孩" (*dǒuyīn nǚhái*), що буквально означає "дівчина з TikTok" або "дівчина TikTok". Вона має певні соціолінгвістичні конотації в китайськомовному середовищі, особливо в контексті платформи Douyin. Ми побачили, що у різних контекстах ця фраза може звучати як комплімент або ж мати відтінок критики. Наприклад, її можуть використовувати, щоб описати людину, що активно слідує за модою та знімає яскравий контент. З іншого боку, термін іноді може використовуватись із легкою іронією, натякаючи на поверхневий інтерес до трендів. Використання цієї фрази серед молоді підкреслює "модність" та обізнаність у сучасних технологіях та соціальних

мережах. Часто це вираження використовується для опису певної категорії молодих людей з популярними, трендовими уподобаннями.

Популярна фраза U1S1 "有一说一" *yǒu yī shuō yī* ("як є, так і скажу" або "говорити, як є"), як ми помітили, часто використовується в обговореннях на форумах, у соціальних мережах, а також у чатах. Вона вказує на об'єктивність висловлювань. 有一 ("маю одну") та 说一 ("скажу одну") — структура виразу полягає в тому, що сказане буде прямо відповідати реальності, фактам чи об'єктивному погляду мовця. У китайській культурі, яка історично надавала значення ввічливості та "збереженню обличчя", дана фраза відображає тенденцію до прямої та об'єктивності, що сьогодні стає все більш популярною, особливо серед молодого покоління. Використання цього виразу підкреслює, що мовець цінує чесність і готовий говорити прямо, навіть якщо його думка може бути сприйнята неоднозначно. Як ми змогли відстежити використання цієї фрази у різних коментарях, можемо зробити висновок, що в більшості випадків вона має позитивний або нейтральний відтінок, адже підкреслює намір говорити правду і чесно оцінювати ситуацію, проте іноді може й набувати іронічного відтінку, особливо якщо мовець насправді висловлює упереджену чи саркастичну думку, прикриваючись уявною об'єктивністю.

Оновлюючи стрічку платформи Weibo, у коментарях одного з дописів ми знайшли цікаву Інтернет фразу 扎心了 (*Zhā xīn le*). В перекладі вона означає "пронизало серце" або "болісно вдарило по серцю". Це досить популярна фраза в китайському Інтернет-сленгу, яка використовується для вираження глибокого співчуття або жалю, коли люди стикаються з сумними, болісними або несподіваними ситуаціями. Відшукавши ще декілька дописів, у яких вживається ця фраза, можемо стверджувати, що фраза 扎心了, як частина Інтернет-комунікації, допомагає створити ефект колективного емоційного досвіду. Коли користувачі бачать спільні болючі або розчаровуючі моменти (особливо у контексті новин чи особистих переживань), вони вживають цей вираз, аби знайти спільність і показати солідарність з іншими. Це схоже на феномен "спільного болю", коли подібні фрази стають маркером емпатії у глобальних цифрових

спільнотах. Проте, в одному з випадків ми підкреслили, що ця фраза, Незважаючи на свій серйозний зміст, часто використовується у легких і навіть гумористичних контекстах. Наприклад, коли хтось стикається з невеликим, але неприємним розчаруванням (пропустив знижку на товар), цю фразу також можуть використати жартівливо.

Наступною популярною сленговою фразою, яку ми побачили на платформі Wechat є 夺笋呐 *duó sǔn na*. Ця фраза виникла з гри слів на основі ідіоми 多损啊 *duō sǔn a*, що означає "дуже шкідливо" або "жорстоко". 夺笋呐 звучить подібно, але буквально перекладається як "відбирати бамбук", що саме по собі не має сенсу, але використовується як жартівливий або саркастичний вираз. Зазвичай вона використовується для вираження легкого осуду чи критики, часто в жартівливій формі.

Наступною фразою, яка нас зацікавила на платформі WeChat, є "打卡" *dǎ kǎ*, вона буквально перекладається як "пробити карту", і є яскравим прикладом того, як мова відображає соціальні зміни та технологічний прогрес. Як ми з'ясували, цей вислів, який колись мав конкретне значення в контексті роботи, сьогодні набув широкого поширення в китайській мові, особливо серед молоді. Його початкове значення означало фіксувати час приходу на роботу або відходу з роботи за допомогою спеціального пристрою. Це була рутинна процедура, пов'язана з робочим днем. Його сучасне значення використовується для позначення: відвідування місця: "打卡" місце означає відвідати його і зробити фотографію, щоб поділитися нею в соціальних мережах; виконання завдання: "打卡" завдання означає завершити його і відмітити це; створення контенту: "打卡" тренд означає створити контент, пов'язаний з популярним трендом.

На таких платформах як Weibo та Douyin можна зустріти досить популярну фразу "甜系" *tián xì*, яка в китайському сленгу буквально перекладається як "солодка система" або "солодкий стиль". Як ми з'ясували, спочатку цей термін використовувався для опису людей з м'якими рисами обличчя, світлою шкірою, і загалом солодким, милим зовнішнім виглядом. Це могли бути великі очі,

рум'яні щічки, пухкі губи тощо. Також він використовувався до опису певного стилю одягу, який характеризувався пастельними кольорами, мереживом, бантиками та іншими елементами, що створюють ніжний і романтичний образ.

Виявляється, "甜甜系" тісно пов'язаний з японською культурою *kawaii*, яка характеризується любов'ю до всього милого, симпатичного і ніжного. Ця культура знайшла відгук у молодіжному середовищі багатьох країн, включаючи Китай. Зараз він став популярним маркетинговим терміном, який використовується для продажу косметики, одягу та інших товарів, призначених для створення "солодкого" образу. Поширення цього терміну значною мірою пов'язане з розвитком соціальних мереж, де користувачі діляться своїми фотографіями і відео, прагнучи створити певний образ.

Термін "内卷" *nèijǔǎn* став популярним у соцмережах і на китайських форумах, таких як Weibo і Zhihu, де користувачі часто обговорюють психологічний та фізичний тиск, який вони відчувають через "внутрішню інволюцію". Сам термін "інволюція" був спочатку науковим терміном, що описував процес у біології та антропології, коли система або організм розвиваються всередину, без суттєвого прогресу чи покращення. В китайську мову цей термін прийшов із західної антропології, де його використовували для опису культур, що розвивалися без інновацій, витрачаючи ресурси лише на підтримку статус-кво. У сучасному значенні ця фраза описує ситуацію, в якій люди змушені змагатися в умовах обмежених ресурсів, що призводить до посилення конкуренції без жодних реальних вигод, адже у китайському суспільстві останніх десятиліть спостерігається зростаючий тиск на молодь у сферах навчання, праці та кар'єрного зростання. У контексті шкільної та університетської освіти "内卷" описує змагання серед студентів за місця в престижних університетах або за високі оцінки, що часто призводить до надмірних занять та виснаження, але не забезпечує реальної додаткової цінності в знаннях чи навичках. а робочому місці "内卷" відображає конкуренцію за підвищення або визнання, коли працівники працюють понаднормово і витрачають багато ресурсів, але це не призводить до значного підвищення

зарплати чи кар'єрного росту. Іноді "内卷" використовується, щоб описати конкурентний тиск у повсякденному житті, коли люди відчувають потребу відповідати певним стандартам у споживанні, зовнішності чи стилі життя, щоб підтримувати соціальний статус або "не відставати" від інших.

Вираз "破防了" *pò fáng le* виник у контексті онлайн-спілкування, де використовується для опису моменту, коли людина втрачає емоційну стійкість, "здає" емоційно чи психічно під впливом певної події або інформації. 破 *pò* означає "зламати", "розбити" або "пробити", а 防 *fáng* означає "захист" або "оборону". Отже, фраза буквально перекладається як "пробив захист", що має коріння у військовій чи бойовій термінології. У контексті інтернет-сленгу це означає момент, коли емоційний "захист" людини зруйнований, тобто коли вона не може стримати емоції. Ця фраза часто вживається, коли людина піддається несподіваним емоційним реакціям на контент, який її розчулює, засмучує або вражає. Фраза "破防了" має корені в геймерській лексиці, де вона використовувалася для опису ситуацій, коли у персонажа або гравця зламали захист (наприклад, щит або інший захисний бар'єр). Як ми побачили на платформі Weibo, де користувачі залишають коментарі до зворушливих відео, фотографій чи новин, фраза "破防了" часто означає сильне емоційне зворушення. Наприклад, ми виділили цю фразу, коли побачили, що люди використовують її, щоб висловити реакцію на новину про несправедливість, на зворушливу історію чи навіть на зізнання відомої особи. Також її можна вживати у випадках, коли хтось розповідає про свій життєвий досвід чи труднощі, інші можуть відповідати "破防了", щоб висловити свою емпатію або визнати, що їх також емоційно зачепила ця історія.

У сучасному китайському суспільстві успіх часто пов'язується з багатством, високим соціальним статусом і володінням дорогими речами. Тож не дивно, що на одній із платформ ми зустріли термін "屌丝" *diǎo sī*. У буквальному перекладі слово має досить грубий відтінок, оскільки "屌" — це грубе позначення чоловічих геніталій, а "丝" означає "нитка" або "волокно",

проте значення цього терміну набагато ширше і символічніше. Сам термін з'явився в китайському Інтернет-просторі приблизно в 2011 році і використовувався на популярних китайських форумах, таких як "百度贴吧" (Baidu Tieba). Він спочатку мав негативний, самозневажливий характер, і позначав людину, що зазвичай не має соціального статусу, багатства чи привабливих фізичних якостей. Сучасне значення висловлювання стало загальноживаним терміном для опису людей, які вважаються "лузерами" з точки зору суспільного статусу або матеріальних досягнень. Це може бути чоловік або жінка, хоча частіше слово асоціюється з молодими чоловіками, які не мають фінансових можливостей чи впливу. У цьому контексті "屌丝" також може означати "невдаха" або людина з низьким статусом, яка не відповідає стандартам успішності. Ми підкреслили, що на соціальних платформах, коли хтось жартома називає себе "屌丝", це може означати, що він визнає себе звичайною, "неідеальною" людиною, такий метод може бути використано для створення ефекту близькості з аудиторією, яка теж може відчувати подібне. А ось дискусіях про стосунки "屌丝" можуть називати себе ті, хто вважає, що через фінансові або соціальні обмеження вони мають менші шанси на знайомства або успіх у стосунках.

