

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ  
Кафедра східних мов та міжкультурної комунікації

Рекомендовано до захисту  
Протокол засідання кафедри № \_\_\_\_\_  
від «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ  
ОДИНИЦЬ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ**

**Виконавець:**

студент: II курсу магістратури,  
групи КМП-61

Бондар Євгеній Костянтинович  
(прізвище, ім'я, по батькові)

**Керівник роботи:**

Науменко Станіслав Сергійович,

Доктор філософії (PhD), старший викладач  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

**Підсумкова оцінка:**

за національною шкалою:

кількість балів: \_\_\_\_\_

Підпис керівника

Кваліфікаційну магістерську роботу захищено на засіданні Екзаменаційної комісії

Протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

Голова Екзаменаційної комісії

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

Харків – 2025

## ЗМІСТ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ВСТУП .....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ<br/>ОДИНИЦЬ .....</b>                                   | <b>6</b>  |
| 1.1. Поняття та класифікація фразеологізмів у китайській мові .....   | 6         |
| 1.2. Види китайських фразеологізмів: чен'юй, гуаньюн'юй, яньюй, сехоуюй .....                                     | 9         |
| 1.3. Граматичні функції фразеологізмів в реченні .....  | 17        |
| 1.4. Стилiстичні функції фразеологізмів .....   | 22        |
| Висновки до розділу 1 .....   | 26        |
| <br>  |           |
| <b>РОЗДІЛ 2. СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ<br/>ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ<br/>МОВІ .....</b> | <b>29</b> |
| 2.1. Фразеологізми у повсякденному мовленні .....   | 29        |
| 2.2. Фразеологізми в рекламі .....  | 34        |
| 2.3. Фразеологізми в китайському інтернет просторі .....  | 39        |
| 2.4. Тенденції та перспективи розвитку китайської фразеології .....   | 45        |
| Висновки до розділу 2 .....   | 48        |
| <br>  |           |
| <b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....</b>  | <b>51</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>   | <b>55</b> |
| <b>ДОДАТКИ .....</b>  | <b>59</b> |
| <b>АНОТАЦІЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ .....</b>   | <b>65</b> |

## ВСТУП

Мова завжди була не просто засобом спілкування, а й відображенням історії, культури та світогляду народу. Вивчаючи мову та її особливості, можна багато дізнатися про її носіїв. Особливо виразно цей культурний код простежується у фразеологічних одиницях. У своїй стислій формі вони дуже влучно зображують досвід, традиції та мислення народу. Саме тому фразеологізми є невід'ємною частиною будь-якої мови. Їхній культурний внесок важко переоцінити.

Китайська мова є однією з найдавніших мов у світі. Вона має багату історію та давню літературну традицію. За цей час у китайській мові накопичилася справжня скарбниця фразеологізмів, які охоплюють будь-яку сферу життя та діяльності. Сьогодні ці сталі вирази активно використовуються у сучасній китайській мові — від художньої літератури до повсякденного спілкування, ділових перемовин, медіа та інтернету. Вони відіграють дуже важливу роль у виразності та жвавості мови.

Завдяки компактній формі та образності фразеологізми надають висловам особливу експресивність. Водночас вони відображають історичні події, давні легенди, моральні настанови та народну мудрість. Їхнє вивчення дозволяє не лише глибше зрозуміти структуру китайської мови, а й пізнати національно-культурний контекст, що стоїть за цією мовою.

Незважаючи на чималу кількість наукових праць та публікацій на тему китайської фразеології, це питання все ще залишається актуальним та потребує подальших досліджень, адже китайська мова не стоїть на місці. Вона стрімко розвивається, а разом із нею розвиваються й фразеологізми. Змінюються особливості їх використання та стилістичні функції. З розвитком сучасних комунікацій та соціальних мереж багато класичних форм трансформуються. Постійно з'являються нові вирази, а деякі старі фразеологізми отримують нове значення. Це підкреслює необхідність аналізу стилістичних характеристик фразеологізмів у сучасній китайській мові.

**Актуальність дослідження** полягає в тому, що під впливом глобалізації та нових комунікаційних практик сучасна китайська мова швидко змінюється. Значення та особливості використання фразеологізмів постійно змінюються під впливом сучасних трендів розвитку суспільства та технологій. Тому питання стилістичних особливостей фразеологічних одиниць потребує нових досліджень, які будуть відповідати сучасним реаліям.