Ще однією цікавою фразою, котра трапилася нам на китайському Інтернет-просторі є "柠檬精", вона являється креативним і популярним інтернет-терміном у Китаї, що відображає сучасне ставлення молоді до почуття заздрості. Завдяки гумористичному контексту, цей вираз дозволяє людям відкрито говорити про заздрість, не створюючи негативного або конфліктного настрою. "柠檬" (лимон) асоціюється з кислим смаком, що символізує негативну реакцію або заздрість. "精" у китайській мові часто використовується для позначення вигаданих духів, демонів або істот, що наділені особливими якостями. У сукупності "柠檬精" створює образ "лимонного демона" — жартівливого персонажа, який заздрить іншим. "柠檬精" у переносному сенсі вказує на людину, яка відчуває заздрість до досягнень або благополуччя інших, іноді відкрито демонструючи своє

невдоволення чи роздратування. Це свого роду жартівливий, іронічний спосіб описати людину, яка "кисне від заздрощів", подібно до того, як лимон кислий на смак.

Загалом, дослідження та аналіз сучасних китайських сленгових фраз показує, як швидко змінюється та адаптується китайська мова під впливом інтернет-культури та соціальних трансформацій. Багато сленгових фраз мають іронічний відтінок і допомагають молоді висловлювати свої емоції, часто з жартівливою чи самоіронічною інтонацією. Деякі вирази відображають розуміння молоддю соціальних і економічних процесів, що викликають тиск і конкуренцію. Це показує, як мова служить інструментом для осмислення й критики суспільних проблем, таких як надмірне суперництво в роботі чи навчанні. Сленг став важливою частиною інтернет-культури в Китаї, особливо на платформах, таких як WeChat, Weibo, Douyin (китайський аналог TikTok). Багато фраз виникає саме в контексті онлайн-спілкування, де короткі, влучні й емоційні вирази допомагають швидко комунікувати та підтримувати темп цифрового життя. Сленгові вирази часто несуть й метафоричне значення, відображаючи китайську традицію символізму в мові. Їх використання сприяє встановленню культурних ідентичностей та спільності серед молоді, допомагаючи їм висловлювати спільні переживання та емоції. Проте, водночас, такий сленг може створювати дистанцію з іншими поколіннями, які не завжди розуміють або використовують ці терміни.

## **2.2. Класифікація китайського Інтернет-сленгу**

В останні десятиліття розвиток Інтернету значно вплинув на мову та спілкування, зародивши нові форми вираження, які відображають сучасні технологічні та культурні реалії. Китайська мова, багата на історичні та культурні відтінки, також зазнала трансформацій під впливом інтернет-культури. Особливо серед молоді та активних користувачів цифрових платформ виникло безліч нових слів та виразів, відомих як інтернет-сленг. Ці лексичні одиниці, що



швидко поширюються в соціальних мережах, іграх та форумах, створюють нову динаміку спілкування та іноді навіть замінюють традиційні форми мови. Класифікація інтернет-сленгу у китайській мові дозволяє зрозуміти, як нові слова формуються, використовуються та поширюються у цифровому просторі, а також яку роль вони відіграють у сучасному мовному середовищі.

Багато китайських інтернет-виразів утворюються шляхом скорочення фраз до абrevіатур, зазвичай з використанням перших букв пхінїню:

- GG (哥哥 *gēge*) — буквально перекладається як старший брат, і має відповідне значення в Інтернеті «братан».
- (妹妹 *mèimei*) — молодша сестра, часто використовується для позначення дівчини або жінки.
- NB (牛逼 *niúbī*) — крутий, чудовий (буквально "бик").
- PK — означає "боротися" або "конкуренція", походить від англійського "Player Kill" з ігор.
- WDR (外地人 *waidiren*) – буквальный переклад "іноземець", в інтернеті використовується у значенні "аутсайдер", "невдаха".
- WSND (我是你爹 *woshinidie*) – дослівно перекладається як "я – твій батько". Часто використовується, щоб підкреслити свої переваги над опонентом.
- PLMM (漂亮妹妹 *piaoliangmeimei*) – буквальный переклад "красива сестричка", в сучасній мові використовується у значенні "гарнюня", «красива дівчина».

Дослідивши низку соціальних мереж і провівши опитування серед знайомих представників китайської молоді, ми з'ясували, що використання цифр для заміни окремих слів давно стало трендом сучасної китайської мови і застосовується у переписках для економії часу. Нижче наведемо приклади найпопулярніших із них:

- 666 (*liù liù liù*) — означає "круто" або "відмінно". Використовується для схвалення чогось, оскільки вимова 666 схожа на китайське слово "liù", що означає щось гладке, плавне.

- skr — слово, яке набуло популярності завдяки китайському реперу. Використовується як міжмовне вставне слово або вигук для підкреслення чогось "крутого" або "потужного", подібно до англійського "swag";
- 88(*baba*) – аналог англійського bye-bye;
- 555 (*wiwiji*) – нагадує звуки плачу за співзвучністю і має український аналог "плак-плак";
- 519 (*wuyaojiu*) співзвучне фразі 我要酒 і перекладається як "ходімо вип'єм";
- 6868 (*liubaliuba*) відповідає фразі 溜吧! 溜吧! і перекладається як "зливаєшся!";
- 770 (*qiqiling*) відповідає фразі 亲亲你 і перекладається як "цьомки-цьомки".

Онлайн-ігри стали популярною формою розваг і соціальної взаємодії в усьому світі, і Китай не є винятком. Як найбільший у світі ігровий ринок, Китай має процвітаючу індустрію онлайн-ігор з мільйонами гравців. Разом зі зростанням кількості онлайн-ігор, у Китаї також з'явилися унікальний сленг і термінологія, характерні для геймерської культури.

- 躺赢 *tǎng yíng* — "виграв, лежачи", означає, що хтось переміг у грі завдяки команді, доклавши мінімум зусиль.
- 菜鸟 *cài niǎo* — "новачок" або "нуб", використовується для опису слабого гравця або того, хто ще не навчився добре грати.
- 坑 *kēng* — "яма", що в ігровому контексті означає "підставляти" або "руйнувати гру" через погану гру або безвідповідальність.
- 对对对对对对对对 *duì duì duì duì duì duì duì duì* – саркастичний вираз, що використовується для удаваного визнання чиеїсь правоти : "ага, так, так, так, ти правий".

- 感谢大哥送的人头，比心 *gǎnxiè dàgē sòng de réntóu, bǐ xīn* – має значення "дякую, що своїм програшом допомагаєш скоріше отримати новий рівень, лю тебе".

У сучасній китайській мові все більшу популярність набувають сленгові вирази, запозичені з англійської мови. Цей процес є відображенням глобалізації, коли китайська молодь активно взаємодіє з міжнародною поп-культурою, соціальними мережами та технологіями. Запозичення з англійської мови й допомагають висловити нові концепції, які часто є результатом культурного обміну. Водночас, такі слова зазвичай адаптуються до фонетичних і граматичних норм китайської мови, отримуючи нові значення або відтінки:

- 打 call (*dǎ call*) — означає "підтримувати", особливо під час концертів або заходів. Вживається також у сенсі підтримки у соцмережах.
- real — використовується так само, як і в англійській мові, для позначення чогось справжнього або правдивого. Наприклад, "你 real 吗?" (*Nǐ real ma?*) означає "Ти серйозно?".
- “out” в китайській мові набув значення «відсталий», «застарілий» 你太 out 了! Ну ти і відсталий! (англійське "low" поступово замінило схоже за звучанням китайське слово 陋 "незначний", "вульгарний". 太 low 了! – бозна що!)
- 小 case – тут ми бачимо мікс із двох мов, де англійське слово case замінило китайський аналог 事情 "справа", "діло". І в результаті отримали значення – "не біда". 别着急啊，小 case. Не переживай, не проблема!

Ще одним типом, що ми виявили серед різних китайських сленгових виразів у соціальних мережах, на відеоплатформах та на таких китайських платформах, як Weibo, Bilibili та WeChat є терміни, що з'явилися з різних Інтернет-жартів і мемів. Загалом, меметичний сленг часто виникає з популярних відео, фраз, гумористичних зображень або подій, що мають вірусний ефект. Ці

вирази можуть бути короткими, влучними та містити багатозначні сенси, які швидко розуміють користувачі, знайомі з контекстом. Наприклад:

- 盘他 *pán tā* — означає "атакуй його" або "візьми його". Цей вираз став популярним після вірусного відео, де літній чоловік вимовляв це з ентузіазмом. Він використовується як жарт або вираз активної дії.
- 我太南了 *wǒ tài nán le* — "Мені дуже важко", гра слів з гомофоном слова 难 *nán*, що означає "складно". Стало популярним після відео, в якому дитина неправильно вимовила слово "难" як "南" (південь). Використовується для жартівливого вираження складної ситуації.
- 打工人 *dǎgōng rén* — буквально "працівник" або "робочий", став популярним через меми, де офісні працівники висловлюють своє невдоволення чи іронію з приводу щоденної роботи.
- 好嗨哟 *hǎo hāi yō* — "Так весело!" або "Так захопливо!". Вислів пішов від пісні, де співається про захопливі емоції. Він став мемом для опису надзвичайної радості або веселощів, використовується з гумором, щоб підкреслити перебільшену реакцію на подію чи ситуацію.
- 皮一下很开心 *pí yīxià hěn kāixīn* — "Трошки поглузував — і веселіше". Цей мем описує ситуацію, коли хтось робить щось невелике, жартівливе або хитре, щоб підняти настрій. Використовується для самоіронічних моментів, коли людина хоче пожартувати або трохи погратися з іншими.

Інтернет-сленг у Китаї — це не просто нові слова та вирази, це динамічний інструмент, який швидко реагує на зміни у суспільстві, допомагаючи створювати нові форми ідентичності та самоусвідомлення. Від гомофонів і скорочень до меметичних виразів і запозичень з інших мов — китайський інтернет-сленг демонструє багатозначність та креативність сучасного спілкування. Він є не

лише засобом комунікації, а й інструментом соціального коментаря, самовираження та навіть опору цензурі.

Як бачимо, інтернет-сленг у китайській мові є важливим культурним феноменом, що відображає не лише зміни в мовній практиці, а й глибокі соціальні трансформації. Використання нових лексичних одиниць, утворених через скорочення, запозичення та мематичні вирази, свідчить про адаптацію мови до потреб цифрового спілкування. Цей сленг стає інструментом соціальної ідентифікації та самоутвердження молоді, дозволяючи їй висловлювати свої думки й почуття в контексті глобалізованого світу.

Крім того, спостережувані зміни в мові демонструють вплив західної культури, що, в свою чергу, вказує на процеси культурного обміну та взаємодії. Інтернет-сленг не лише збагачує словниковий запас китайської мови, але й відкриває нові можливості для соціального коментаря та критики. Дослідження цього феномена дозволяє краще зрозуміти не лише сучасні мовні тенденції, але й культурні та соціальні процеси, що відбуваються в китайському суспільстві в умовах глобалізації. Таким чином, інтернет-сленг виступає не лише як мовний інструмент, а й як важливий індикатор змін у культурному та соціальному середовищі, що заслуговує на подальше вивчення та аналіз.

## Висновки до розділу 2

Отже, у даному розділі були ретельно розглянуті різноманітні методології, зокрема лінгвістичний, соціолінгвістичний та культурологічний підходи. Кожен з цих підходів надає унікальну перспективу для глибшого розуміння феномену китайського Інтернет-сленгу, що активно розвивається у сучасному суспільстві. Лінгвістичний підхід акцентує увагу на мовних особливостях, таких як фонетика, морфологія та синтаксис, що визначають структуру Інтернет-сленгу. У свою чергу, соціолінгвістичний фокусується на взаємодії між мовою та культурними аспектами, вивчаючи, як соціальні фактори, такі як вік, стать, соціальний статус та професія, впливають на формування й використання сленгових виразів. Культурологічний підхід дозволяє виявити вплив соціальних змін і глобалізаційних процесів на формування нових мовних одиниць, що є важливими для розуміння динаміки сучасного мовлення.

У цьому розділі також було представлено систематичну класифікацію китайського Інтернет-сленгу, що дозволяє краще зрозуміти механізми його формування та використання в різних соціальних контекстах. Від геймерської термінології до меметичних виразів, сленг виконує не лише комунікативну функцію, а й слугує потужним інструментом для створення нових соціальних ідентичностей. Використання конкретних виразів відображає актуальні культурні зміни та соціальні тренди, стаючи важливим елементом самоусвідомлення молоді. Це свідчить про те, що мова є не лише засобом спілкування, а й способом самовираження, що набуває особливого значення в умовах швидких змін у суспільстві.

Запозичення слів з англійської мови, які активно використовуються в китайському Інтернет-слензі, свідчить про глибокі процеси глобалізації, що мають значний вплив на китайську молодь. Це підкреслює важливість міжнародної поп-культури, технологій та соціальних мереж у формуванні нових мовних концепцій. Адаптація англійських термінів до фонетичних і граматичних норм китайської мови створює нові значення, що підтверджує динамічність мовного середовища та його здатність до швидкої еволюції в умовах сучасності.

Використання термінів, що виникають з інтернет-жартів і мемів, демонструє креативність молоді в створенні нового контексту для спілкування. Ці вирази часто несуть багатозначну семантику, зрозумілу лише в певних соціокультурних контекстах, що підкреслює їхню соціальну функцію та роль у формуванні групової ідентичності. Вони стають своєрідним кодом, зрозумілим лише представникам певної соціальної чи вікової групи, що, у свою чергу, сприяє зміцненню соціальних зв'язків.

Узагальнюючи, можемо зазначити, що китайські сленгові фрази демонструють, як мова адаптується до швидких змін у суспільстві, відображаючи культурні, соціальні та економічні реалії сучасного Китаю. Вони також показують, як молодь використовує мову не тільки як засіб комунікації, а й як спосіб самовираження, соціальної критики та зміцнення спільної ідентичності. Ці вирази є потужним інструментом для висловлення особистих та соціальних емоцій, забезпечуючи молодим людям можливість швидко і точно передавати свої відчуття та думки в умовах цифрової епохи. У цьому контексті сленг не лише відображає, але й формує нові соціальні емоції, забезпечуючи молодим людям можливість швидко і точно передавати свої відчуття та думки в умовах цифрової епохи.

## РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ВПЛИВ КИТАЙСЬКОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ НА РОЗВИТОК МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

### 3.1. Структурно-семантичні та стилістичні особливості Інтернет-сленгу

Інтернет в Китаї є важливим феноменом сучасного суспільства, що впливає на всі аспекти життя — від економіки до соціальних відносин. З моменту свого зародження в країні, інтернет став ключовим інструментом для комунікації, бізнесу та обміну інформацією. Проте наявність жорсткої цензури та специфічної локальної інфраструктури формує унікальну екосистему, яка відрізняється від західних аналогів.

Однією з найбільш помітних рис китайського інтернету є система контролю, відома як "Великий файрвол". Ця система обмежує доступ до багатьох міжнародних платформ, що змушує користувачів шукати альтернативи серед місцевих сервісів. Як наслідок, у Китаї виникли популярні соціальні мережі та платформи, такі як WeChat і Weibo, Douyin які не лише виконують функції звичайних соціальних мереж, але й інтегрують у себе елементи електронної комерції та мікроплатежів.

Соціальні мережі, які з'явилися у Китаї стали платформами, де сленгова лексика активно розвивається і поширюється. Користувачі часто використовують стікери, меми та емодзі для передачі емоцій, що сприяє формуванню нових виразів. Наприклад, меми, пов'язані з популярними фільмами або телевізійними шоу, швидко стають частиною повсякденного спілкування, що свідчить про те, як культура впливає на мову.

Сленгова лексика в Китаї також відображає соціальні зміни та настрої. У період економічних трансформацій та глобалізації молодь прагне виразити свою індивідуальність та креативність, що призводить до появи нових термінів, які часто мають іронічний чи жартівливий підтекст. Це підкреслює бажання молоді



відстоювати свої погляди та розвивати нові форми самовираження у цифровому просторі.

У працях Chun ye Zhan, Wen ye Zhang та Fei Wu продемонстровано такі варіанти творення сучасних китайських сленгових Інтернет-виразів, як:

1. **Абревіація** – це один із найпоширеніших і найцікавіших способів творення слів, що активно використовується в сучасній мові. Деякі науковці вважають абревіацію одним із чотирьох видів утворення складних слів, тоді як інші виділяють терміни "складноскорочене слово" та "абревіатура", зазначаючи, що основна відмінність між ними полягає в тому, що значення слова, створеного за допомогою абревіації, важко визначити з його форми, на відміну від складноскороченого слова (宗守云, 2012). В загальному, під даним терміном ми розуміємо різні види лексичних скорочень, які допомагають зекономити час і простір у спілкуванні. Оксфордський словник англійської мови визначає термін "акронім" як "слово, утворене з початкових літер інших слів або (іноді) з початкових частин складів, узятих з інших слів, причому все вимовляється як одне слово". Відповідно до словника Merriam-Webster, акронім визначається як "слово, утворене з початкової літери або букв кожної з наступних частин або основних частин складеного терміна" (Webster). Саме слово «абревіатура» походить з латинської мови, де "abbreviatio" означає скорочення, а "brevis" – короткий. Це свідчить про те, що абревіації, як правило, є коротшими формами складних слів чи фраз. Згідно з цим визначенням, абревіатура – це складне слово, яке утворюється шляхом поєднання перших літер або частин слів. Вони використовуються у багатьох сферах життя, зокрема у науці, техніці, медичній термінології та повсякденному спілкуванні. Наприклад, у китайській мові існує безліч абревіатур, які стали невід'ємною частиною мовлення. Розглянемо кілька прикладів абревіацій, які часто можна зустріти в китайському Інтернет-просторі, що ілюструють їхнє використання:

- ZG – 中国 *zhōngguó* – Китай. Це скорочення, яке часто вживається в контексті міжнародних відносин та економіки.
- ZF – 政府 *zhèngfǔ* – уряд. Аббревіація, що вживається в політичному дискурсі.
- MM – 妹妹 *mèimei* – сестра, дівчина. Використовується в неформальному спілкуванні, особливо серед молоді.
- GG – 哥哥 *gēgē* – брат, хлопець. Часто вживається в сімейному або дружньому контексті.
- GCD – 共产党 *gòngchǎndǎng* – Комуністична партія Китаю. Це приклад політичної аббревіації, що має важливе значення в історії та культурі Китаю.
- KPM – фаст-фуд ресторани (складене з перших літер назв трьох популярних ресторанів швидкого харчування): 肯德基 *kěndéjī* – KFC, 必胜客 *bìshèngkè* – Pizza Hut, 麦当劳 *màidāngláo* – McDonald's. Це демонструє, як аббревіації можуть використовуватися для позначення брендів.
- BT – 变态 *biàntài* – збоченець. Таке скорочення може вживатися в неформальному спілкуванні.
- SG – 帅哥 *shuàigē* – красунчик, симпатичний хлопець. Зазвичай використовується в молодіжному сленгу.
- PF – 佩服 *pèifu* – респект. Аббревіація, що відображає емоційний стан захоплення.
- BXCM – 冰雪聪明 *bīngxuě cōngmíng* – прошарений, розумний, тямить у чомусь. Це приклад метафоричної аббревіації.
- TX – 同学 *tóngxué* – однокласник, однокласник. Часто використовується в освітньому контексті;
- TMD *tā mā de* - вульгарне вираження, що перекладається як "його матері"; використовується для вираження роздратування.

- ZQSG (真情实感 *zhēnqíng shíɡǎn*) - "справжня любов" або "щирі почуття".
- XSWL (笑死我了 *xiào sǐ wǒle*) - "сміюсь до смерті".
- QWQ (哭哭 *kū kū*) - символ, що представляє обличчя, яке плаче; використовується для вираження суму.
- SHD (死虎灯 *sǐ hǔ dēng*) - "смерть тигра", використовується для опису негативних ситуацій.

**2. Англiцизми.** В "Академічному тлумачному словнику" знаходимо таке визначення цього поняття: слова або звороти, які є запозиченими з англійської мови. Важливо зазначити, що англiцизми не лише з'являються у мовах, але й можуть інтегруватися в інші культурні контексти, зокрема в китайську мову. Цікаво, що в китайській мові англiцизми не використовуються у традиційній формі, але виникає незвичне явище поєднання англiцизму з ієрогліфами. Це свідчить про адаптацію запозичених термінів до специфіки китайської мови та культури. Наприклад, термін SIM 卡 (*SIM kǎ*) означає «сім-картка» й демонструє, як сучасна технологія проникає у повсякденне життя, вимагаючи нових термінів для опису.

Ще одним прикладом є вираз 你太 *out* 了! (*nǐ tài out le!*), де англійське слово «out» використовується в значенні «відсталий» або «застарілий». Це говорить про те, як молодь використовує англiцизми для вираження емоцій та оцінки сучасності. Важливим є також вираз 打 *call* (*dǎ call*), що в дослівному перекладі означає «бити у барабани», але в контексті використовується для висловлення підтримки або згоди з чієюсь думкою. Цей термін ілюструє, як мова може еволюціонувати, адаптуючи іноземні елементи під свої потреби.

Ще одне цікаве слово – 小 *case* (*xiǎo case*), де англійське слово "case" замінює китайський аналог 事情 (*shìqing*), що означає "справа" або «інцидент». У цьому контексті «маленька справа» використовується для заспокоєння, вказуючи, що ситуація не є серйозною.

Останнім прикладом є термін *hard 模式* (*hard móshì*), де "hard mode" вживається серед геймерів для опису людей, які народилися у Китаї. Це термін, що протиставляє їх до "easy mode" – людей, котрі народилися у США, чий життєвий досвід вважається легшим і комфортнішим. Цей приклад показує, як культурні та соціальні аспекти можуть впливати на мовні запозичення та їхнє значення.