**Об'єкт дослідження:** фразеологічні одиниці сучасної китайської мови.

**Предмет дослідження:** стилістичні особливості вживання фразеологічних одиниць у різних сферах сучасного мовлення.

**Мета дослідження:** виявити та проаналізувати стилістичні характеристики китайських фразеологізмів, а також визначити закономірності їх використання в сучасному мовленні та медіапросторі.

Завдання дослідження:

1. Розглянути основні поняття та класифікацію китайських фразеологізмів.
2. Проаналізувати види китайських фразеологічних одиниць: чен'юй, гуаньюн'юй, суюй та сехоуюй.
3. Проаналізувати стилістичні та граматичні особливості фразеологізмів у сучасній китайській мові.
4. Дослідити використання фразеологізмів у різних сферах мовлення.
5. Проаналізувати напрямок розвитку та трансформації китайських фразеологізмів у XXI столітті.

**Матеріал дослідження:** класичні та сучасні тексти китайської мови, публікації у ЗМІ, приклади з інтернет-комунікацій, а також словники та лінгвістичні праці, присвячені фразеології.

**Методи дослідження:** аналіз і узагальнення, порівняльний аналіз, стилістичний аналіз, прикладний метод із використанням конкретних текстових зразків.

**Наукова новизна дослідження** полягає у систематизації стилістичних ознак китайських фразеологізмів з урахуванням сучасних мовних тенденцій та практик вживання у різних сферах спілкування, включно з цифровим середовищем.

**Практичне значення** отриманих результатів полягає у можливості використання висновків дослідження при навчанні китайської мови, під час перекладу текстів, створенні методичних посібників та при роботі з сучасними китайськими медіа.

**Апробація результатів дослідження.** По результатах дослідження було підготовлено статтю (у співавторстві з науковим керівником), яку подано до друку у науковому фаховому виданні категорії Б – «Наукові перспективи».

**Структура кваліфікаційної магістерської роботи.** Робота складається з двох розділів та 47 джерел, серед яких 32 іноземними мовами. Повний обсяг роботи складає 62 сторінки.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

#### 1.1. Поняття та класифікація фразеологізмів у китайській мові

Одним із перших кроків у дослідженні фразеологічних одиниць є визначення самого поняття «фразеологізм» у вітчизняному мовознавстві. У різних науковців спостерігаються певні відмінності в підходах до цього терміна, що свідчить про його складність і багатогранність [2].

Так, О. В. Кунін визначає фразеологізми як «стійкі поєднання слів з ускладненою семантикою, які не утворюються за структурно-семантичним моделями змінних словосполучень» [8].

Інші дослідники звертають увагу на метафоричність та образність таких одиниць. Так, Б. О. Ларін під фразеологічними одиницями розуміє стійкі словосполучення, які характеризуються втратою первісних реалій і появою нового метафоричного значення [9]. У свою чергу,

Дещо інший аспект відзначає Я. А. Баран, який звертає увагу на функціональну роль фразеологізмів: вони, як правило, не позначають нові предмети навколишнього світу, а виражають ставлення до вже відомих явищ і дають їх оцінку [1].

Отже, навіть у межах українського мовознавства спостерігається певна різноманітність у підходах до визначення фразеологічної одиниці — від акценту на семантичну цілісність і стійкість конструкції до уваги на її образність та функцію в мові.

Аналогічна ситуація спостерігається і в китайському мовознавстві. Визначення поняття «фразеологізм» у китайській мові також не є однозначним: різні дослідники пропонують власні трактування, виходячи з особливостей структури, семантики та культурної природи китайських сталих виразів.

Проаналізувавши низку джерел, нам вдалося виділити наступні визначення терміна «фразеологізм» у китайській мові.

### **1. Визначення фразеологізмів у підручниках сучасної китайської мови**

Лінгвістичні підручники та підручники сучасної китайської мови, що використовуються в провідних університетах Китаю, розглядають фразеологізми як важливу частину лексики і дають чіткі визначення фразеологізму.