**3. Метафоричні фрази.** Сучасний тлумачний словник української мови пропонує цікаве визначення терміна "метафора". Це художній засіб, що полягає в переносному вживанні слова або виразу на основі аналогії, схожості або порівняння. Метафора може також включати слова або вирази, які вживаються в такому перенесеному значенні. Це дозволяє не лише передати певну ідею, але й створити образ, що збагачує висловлювання. На китайських форумах можна знайти безліч прикладів метафоричних фраз, які стали популярними завдяки своїй оригінальності та влучності. Наприклад, фраза 吃瓜群众 (дослівно "люди, які їдять кавун", у китайській мові читається як *chī guā qúnzhòng*) вживається для позначення людей, які з цікавістю спостерігають за подіями, проте не беруть у них жодної участі. Ця метафора виникла, коли користувачі активно обговорювали новини та скандали в соціальних мережах, спостерігаючи за розвитком подій, як глядачі, які смакують кавун під час шоу.

Інша метафора — 吃土 (дослівно «їсти землю», читається як *chī tǔ*) — в гумористичному контексті позначає нестачу грошей або фінансові труднощі. Молодь часто вживає цю фразу, коли після великих витрат на купівлю дорогих речей їм доводиться "їсти землю", що символізує їхнє матеріальне становище.

Фраза 晒工资 (дослівно "залишати заробітну плату на сонці", читається як *shài gōngzī*) вказує на хвастощі в Інтернеті своїми матеріальними здобутками. Це явище стало популярним у цифрову епоху, коли люди прагнуть продемонструвати свої досягнення та фінансовий успіх.

Ще одна метафора — 打臉 (дослівно "хук зліва", читається як *dǎliǎn*) — символізує протиріччя самому собі. Вона використовується, коли хтось стикається з власною помилкою або невдачею, особливо якщо раніше висловлював певну думку чи робив заяву, яка потім виявляється неправильною.

Нарешті, 大佬 (дослівно "велика людина", читається як *dà lǎo*) означає особу з високим рівнем компетенції або досвіду в певній сфері. Ця метафора є еквівалентною англійським термінам "big sho" або "guru" і часто вживається для позначення авторитетних фігур у різних галузях.

- 4. Омонімія.** У китайській мові омоніми зустрічаються дуже часто через обмежену кількість звуків і тонів. Головною причиною наявності у китайській мові величезної кількості омонімів є її фонетична система, адже один і той же звук може мати декілька значень, і це залежить від тону, в якому його вимовляють. Цей феномен створює ідеальне підґрунтя для утворення омонімів, які можуть призводити до цікавих лексичних та культурних явищ. Цікаво, що однією з причин виникнення нових сленгових слів у Інтернет-середовищі шляхом омонімії є друкарська помилка. Коли користувач мережі намагається швидко ввести слово, словосполучення або текст, використовуючи пін'їн, система часто видає кілька варіантів ієрогліфів, що позначають один і той же звук. Це може призвести до певних непорозумінь і навіть кумедних ситуацій, оскільки контекст комунікації в Інтернеті часто є неформальним і спонтанним. У сучасному тлумачному словнику української мови поняття "омоніми трактується як слова, що звучать однаково, але мають різні значення. Ця характеристика є особливо актуальною для китайської мови, де омоніми

можуть створювати багатозначність і неоднозначність. Наприклад, можна навести такі приклади китайських Інтернет-омонімів:

- 什么 – *shénme* (питальний займенник "що?") / 神马 *shénmǎ* (казковий кінь); 行 *xíng* (йти, рухатися) / 行 *xíng* (гаразд, окей);
- 和谐 – *héxié* (гармонія) / 河蟹 *héxiè* (китайський краб);
- 艾滋病 *àizībìng* (СНІД) / 爱资病 *àizībìng* (хвороблива пристрасть до грошей).
- Одне з відомих висловлювань Дена Сяопіна "要向前看" (*yào xiàngqiánkàn*), що означає "потрібно дивитися вперед", перетворилося в популярну фразу "向钱看" (*xiàngqiánkàn*), що буквально перекладається як "все заради грошей".
- 代价 *dài jià* (ціна, витрати) / 待嫁 *dài jià* (дівчина, що чекає заміжжя);
- 沉默 *chénmò* (мовчазний) / 沉没 *chénmò* (тонути);
- 由于 *yóuyú* (з причини...) / 鱿鱼 *yóuyú* (кальмар);
- 发 *fā* – ("випускати", "виправляти") / 发 *fā* – ("збагачуватися", "робити гроші". Вживається в контексті успішного бізнесу або заробітку);
- 笑 *xiào* – ("сміятися") / 消 *xiāo* – ("зникати"). У слензі може використовуватися для опису ситуації, коли щось "зникає" чи "згасає";

**5. Ідіофони.** Великий тлумачний словник сучасної мови трактує термін "ідіофони" як музичні ударні інструменти, в яких звук виникає завдяки коливанням усього інструменту. Це можуть бути, наприклад, дзвони, гонги, чи інші подібні інструменти, які створюють звукові вібрації без використання мембрани чи струни.

У лінгвістиці термін "ідіофони" набуває особливого значення, адже ним позначають слова, що імітують звуки. Це можуть бути вигуки, що відображають емоції, або звукові ефекти, які передають певну атмосферу.

Наприклад, китайське слово 哈哈 *hāhā* передає гучний сміх і зазвичай використовується для вираження радощів та веселощів у чатах месенджерів або коментарях в соцмережах.

Ще одним прикладом є 哒哒哒 *dā dā dā*, яке імітує звук стрільби, але також може позначати швидке виконання якоїсь дії, наприклад, натискання клавіш на клавіатурі. Інше слово 么么哒 *memedá* означає "цьомчик", і часто використовується у дружній розмові.

Слово 嘻嘻 *xīxī* імітує хихотіння; його зазвичай використовують у чатах, щоб передати безтурботну чи грайливу атмосферу спілкування. Нарешті, 喵 *miāo* є імітацією звуку, що видає кішка, і часто використовується у листуваннях, особливо дівчатами, щоб підкреслити свою граційність, ніжність і чарівність.

吧唧 *bā jī* імітує звук поцілунку, використовується для вираження любові, симпатії або схвалення. Найчастіше використовується у листуваннях.

Ідіофон 哇塞 *wā sāi* – це більш емоційна версія 哇 *wā*, яка використовується для вираження сильного здивування, захоплення або навіть шоку. є своєрідний вигук, який можна перекласти як "вау!" або "ого!". Коли людина бачить вражаюче фото або досягає чогось значного, вона може написати "哇塞!" у коментарях. У телепередачах або шоу, коли щось вражає ведучих або учасників, вони також можуть використати цей вигук для підкреслення своїх емоцій.

"萌萌哒" *méng méng dā*: Це словосполучення використовується для опису чогось дуже милого, чарівного або дитячого. "萌" *méng* означає "милий", а "哒" *dā* – це частинка, яка підсилює емоційність. 萌萌哒 часто

використовують у постах або коментарях, коли говорять про милі речі, наприклад, про домашніх тварин, дітей або персонажів з аніме.

“咕嚕” *gūlū*: Це слово передає звук, який видає щось, що котиться або бурчить, наприклад, звук, що видає шлунок, коли голодний.

“嘭” *pēng*: Використовується для опису звуку вибуху або удару. “嘭” часто використовують у коментарях або постах, щоб описати драматичні або несподівані події. На платформах, таких як Bilibili або Douyin, “嘭” може бути використано у відео, що містять звукові ефекти, або в описах відео, які демонструють акційні моменти або емоційні реакції. У блогах або на форумах, коли обговорюють фільми, аніме або новини, пов'язані з вибухами або іншими гучними подіями, користувачі можуть використовувати “嘭” для опису цих моментів.

“咔嚓” *kāchā*: Цей звук описує тріск або клацання, наприклад, коли ламається щось або робиться фото. “咔嚓” часто використовується в коментарях або постах, коли люди діляться фотографіями або відео, особливо якщо вони демонструють момент клацання камери або звуки, пов'язані з фотографуванням. У обговореннях на форумах або в блогах, що стосуються технологій, ігор або ремонту, користувачі можуть вживати “咔嚓” для опису звуків, пов'язаних із поломками або налаштуваннями пристроїв. У відеоіграх, особливо в екшн-іграх, “咔嚓” може бути використано в чатах або описах для передачі звуків, які виникають під час певних дій, таких як використання зброї або зламу предметів.

“嘶” *sī*: Використовується для передачі звуку, подібного до свисту або шипіння, наприклад, коли хтось намагається висловити незадоволення або біль. Його можна побачити в постах або коментарях для вираження емоцій або реакцій, а також на китайських форумах може з'являтися в обговореннях, пов'язаних із культурою, мовою або літературою.



Всі наведені приклади демонструють, як ідіофони можуть бути важливим елементом не лише в музиці, але й у повсякденному спілкуванні, додаючи емоційності та виразності нашим висловлюванням.

**6. Цифрові записи.** З метою прискорення введення тексту у чатах або в коментарях, Інтернет-користувачі часто використовують і цифрову розкладку клавіатури, що стало популярним явищем у сучасному цифровому спілкуванні. Цей спосіб утворення сленгових виразів заміщає цифрами часто повторювані у висловленнях лексичні одиниці або граматичні показники. Наприклад, цифри 520 (五二零, *wǔ èr líng*) в китайській мові наближені у звучанні до фрази 我爱你 *wǒ ài nǐ*, що перекладається як "я тебе кохаю". Таке використання цифр стало особливо популярним у романтичних листуваннях, де вони використовуються для вираження почуттів, а також часто можна побачити в дописах і листівках під час святкування Дня закоханих, який відзначається у Китаї 20 травня. Ще один приклад — цифрова комбінація 1314 (一三一四, *yī sān yī sì*), яка звучить подібно до китайського виразу 一生一世 (*yī shēng yī shì*), що означає "одне життя, одне століття". Ця комбінація часто використовується для висловлення почуття вічного кохання. У деяких випадках кожна цифра в таких комбінаціях позначає слово, яке звучить схоже, а іноді це може бути навіть заміна цифрами повних фраз. Наприклад, у поєднанні з фразою 520 (я тебе кохаю) комбінація 5201314 (五二零一三一四) буде означати "я кохаю тебе назавжди".

Інші приклади включають 88 (叭叭, *bā bā*), що використовується для прощання і перекладається як "бувай", та 94 (九四, *jiǔ sì*), яке вимовляється подібно до фрази 就是 (*jiù shì*), що означає "саме так" або "точно". Ця практика свідчить про креативність користувачів Інтернету в пошуку нових способів для вираження своїх думок та почуттів у швидкому темпі сучасного спілкування.

**7. Фонетичні запозичення** в китайському інтернет-сленгу відрізняються від традиційних запозичень. Вони зазвичай адаптуються до китайських фонетичних структур, що дозволяє зберегти звучання оригіналу при використанні китайських символів. Основними джерелами фонетичних запозичень у китайському інтернет-сленгу є англійська, японська та корейська мови. Англійська, зокрема, має найбільший вплив на створення нових термінів. Наприклад, терміни, пов'язані з технологіями, іграми та популярною культурою часто запозичуються безпосередньо з англійської. Ми побачили, в китайському Інтернет-просторі можна знайти багато прикладів фонетичних запозичень:

- слово "клуб" (club) може бути адаптоване як "克拉布" *kè lā bù*, де звучання максимально наближене до оригіналу, але сприймається китайськими користувачами;
- "萌" *méng* — від "cute" (з японської мови "моджо"), що описує привабливість персонажів аніме;
- "宅" *zhái* — від "otaku", що описує людей, які проводять багато часу вдома, часто займаючись комп'ютерними іграми чи аніме;
- "沙发" *shā fā* — від англійського "sofa". Використовується для опису комфортного місця для сидіння, часто в контексті онлайн-спілкування;
- "酷" *kù* — від англійського "cool". Використовується для опису чогось стильного або класного;
- "节奏" *jié zòu* — від англійського "rhythm". Часто вживається в контексті музики або танців;
- "暴走" *bào zǒu* — від японського "暴走族" *bōsōzoku*, що означає "вандали" або "мотоциклісти". Використовується в контексті надмірного або бурхливого поведінки;
- "赛博" *sài bó* — від англійського "cyber". Використовується для опису тем, пов'язаних із кіберпростором;

- "动感" (*dòng gǎn*) — від англійського "dynamic". Означає щось енергійне або живе, часто в контексті музики чи танців.

**8. Словоскладання** у китайській мові є одним з найпоширеніших способом утворення нових слів. Китайські дослідники Лі Цзінь Сі і Лю Шижу виділяють три способи словоскладання: синтаксичний (коли слова утворюються через словоскладання або основоскладання), морфологічний (коли слова утворюються через афіксацію та редуплікацію) та фонетичний (утворюються складні одноморфемні слова) (黎锦熙、刘世儒, 1959). Інший дослідник Сунь Чансюй наголошує на таких способах: семантичний, структурний, фонетичний.

При утворенні китайських сленгових виразів найпоширеніших є афіксальний спосіб, коли при словоскладанні викориситовується:

- Префікси:

小: 小鲜肉 *xiǎo xiān ròu* - "молодий, привабливий чоловік" (дослівно: "маленьке свіже м'ясо"), 小姐姐 *xiǎo jiě jie* - "молода дівчина" або "сестра". Використовується для звернення до молодих жінок у неформальному контексті, 小心心 *xiǎo xīn xīn* - "маленьке сердечко" (Використовується для вираження любові або симпатії); 小土豪 *xiǎo tǔ háo* – "маленький мільйонер" або "молодий багатий" (Використовується для опису молодих людей, які мають гроші, але ще не досягли великого успіху);

转: 转发 *zhuǎn fā* - "пересилати" (зазвичай використовується в контексті соціальних мереж для пересилання повідомлень або постів); 转身 *zhuǎn shēn* – "поворот" або "повернутися". У сленговому контексті може вказувати на зміну думки або відношення до чогось; 转圈 *zhuǎn quān* – "крутитися" або "метушитися". Використовується для опису ситуації, коли хтось безцільно рухається або не може прийняти рішення;

学: 学术 *xiué shù* – "академічний" або "науковий". У сленговому контексті може вказувати на серйозність або глибину навчання; 学狗 *xiué gǒu* – "пес, який вчиться" (дослівно). Використовується в сленговому контексті для опису людей, які постійно намагаються вчитися новому, але в легковажному тоні; 学霸 *xiué bà* – "лідер" або "успішна людина" в будь-якій сфері, не лише в навчанні. Може використовуватися для опису тих, хто досягає успіху в своїй кар'єрі; 学妹 *xiué mèi* – "молодша сестра" або "молодша дівчина", але може також використовуватися в контексті дружніх стосунків, де молодші дівчата вважаються милішими або більш наївними.

- Суфікси:

客: 网客 *wǎng kè* – "інтернет-користувач" або "онлайн-клієнт". Використовується для опису людей, які активно користуються інтернетом; 网红客 *wǎnghóng kè* – "інфлюенсер" або "популярна особа в Інтернеті", що привертає увагу аудиторії; 外卖客 *wàimài kè* – "клієнт доставки", особа, що замовляє їжу на винос.

体: 肥宅体 *fèizhái tǐ* - "тушка товстуна", що описує людей, які ведуть малорухливий спосіб життя і люблять комп'ютерні ігри; 辣妹体 *là mèi tǐ* - "гаряча дівчина", використовується для опису стильних і привабливих дівчат; 宅男体 *zháinán tǐ* - "геймер", описує чоловіків, які проводять багато часу вдома, часто за комп'ютером або відеоіграми. 族: 佛系族 *fó xì zú* - "буддійський стиль", описує людей, які живуть спокійно і не переймаються життєвими труднощами; 废柴族 *fèichái zú* – "марнотратники", використовується для опису людей, які не досягають успіху або не мають мети в житті; 辣妹族 *là mèi zú* - "гарячі дівчата", описує стильну та привабливу молодь.

Проаналізувавши такий великий спектр утворення китайських сленгових слів, що часто можна зустріти в Інтернеті, можемо сказати, що китайські інтернет сленгові вирази яскраво демонструють еволюцію мови та її здатність адаптуватися до змінюваних соціальних реалій, що підкреслює взаємозв'язок між мовою, культурою та технологіями в сучасному суспільстві.

### **3.2. Причини та частота використання Інтернет-сленгу китайською молоддю в повсякденному житті**

Станом на 2023 рік, Китай займає перше місце у світі за кількістю користувачів Інтернету, перевищуючи 1 мільярд активних користувачів. Високий рівень проникнення Інтернету в міських районах, разом із зростанням доступу до мобільних технологій у сільських регіонах, сприяє збільшенню аудиторії. Згідно з даними, близько 99% молоді у віці від 18 до 29 років активно користуються Інтернетом (中国互联网络信息中心).

У наші дні зростання використання мобільних пристроїв суттєво змінило інтернет-ландшафт у Китаї. Більшість користувачів заходять в Інтернет через смартфони, що стимулює розвиток мобільних додатків і сервісів. Китай також активно впроваджує нові технології, такі як штучний інтелект, блокчейн і великі дані, що відкриває нові можливості для бізнесу та вдосконалює користувацький досвід (蔡辉, 2003).

Інтернет став важливим інструментом для навчання та саморозвитку. Молодь використовує онлайн-курси, вебінари та навчальні платформи, такі як Coursera і Xuexi Qiangguo, щоб підвищити свої знання та навички. Це особливо актуально в умовах швидких змін на ринку праці та необхідності постійного професійного розвитку.

Молодь активно споживає контент через стрімінгові сервіси, такі як iQIYI та Tencent Video. Відеоігри також мають величезну популярність, причому

багато молодих людей беруть участь у кіберспортивних змаганнях. Це не лише розвага, а й можливість для кар'єри у сфері геймінгу.

Китай є світовим лідером у сфері електронної комерції, з такими платформами, як Alibaba та JD.com, які пропонують широкий асортимент товарів і послуг. Зростання популярності онлайн-покупок стало можливим завдяки розвитку технологій, зручності сервісів доставки та високій конкуренції на ринку.

Та попри численні переваги, використання Інтернету молоддю також супроводжується певними викликами. Користувачі стикаються з проблемами, такими як кібербулінг, залежність від Інтернету та питання конфіденційності. Державні органи та освітні установи намагаються вирішити ці проблеми, впроваджуючи програми з цифрової грамотності та безпеки.

Враховуючи попередні попередні аспекти, можна ствердити, що використання Інтернет-сленгу серед китайської молоді стало невід'ємною частиною їхнього повсякденного спілкування. Цей феномен має глибокі корені і пояснюється цілим рядом соціокультурних та психологічних факторів. Інтернет-сленг формує своєрідну культурну ідентичність, що допомагає молодим людям відчувати приналежність до певної спільноти, а також дозволяє ефективно виражати свої думки та емоції в умовах швидко змінюваного інформаційного середовища.

Поспілкувавшись і провівши опитування серед представників молоді, таких як колишні студенти-китайці Київського національного лінгвістичного університету та студентів деяких китайських вищих навчальних закладів, ми виділили основні причини використання сленгу на просторах Інтернету. Цей процес не лише відображає індивідуальні уподобання молоді, але й вказує на загальні тенденції в суспільстві, такі як глобалізація, швидкий розвиток технологій і зміни в соціальних взаєминах.

Наше опитування складалося з 6 питань. У перших двох питаннях молодим людям потрібно було обрати лише одну вірну відповідь, що дозволило зрозуміти основні аспекти їхнього сприйняття Інтернет-сленгу. На всі інші запитання учасники мали змогу дати розгорнуті відповіді, що надало можливість глибше

проаналізувати їхні думки та переконання щодо цього явища. Загалом, в опитуванні взяло участь 10 студентів-китайців, які представляли різні регіони Китаю, що сприяло різноманітності думок і поглядів.

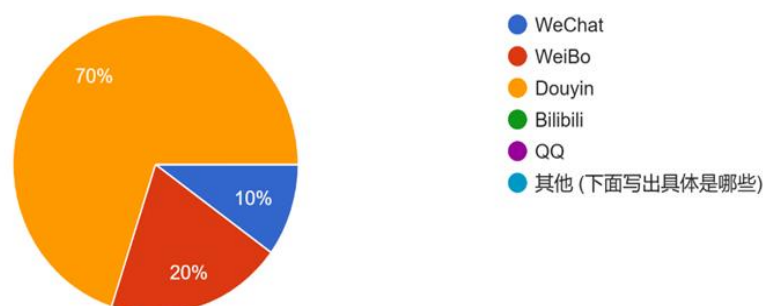
Проводячи дослідження, ми взяли до уваги такі критерії опитуваних людей:

- вік (адже, зазвичай, Інтернет-сленг найбільш поширений серед підлітків та молоді);
- місце народження та проживання (варто враховувати розмір населеного пункту (місто, село) та регіон, оскільки це може впливати на мовні особливості);
- соціальний статус (варто розділяти учасників за рівнем доходу сім'ї);
- освіта (рівень освіти може вплинути на лексичний запас та свідомість мовних норм).

Отримавши відповіді на перше запитання, ми з'ясували що більшість студентів "часто" використовує Інтернет-сленг у повсякденному житті. Це пов'язано з тим, що швидкий розвиток технологій і постійний доступ до Інтернету сприяють активному використанню онлайн-платформ. Саме з цієї причини студенти безперервно перебувають у цифровому середовищі, що стимулює використання сленгу у спілкуванні.