У підручнику «Сучасна китайська мова» під редакцією Хуан Борона і Ляо Сюйдуна фразеологізми визначаються так: «Фразеологізми – це фіксовані фрази з багатим значенням у стилі книжної мови, які широко і давно використовуються в суспільстві. Такі, як 破釜沉舟 (pòfǔ chénzhōu) «відрізати собі шлях до відступу», 四面楚歌 (sìmiànchǔgē) «опинитися в безвихідному становищі», 大刀闊斧 (dàdāo kuòfǔ) «сміливо, рішуче» та інші [35]. У книзі також зазначається: «Фразеологізми мають характеристики цілісності значення, стійкості структури та елегантного стилю».

У «Сучасній китайській мові» під редакцією Сін Фуйї і Ван Гошен говориться: «Фразеологізми – це фіксовані фрази, що передаються з покоління в покоління і широко вживаються з влучними значеннями і лаконічною формою. Наприклад, 高山流水 (gāoshānliúshuǐ) «висока гора, текуча вода», що є стійкою формою сучасної китайської мови» [38]. Сін Фуйї і Ван Гошен також підкреслюють, що у фразеологічній одиниці є три основні характеристики: стійкість структури, цілісність значення і звичність використання.

Ге Пенї в «Лексикології сучасної китайської мови» пише: «Фразеологізми – це стійкі словосполучення з фіксованою структурною формою і повним значенням» [26].

### **2. Визначення фразеологізму у монографіях**

Ма Гофань у своїй праці «Фразеологізми» зазначає, що «фразеологізми – це стійкі словосполучення з історичними та національними характеристиками.

Китайські фразеологізми в основному складаються з окремих складів, основна форма – чотирислівна» [25].

У роботі «Вивчення китайської фразеологічної одиниці» вчений Ши Ши зазначає: «Кожне стійке словосполучення або фраза, які використовувалися протягом тривалого часу і мають закріплене конструктивне оформлення і компонентний склад зі специфічним значенням, в використовуються в реченні як слова і називаються фразеологізмами» [33].

Лінгвісти Яо Пенцзи і Ні Баоюань пишуть: «Фразеологізм – це широко і довго вживані стійкі словосполучення, які мають повне і цілісне значення, стабільну структуру і лаконічну форму».

### 3. Визначення фразеологізму в китайських словниках

«Словник сучасної китайської мови» визначає фразеологізми наступним чином: «Широко і довго вживані стійкі словосполучення або фрази, які мають глибокий зміст» [34].

«Словник китайської лінгвістики» дає таке визначення: «Фразеологічна одиниця – значуще, лаконічне, широко вживане стійке словосполучення, яке належить до готового виразу. Такі як 狐假虎威 (hújiǎ hǔwēi) “користуватися чужим авторитетом”, 一叶知秋 (yīyè zhī qiū) “прозорливість, далекоглядність”» [37].

Форма і значення деяких фразеологізмів змінилися при тривалому використанні. Наприклад, 揠苗助长 (yà miáo zhù zhǎng) «тягнути паростки, щоб швидше росли» пізніше стало писатися як 拔苗助长 (bá miáo zhù zhǎng), де був змінений перший ієрогліф. Фразеологізм 沆瀣一气 (沆瀣一气) спочатку означав «мати однакові інтереси», а сьогодні має значення «погані люди об'єдналися заради вигоди».

Таким чином ми бачимо, що в китайській лінгвістиці немає єдиного визначення терміна «фразеологізм». Основні підходи до трактування подаються

в підручниках, наукових монографіях та словниках, які дещо відрізняються один від одного. Основні характеристики фразеологічних одиниць, які можна виділити з наведених вище джерел:

- здебільшого складаються з чотирьох ієрогліфів;
- відзначаються сталістю, цілісністю значення, національним колоритом і тривалим використанням;
- мають історичний та національний контекст;
- функціонують у реченні як окреме слово;
- їхня форма і значення можуть змінюватися з часом.