在哪些平台上使用网络用语最频繁?

10 个回答



У відповідях на друге питання бачимо, на яких саме платформах молодь Китаю найчастіше використовує Інтернет-сленг. Перше місце займає соціальна мережа Douyin, яка дозволяє користувачам створювати та ділитися відео

тривалістю від 15 секунд до 3 хвилин. Платформа пропонує різноманітні фільтри, ефекти та музичні треки, що дозволяє користувачам креативно підходити до створення контенту, а також використовує потужний алгоритм, який персоналізує стрічку новин для кожного користувача, пропонуючи відео на основі їхніх уподобань і поведінки. Douyin став платформою для популяризації мемів, трендів та викликів, де користувачі можуть коментувати, лайкати та ділитися відео, а також підписуватися на інших користувачів. Тож можемо припустити, що саме Douyin користується найбільшою популярністю, адже ця платформа створює ідеальне середовище для виникнення і поширення Інтернет-сленгу завдяки своїй молодіжній аудиторії, інтерактивному формату, впливовим користувачам та культурним особливостям Китаю.

Наступне місце за частотою використання Інтернет-сленгу у нашому дослідженні посіла платформа Weibo. Вона є однією з найпопулярніших соціальних мереж у Китаї, яку часто порівнюють з американським Твіттером. Однак, незважаючи на схожість формату мікроблогів, Weibo має ряд унікальних особливостей, які роблять його важливою платформою для китайського суспільства та бізнесу.

Як ми дізналися, основними функціями Weibo є:

- Мікроблоги: Користувачі можуть публікувати короткі повідомлення, фотографії та відео.
- Репости: Можливість поширювати записи інших користувачів, додаючи свої коментарі.
- Хештеги: Використовуються для об'єднання постів за тематикою.
- Прямі трансляції: Користувачі можуть вести прямі трансляції, спілкуючись зі своїми підписниками в реальному часі.
- Приватні повідомлення: Можливість вести особисту переписку.

На відміну від інших соціальних мереж, Weibo підлягає жорсткій цензурі з боку китайської влади. Це обмежує свободу слова, але водночас гарантує певний



рівень стабільності на платформі. Проте, не зважаючи на цей феномен, Weibo є важливим інструментом для розуміння китайського суспільства та культури. На цій платформі можна стежити за останніми новинами, дізнаватися про тренди, спілкуватися з іншими користувачами та навіть будувати свою кар'єру. Саме тому він також залишається досить популярним серед молоді та надає можливість розширюватися новій Інтернет-лексиці.

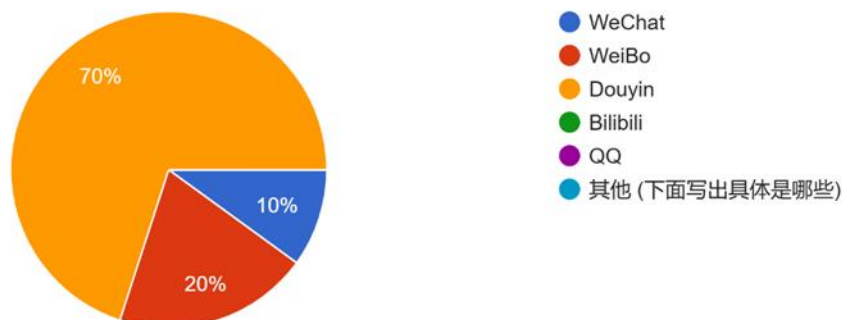
І останнє місце рейтингу в опитуванні займає відома китайська платформа WeChat. Цей супердодаток був запущений у 2011, він досить швидко став популярним у Китаї та за його межами, адже об'єднав у собі безліч функцій, від звичайного обміну повідомленнями до повноцінної мобільної платформи для життя. Тут можна:

- Спілкуватися з друзями та родиною через текстові, голосові та відеоповідомлення.
- Створювати групи для спілкування.
- Ділитися фотографіями та відео.
- Здійснювати голосові та відеодзвінки.
- Отримувати та надсилати платежі.
- Бронювати готелі, квитки на транспорт та розваги.
- Замовляти їжу та товари.
- Грати в ігри.
- Читати новини тощо.

Китайський уряд активно підтримує розвиток WeChat та сприяє його поширенню в країні. Однак, через жорстку цензуру, яка поширюється і на WeChat, деякі повідомлення та контент можуть бути заблоковані.

在哪些平台上使用网络用语最频繁?

10 个回答



У наступних питаннях опитувані студенти повинні були надати розгорнуті відповіді щодо причин використання Інтернет-сленгу та його безпосереднього впливу на китайську мову.

На перше питання "Чому Ви використовуєте Інтернет-сленг?" більшість студентів відповіли, що цей вид спілкування спрощує міжособистісні взаємодії серед молоді. Багато з них підкреслили, що сленгові вирази дозволяють швидко та лаконічно передавати свої думки і емоції, що є надзвичайно важливим у світі, де інформація постійно циркулює з великою швидкістю.

Студенти зазначили, що Інтернет-сленг функціонує як своєрідний шифр, зрозумілий лише "своїм", тобто представникам певної соціальної групи або покоління. Ця особливість створює відчуття приналежності до спільноти, де молодь може вільно обмінюватися думками, не побоюючись непорозумінь. Використання скорочень, аббревіатур та емодзі дозволяє передати велику кількість інформації за короткий час, що є важливим фактором у сучасному світі, де увага людей часто розсіяна.

Проте, важливо й пам'ятати, що використання сленгу має свої особливості і вимоги. Він вимагає глибокого розуміння контексту та аудиторії, оскільки не всі можуть бути знайомі з певними термінами чи виразами. Неправильне використання сленгу або його надмірна залежність може призвести до непорозумінь, а також викликати труднощі у спілкуванні з людьми, які не є частиною цієї соціальної групи. Таким чином, хоч Інтернет-сленг і має свої переваги, його використання потребує уважності та свідомого підходу.

Ще однією з головних причин використання Інтернет-сленгу виявилася деінтифікація з групою, адже це є фундаментальною потребою людини, особливо в підлітковому віці, коли активно формується власна особистість і шукаються соціальні зв'язки. У цей період молоді люди прагнуть знайти своє місце в суспільстві, і Інтернет-сленг стає потужним інструментом для вираження цієї потреби.

Використання інтернет-сленгу допомагає молодим людям відчувати свою приналежність до певної спільноти, створюючи відчуття єдності та спільності з однолітками. Сленг дозволяє їм спілкуватися на зрозумілій мові, яка відрізняється від офіційної або стандартної, що ще більше підкреслює їхню індивідуальність у межах цієї групи. З його допомогою молодь може не лише виражати свої думки, але й демонструвати свою ідентичність, підкреслюючи унікальні риси та цінності, що є важливими для їхньої соціальної групи.

Цей процес формує не лише особистісну ідентичність, але й колективну, де кожен учасник відчуває себе важливою частиною більшого цілого. Таким чином, Інтернет-сленг стає важливим елементом соціальної динаміки, який сприяє зміцненню зв'язків між молодими людьми та створенню нових форм комунікації, що відповідають їхнім потребам і інтересам.

Наступним важливим мотивом використання сленгу, який ми виявили у нашому дослідженні, є самовираження. Інтернет-сленг дозволяє молодому поколінню експериментувати з мовою, створюючи нові слова та вирази, що відбивають їхню унікальність і індивідуальність. Це можна розглядати як своєрідну форму мистецтва, де мова стає не лише засобом комунікації, а й інструментом для самовираження.

Сленг відкриває молоді можливості для передачі широкого спектра емоцій – від радості і захоплення до гніву і розчарування. За допомогою сленгових виразів молоді люди можуть більш точно і виразно висловити свої почуття, які важко передати стандартними мовними засобами. Наприклад, певні сленгові терміни можуть вловлювати нюанси емоцій, які звичайна мова не здатна передати, тим самим надаючи спілкуванню глибшого значення (曹进, 2012).

Окрім цього, сленгова лексика може використовуватися як засіб протесту проти встановлених норм і правил. Молодь часто вдається до нестандартної лексики, щоб виразити своє невдоволення існуючим станом речей, відобразити своє прагнення до змін і відмежуватися від старшого покоління. Це стає особливо помітно в контексті соціальних і політичних рухів, де мова слугує не лише для комунікації, а і для формування колективної ідентичності та акцентуації соціальних проблем.

Таким чином, Інтернет-сленг стає важливим інструментом, що дозволяє молоді не лише комунікувати, а й активно формувати своє місце в суспільстві, впливати на соціальні процеси та створювати нові культурні значення.

Прикладами самовираження через сленг можуть бути:

- Створення ніків і аватарів. Вибір ніка і створення аватара в соціальних мережах – це форма самовираження, в якій часто використовуються елементи сленгу.
- Графіті і стріт-арт. У графіті і стріт-арті широко використовуються нестандартні слова і фрази, які відображають світогляд і почуття автора.
- Музика і пісні. Сленг активно використовується в музиці, особливо в таких жанрах, як хіп-хоп і реп. Тексти пісень часто містять сленгові вирази, які відображають погляди молоді на життя.

Проаналізувавши відповіді на питання "Як Інтернет-сленг впливає на Ваше спілкування?", ми з'ясували, що поширення Інтернет-сленгу має не лише позитивні сторони, але й негативні. Головною причиною цьому стали бар'єри, через які можуть виникати труднощі та непорозуміння у комунікації.

П'ятеро студентів вказали на розрив у поколіннях, адже молоді і старші люди часто мають різні цінності та погляди. Це може призводити до проблем у спілкуванні, оскільки молоді люди використовують сленг як спосіб самовираження, який може бути незрозумілим для старшого покоління. Це не лише ускладнює взаєморозуміння, але й створює враження відчуження між поколіннями.

Троє інших студентів зазначили, що люди, які не розуміють сленг, можуть відчувати себе виключеними з розмови і соціальної групи. Це може призводити до почуття ізоляції та неповноцінності, адже спілкування стає менш доступним для тих, хто не володіє специфічною лексикою. Крім того, використання сленгу може підсилювати стереотипи про певні соціальні групи або покоління, формуючи упередження та негативні асоціації.

І ще двоє студентів виділили феномен соціального розриву. У формальному спілкуванні, наприклад, на роботі або під час навчання, використання сленгу може бути недоречним і створювати негативне враження. Це може вплинути на професійний імідж особи, адже в таких контекстах важливо дотримуватись певних норм і стандартів спілкування.

Також один із них у відповіді додав, що сленг часто має національні або регіональні особливості, що може ускладнювати спілкування між людьми різних культур. Це підкреслює важливість контексту при використанні сленгових виразів, адже те, що є зрозумілим в одній культурі, може бути абсолютно незнайомим в іншій. Таким чином, Інтернет-сленг, хоча й може сприяти швидкому та неформальному спілкуванню, також несе в собі ризики виникнення непорозумінь та соціального розриву.

На питання "Як ви думаєте, чи вплине інтернет-сленг на використання стандартної китайської мови?" ми отримали різні відповіді. Дехто вважає, що він збагачує мову, а саме робить її більш динамічною та виразною. Дехто навпаки боїться, що занадто часте використання сленгу може призвести до спрощення мови і втрати її витонченості.

Один студент відповів, що неправильне використання сленгу може негативно вплинути на грамотність молоді. Він пояснює це тим, що сленг часто відходить від норм стандартної мови, і це може призвести до помилок у побудові речень. Проте, він запропонував шляхи усунення негативних наслідків, з якими може зіштовхнутися молоде покоління. Ми виділили основні з них:

- Знати межі: важливо розуміти, в яких ситуаціях доречно використовувати сленг, а в яких краще дотримуватися норм літературної мови.

- Розвивати літературну мову: читати книги, статті, дивитися якісне кіно – все це допомагає збагатити словниковий запас і поліпшити граматику.
- Звертати увагу на помилки: при спілкуванні або написанні текстів варто звертати увагу на свої помилки і намагатися їх виправляти.
- Використовувати різноманітну лексику: не варто обмежуватися тільки сленгом, важливо використовувати і стандартну літературну мову.

Ще один студент дав досить цікаву відповідь. У ній він сказав, що Інтернет-сленг може впливати на традиційну культуру. Він мав на увазі, що нова сленгова лексика часто використовує традиційні образи, ідіоми та вирази в новому контексті. Це допомагає оновити їхнє значення і зробити їх більш актуальними для молоді. Наприклад, старі прислів'я можуть бути переосмислені і стати популярними мемами. Також він зазначив, що Інтернет-сленг може створювати тренди, пов'язані з традиційною культурою. Наприклад, популярність китайських костюмів в соціальних мережах може бути підживлена певними сленговими виразами або хештегами. Однак, це може нести й потенційні негативні наслідки, такі як: спрощення традиційної культури, комерціалізація культури та конфлікт поколінь. Наприклад:

- Використання ієрогліфів: Багато сленгових виразів використовують ієрогліфи з нестандартним значенням, що може призвести до нового розуміння традиційної писемності.
- Меми з традиційними образами: Стародавні міфи і легенди можуть стати основою для створення мемів, що робить їх більш доступними для сучасної молоді.
- Хештеги, пов'язані з традиційними святами: Під час традиційних свят молодь активно використовує спеціальні хештеги, що сприяє популяризації цих свят.

В останньому питанні ми з'ясували, які саме найпопулярніші сленгові вирази використовує китайська молодь на просторах Інтернету. Ось на які найпопулярніші фрази вказали опитувані студенти:

- City 不 city 啊 (洋气不洋气) *yáng qì bù yáng qì* – вказує на те, що щось (зазвичай компанія, продукт або стиль) має іноземний (західний) характер. Таким чином, "洋气不洋气" може бути використано для оцінки, наскільки певний об'єкт або явище відповідає західним стандартам або стилю. Проте, фраза також може містити елемент критики або іронії. Наприклад, вона може вказувати на те, що хоча щось позиціонується як "західне" або "іноземне", насправді воно не відповідає очікуванням або стандартам, які зазвичай асоціюються з цими термінами.
- 栓 Q – як виявилось, Англійська фраза "thank you" має фонетичне звучання, яке стало основою для новотвору. За інформацією газети "Цяньцзянь Ванбао", фермер з району Яншио в місті Гуйлінь, що народився в 1970-х роках, на ім'я Лю Тао, став популярним у всій мережі завдяки фразі "栓 Q". Це слово вперше з'явилося в травні 2021 року, коли Лю Тао в одному з відео двома мовами представив пейзажі Гуйліня. Після того, як він переклав фразу "桂林山水甲天下，阳朔堪称甲桂林" (Найкращі пейзажі в світі у Гуйліні, а Яншио – це справжній скарб Гуйліня), він сказав: "welcome to guilin, welcome to yangshuo, thank you (栓 Q)". Це викликало великий інтерес в мережі, а кумедне вимовлення фрази в відео стало причиною її популярності. В кінці відео, де він дякує за перегляд, "栓 Q" стало популярним мемом в інтернеті. Фраза може мати також інше значення, яке зазвичай виникає у контексті: через те, що люди в особливо безсловесних ситуаціях використовують фразу "Та я дійсно вдячний" з іронічним відтінком, згодом цей вираз став поєднуватися з "дякую" і перетворився на "栓 Q", яке допомагає висловити своє безсилля та особливу ненависть до певної ситуації.
- 开心果 *kāixīn guǒ* є китайським перекладом фісташкового горіха. Китайську назву він отримав через горіхову шкаралупу, що нагадує усмішку. У китайській культурі, горіхи, як символ радості, часто використовуються на святах і в традиційній кухні, що підкреслює їхню

важливість у соціальних взаємодіях. Як виявилось, цей вираз вживається й в переносному значенні, позначаючи людей, які приносять радість або сміх. Вона також може використовуватися у розмовній для опису людей, які по життю є веселими і позитивними, це і відображає соціальні норми цінності щастя і дружби у китайському суспільстві.

- "炸裂" буквально означає "вибухнути", у переносному ж значенні вона використовується для передачі:
  - Надзвичайно сильних емоцій: захоплення, здивування, щастя, гніву, розчарування;
  - Якогось феноменального або вражаючого явища: надзвичайно успішного продукту, вистави, спортивного змагання тощо;
  - Несподіваного або шокуючого події: раптової зміни ситуації, несподіваного результату.

Загалом, ця сленгова фраза походить з ігрової індустрії, де вона використовувалася для опису особливо потужних атак або ефектів. Та згодом вона поширилася і на інші сфери інтернет-спілкування. Прямого аналога фрази "炸裂" в українській мові немає. Однак, за змістом, її можна порівняти з такими виразами як:

- "Зашкалює"
  - "Розриває"
  - "Вибухає"
  - "Вогонь"
  - "Бомба"
- YYDS (永遠的神), YYDS є фонетичним скороченням китайської фрази "永遠的神" (*yǒngyuǎn de shén*), що означає "вічний бог" або "вічна богиня".

Фраза виражає найвищий рівень захоплення, поваги та обожнювання до якоїсь особи, речі або явища, підкреслює недосяжність певного стандарту або досягнення, свідчить про те, що об'єкт захоплення завжди буде залишатися



актуальним і значимим. Прямого аналога фрази YYDS в українській мові немає. Однак, за змістом, її можна порівняти з такими виразами як:

- "Бог"
- "Легенда"
- "Ікона стилю"
- "Найкращий з найкращих"

Зазвичай фразу можна зустріти у коментарях на сторінках відомих людей, наприклад: "XXXYYDS! 他的新歌太好聽了! " XXXYYDS! 他的新歌太好聽了! ) - "XXX - вічний бог! Його нова пісня просто божественна!" або "這首歌 YYDS! 聽了百遍都不會膩! " *Zhè shǒu gē YYDS! Tīng le bǎi biàn dōu bú huì nì!* - "Ця пісня YYDS! Можу слухати її сто разів і не набридне!"

- NSDD - це фонетичне скорочення від китайської фрази "*Nǐ shuō de duì*" (你说得对). Ця фраза використовується в онлайн-спілкуванні як швидкий і зручний спосіб виразити згоду з чийось думкою, подібно до українського "Ти маєш рацію", "Згоден(на)", "Так, це правда". Фраза часто використовується у месенджері WeChat: "NSDD!" (NSDD!) - Ти маєш рацію!; та у коментарях, коли люди виражають думку стосовно чогось: "我覺得這部電影很感人。" *Wǒ juéde zhè bù diànyǐng hěn gǎnrén* - Я вважаю, що цей фільм дуже зворушливий.
- 呲牙 *cǐ yá* – це емодзі у вигляді усміхненого обличчя з зубами, яке широко використовується в китайській мові та дуже часто використовується на платформі WeChat. Воно виражає:
  - Амузмент: коли хочеться показати, що щось смішне або кумедне.
  - Сарказм: іноді використовується для підкреслення саркастичного тону повідомлення.
  - Злість: у деяких контекстах може виражати легку злість або роздратування.

- Виклик: іноді використовується для вираження виклику або провокації.

Отже, з огляду на швидкий розвиток технологій та зростаючу роль Інтернету в економіці, Китай має значний потенціал для подальшого зростання у цій сфері. Проте виклики, пов'язані з контролем інформації та конфіденційністю даних, залишаються актуальними. У майбутньому важливо знайти баланс між інноваціями, підвищенням рівня доступу до інформації та дотриманням нормативних вимог.

З огляду на швидкий розвиток технологій та зростаючу роль Інтернету в економіці, Китай має значний потенціал для подальшого зростання у цій сфері. Проте виклики, пов'язані з контролем інформації та конфіденційністю даних, залишаються актуальними. У майбутньому важливо знайти баланс між інноваціями, підвищенням рівня доступу до інформації та дотриманням нормативних вимог.

### Висновки до розділу 3

У третьому розділі нашої кваліфікаційної роботи було детально проаналізовано структурно-стилістичні особливості китайськомовного Інтернет-сленгу та його вплив на міжкультурну комунікацію.

Ми з'ясували, що Інтернет-сленг у китайській мові використовує різні способи творення слів, включаючи аббревіацію, англіцизми, метафоричні фрази, омонімію, ідіофони, фразеологізми, цифрові записи, фонетичні запозичення та словоскладання. Це свідчить про динамічність і гнучкість мови, яка адаптується до потреб сучасного спілкування.

Використання Інтернет-сленгу серед китайської молоді стало важливим соціокультурним феноменом. Соціальні мережі, такі як Douyin, Weibo та WeChat сприяють поширенню сленгових виразів, які стають частиною повсякденного життя молоді. Це також вказує на вплив технологій на мовний розвиток, оскільки доступ до Інтернету стимулює активне використання нових форм комунікації (林纲, 2012)

Наше дослідження показало, що основними причинами використання Інтернет-сленгу китайською молоддю є бажання бути в тренді, зручність у спілкуванні, а також специфіка цифрового середовища, яке сприяє швидкому обміну інформацією. Молодь відзначає, що сленг дозволяє їм швидше висловлювати свої думки та емоції, зберігаючи при цьому певну градацію неформальності у спілкуванні.

Вивчені особливості Інтернет-сленгу демонструють, як мовні нововведення можуть впливати на міжкультурну комунікацію, створюючи нові виклики і можливості для взаєморозуміння між представниками різних культур. Зокрема, вміння користуватися сленгом може слугувати маркером соціальної приналежності та молодіжної ідентичності.

Отже, сленгова інтернет-лексика в Китаї є динамічним явищем, яке не лише відображає сучасні соціальні тренди, але й формує нові комунікативні практики серед молоді. Вивчення цієї лексики дозволяє глибше зрозуміти культурні та соціальні процеси, які відбуваються в китайському суспільстві

сьогодні. З огляду на швидкий розвиток технологій і постійні зміни у мовному середовищі, подальші дослідження можуть зосередитися на еволюції Інтернет-сленгу, його впливі на формування мовних норм, а також на міжкультурних аспектах спілкування в глобалізованому світі.

Таким чином, даний розділ підкреслює важливість Інтернет-сленгу як невід'ємної частини сучасної китайської мови та культури, а також його роль у формуванні нових стилів комунікації в умовах цифрової епохи.

## ВИСНОВКИ

Отже, у нашій роботі ми з'ясували, що сленг – Сленг — це неформальна мова, що використовується певними групами людей для спілкування. Він виникає внаслідок соціальних, культурних або професійних особливостей спільноти, що його використовує. Сленг може містити нові слова, неологізми, або ж змінену форму вже існуючих слів. Часто він відображає специфічні інтереси, стиль життя або ідентичність групи. Сленг може мати різні функції:

- **Ідентифікація:** Використання сленгу допомагає людям відчувати приналежність до певної спільноти. Це може бути молодіжний сленг, професійний жаргон або сленг певних субкультур.
- **Експресивність:** Сленг дозволяє виразити емоції та думки більш яскраво і образно, ніж стандартна мова.
- **Економія часу:** Часто сленгові вирази є коротшими і простішими, що робить спілкування більш швидким.
- **Креативність:** Використання сленгу може свідчити про винахідливість і креативність мовців, адже вони часто грають зі словами, створюючи нові значення.

У процесі дослідження структурно-семантичних особливостей китайського інтернет-сленгу було виявлено, що цей мовний феномен є відображенням не лише сучасних комунікаційних практик, але й соціокультурних змін у китайському суспільстві. Інтернет-сленг виявляє унікальні структурні елементи, такі як використання аббревіатур, ідіом, метафор та нових словотворчих моделей, що свідчить про гнучкість та адаптивність сучасної китайської мови.

По-перше, сленгова лексика активно інтегрує елементи традиційної мови з новими концепціями, що виникають у контексті цифрової комунікації. Це призводить до появи нових термінів, які часто відображають специфіку молодіжної культури, інтереси та емоційні реакції їх носіїв. Наприклад, терміни на кшталт "吃瓜" (chī guā) та "666" (liù liù liù) стали популярними завдяки своїй

простоті та виразності, що дозволяє ефективно передавати емоційний зміст у коротких повідомленнях.

По-друге, дослідження показало, що китайський інтернет-сленг є динамічним і швидко змінюється, що зумовлено впливом соціальних мереж та медіа-технологій. Платформи, такі як WeChat і Weibo, Douyin сприяють швидкому поширенню нових термінів та виразів, інтегруючи їх у повсякденну мову та комунікацію. Таким чином, інтернет-сленг не лише збагачує мову, але й формує нові комунікативні норми та практики.

По-третє, структурно-семантичні особливості китайського інтернет-сленгу відображають соціальні зміни, що відбуваються в країні. В умовах глобалізації та економічних трансформацій молодь прагне знайти нові способи самовираження, що призводить до появи термінів з іронічним або жартівливим підтекстом. Це підкреслює важливість сленгу як інструменту ідентифікації та соціальної інтеграції в сучасному китайському суспільстві.

Також, проводячи наше дослідження ми з'ясували, що основними причинами використання Інтернет-сленгу китайською молоддю є бажання бути в тренді, зручність у спілкуванні, а також специфіка цифрового середовища, яке сприяє швидкому обміну інформацією. Молодь відзначає, що сленг дозволяє їм швидше висловлювати свої думки та емоції, зберігаючи при цьому певну градацію неформальності у спілкуванні.

У підсумку, китайський інтернет-сленг є багатограним та складним явищем, яке потребує подальшого дослідження. Його вивчення може дати цінні інсайти не лише в лінгвістичній, але й у соціокультурній площині, що дозволить глибше зрозуміти процеси, які формують сучасну китайську мову та культуру.

## 论文摘要

信息通信技术的快速发展，特别是全球互联网，对人类生活的各个领域产生了前所未有的影响，包括语言。作为一种强大的沟通工具，互联网促进了新语言形式和风格的出现，其中互联网俚语占据了特殊的位置——这一现象正在动态演变，并引起了全球语言学家的越来越多关注。

互联网俚语的产生和积极运作是由于虚拟环境的特性，该环境以高速度的沟通、对情感表达的渴望和简洁性为特征。这些因素促使了新词、新表达和与文学语言规范不同的语法结构的出现。

互联网俚语现象在那些展现出高度在线用户活跃度的国家的语言中尤为明显。其中一个这样的国家是中国，互联网用户数量超过十亿。问题的现实意义是由于互联网在中文环境中对交流的持续增长影响，这促进了新语言形式的出现。互联网俚语反映了文化变化、青年趋势和社会互动，并展示了中文的特定结构和风格特征。研究这一主题对语言学家、文化学家和跨文化交流领域的专家非常重要，因为它有助于理解技术如何影响语言表达并创造新的交流实践。

在对中国互联网俚语的结构语义特征进行研究的过程中发现，这一语言现象不仅反映了现代交流实践，还反映了中国社会的社会文化变迁。互联网俚语展现了独特的结构元素，如缩略语、习语、隐喻和新的词汇创造模式，这表明现代汉语的灵活性和适应性。

首先，网络俚语积极融合了传统语言元素与数字沟通中出现的新概念。这导致了新术语的出现，这些术语常常反映了青年文化的特征、兴趣和情感反应。例如，像“吃瓜”和“666”这样的术语因其简单和生动而受到欢迎，能够有效地在简短信息中传达情感内容。

其次，研究表明，中国的网络俚语是动态且快速变化的，这得益于社交网络和媒体技术的影响。微信、微博、抖音等平台促进了新术语和表达的迅速传播，将其融入日常语言和沟通中。因此，网络俚语不仅丰富了语言，还形成了新的沟通规范和实践。

第三，中文网络俚语的结构语义特征反映了国家正在发生的社会变化。在全球化和经济转型的背景下，年轻人渴望找到新的自我表达方式，这导致了带有讽刺或幽默内涵的术语的出现。这强调了俚语作为现代中国社会中身份认同和社会融入工具的重要性。

此外，在我们的研究中，我们发现中国年轻人使用网络俚语的主要原因是希望跟上潮流、沟通的便利性，以及数字环境的特性，这种环境促进了信息的快速交流。年轻人指出，俚语使他们能够更快地表达自己的想法和情感，同时在交流中保持一定程度的非正式性。

总之，中国的网络俚语是一个多面且复杂的现象，值得进一步研究。对其研究不仅可以提供语言学方面的宝贵见解，还可以在社会文化领域带来深刻理解，从而更好地理解形成现代中文语言和文化的过程。



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Американський молодіжний сленг як об'єкт вивчення соціолінгвістики. *Матеріали VI Міжвузівської конференції молодих учених*. Донецьк, 2008. С. 77–81.
2. В'ячеслав Бусел В. Український тлумачний словник. Київ ; Ірпінь, 2016. 1692 с.
3. Гальперін І. Р. Про термін "сленг", "Питання мовознавства". 1956.
4. Лі Шуцзюань Янь Ліган. Словник сучасного китайського сленгу. 2009.
5. Мартос С.а. Молодіжний сленг: міф чи реальність?. *Культура слова*. 2003. № 62. С. 39–44.
6. Понятинник У.о. Соціолінгвістичні та стилістичні аспекти функціонування американського сленгу. 111-те вид. Соціолінгвістичні та стилістичні аспекти функціонування американського сленгу, 1999. 333 с.
7. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава, 2006. 666 с.
8. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг. соціальна диференціація української мови. Київ, 2005. 333 с.
9. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг. соціальна диференціація української мови. Київ, 2005. 333 с.
10. Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови = A Short Dictionary of Ukrainian Slang. Київ, 2003. 334 с.
11. В. Dumas J. Lighter. Is slang a word for linguists?. *American Speech*. 1978. No. 53 (5). P. 14–15.
12. Cassidy Daniel S. Robertson Stuart. Development of modern english. Prentice Hall, 1954.
13. Ch Fries. Introduction to american college dictionary. New York, 1947.
14. Crystal D. Language and the internet. Cambridge, 2004. 272 p.
15. Crystal D. The scope of Internet linguistic. 2005. P. 1–4.
16. *Douyin*. URL: <https://www.douyin.com/?recommend=1>.
17. Head Richard. The canting academy. 1674.

18. Hotten John Camden. A dictionary of modern slang, cant, and vulgar words. London, 1859.
19. McArthur T. The Oxford companion to the English language. New York : Oxford University Press, 1992. 1184 p.
20. Partridge E. Partridge E. Slang To-Day and Yesterday. London : Macmillan, 1970. 476 p.
21. Partridge E. Slang today and yesterday. New York : The Macmillan, 2007. 455 p.
22. Paul C. Youth culture in china: from red guards to netizens. Cambridge : Cambridge University Press, 2012.
23. Pei M. The story of language. New York : New American Library of World Literature, 1964. 153 p.
24. Spears Richard A. Slang and euphemism. New York : New American Library, 1982. 350 p.
25. The canadian center of science and education (CCSE). <https://www.ccsenet.org/journal/index.php/0/index/index/3>.
26. *Urban dictionary*. URL: <https://www.urbandictionary.com/> (дата звернення: 05.04.2024).
27. *WeChat (Weixin)*. URL: <https://web.wechat.com/>.
28. *Weibo*. URL: <https://m.weibo.cn/>.
29. Wentworth H. Flexner S. B. Dictionary of american slang. new york. New York : Crowell, 1975. 766 p.
30. 中 国 互 联 网 络 信 息 中 心 . URL: [https://www.cnnic.com.cn/AU/Introduction/Introduction/201208/t20120815\\_33295.htm](https://www.cnnic.com.cn/AU/Introduction/Introduction/201208/t20120815_33295.htm) (дата звернення: 23.09.2024).
31. 常晋芳. 网络哲学引论: 网络时代人类存在方式的革命. 广州 : 广东人民出版社, 2005. 443 с.
32. 张云辉. 网络语言语法与语用研究. 上海 : 学林出版社, 2010.
33. 曹起. 新时期汉语语言变异研究. 北京 : 中国社会科学出版社, 2012. 240 с.

34. 曹进. 网络语言传播导论. 北京:清华大学出版社, 2012. 280 c.
35. 林纲. 网络新闻语言的语用分析. 南京:南京师范大学出版社, 2012. 258 c.
36. 蔡辉. 网络语言的类型特点探析. *河北大学成人教育学院学报*. 2003. № 3. C. 59–62.