## 1.2. Види китайських фразеологізмів: чен'юй, яньюй, сехоуюй, гуаньюн'юй

У другій половині ХХ ст. китайські лінгвісти провели низку досліджень, спрямованих на пошук принципів класифікації різних видів фразеологічних одиниць у китайській мові. Автори пропонували різні структурно-семантичні підходи до класифікації фразеологізмів у китайській мові. У нашій роботі ми звернулися до класифікації, яку запропонував один із найавторитетніших китайських лінгвістів Сін Фуї [38]. Він виокремлював чотири типи китайських фразеологізмів:

- 成语 (chéngyǔ, чен'юй);
- 惯用语 (guànyòngyǔ, гуаньюн'юй);
- 谚语 (yànyǔ, яньюй);
- 歇后语 (xiēhòuyǔ, сехоуюй).

**Чен'юй** – це стійкий вираз, який вживається протягом тривалого часу й має просту та лаконічну форму. Зазвичай чен'юй складаються з чотирьох ієрогліфів [7]. Хоча є чен'юй, які складаються з більшої кількості символів. Наприклад, 风马牛不相及 (fēng mǎ niú bù xiāng jí) “не мати нічого спільного; одне з іншим не пов'язано”.

Чен'юй складають абсолютну більшість китайських фразеологізмів. «Великий словник китайських чен'юй» нараховує 18000 фразеологізмів “чен'юй”, серед яких приблизно 3000 можна віднести до часто вживаних [30].

Китайські дослідники зазвичай виділяють такі структурні та семантичні особливості фразеологізмів чен'юй:

1. Цілісність складової структури - структура чен'юй є фіксованою та незмінною, вона не підлягає довільним змінам.
2. Цілісність значення – значення чен'юй не складається з суми його морфем, як це працює в звичайних словосполученнях. Лише у своїй цілісності чен'юй передає певний зміст, що робить його подібним до окремого слова. Наприклад, чен'юй 画蛇添足 (huàshé tiānzú) буквально перекладається “намалювати змію та домалювати їй ноги”, але справжній зміст цього чен'юй “перестаратися; зробити зайву роботу”.
3. Часте вживання слів та граматичних форм давньокитайської мови - значна частина чен'юй містить слова й значення, що походять із давньокитайської мови, тому їх значення не можна пояснювати, базуючись на сучасному значенні цих слів.

Джерела походження чен'юй надзвичайно різноманітні. В основному виокремлюють наступні:

1. Стародавні байки, міфи та легенди, історичні оповіді. Китайська культура багата на історії та легенди, що передаються з покоління в покоління. Більшість з них мають глибокий повчальний та моральний зміст. З часом зміст таких історій узагальнювали у короткі чотирислівні вирази, які через тривале вживання закріпилися в мові у вигляді фразеологізмів [13].

Наприклад, давня притча розповідає про чоловіка, який сидів під деревом та несподівано побачив, як кролик на великій швидкості вривався у дерево та загинув. Чоловік підібрав мертвого кролика та таким чином випадково і без зусиль здобув собі вечерю. Тоді він

подумав, що йому знову пощастить та знову повернувся до цього дерева і почав чекати на наступного кролика. Він полишив свою роботу та усі свої справи й день у день даремно чекав на нових кроликів, які так і не з'явилися. З цієї історії з'явився чен'юй 守株待兔 (shǒuzhū dàitù, буквально “чекати біля пня на кролика”), яким позначають людей, що сподіваються на випадкову удачу, не докладаючи власних зусиль.

2. Класичні літературні твори. Китай має дуже багату літературну традицію. Класична китайська література зберегла безліч цінних і значущих оповідань та виразів. Деякі з них люди також перетворили на чен'юй [14]. Наприклад, стародавній письменник Тао Юаньмін в своїй збірці «Персикове джерело» розповідав про те, як він випадково потрапив до села. Це село було відірване від зовнішнього світу, а селяни там жили безтурботно та щасливо у гармонії з природою. З цієї історії походить чен'юй 世外桃源 (shìwài táoyuán, буквально “персикове джерело поза межами людського світу”), який описує утопічний ідеальний світ, де люди живуть в гармонії [15].
3. Народні вирази. Частина чен'юїв бере свій початок у висловах, що побутували серед простого народу. Такі вирази, як правило, відзначаються простотою і зрозумілістю [13]. Іноді вони складаються більш ніж із чотирьох ієрогліфів. Наприклад, вираз 张冠李戴 (zhāng guān lǐ dài, буквально “надягнути шапку Чжана на голову Лі”) у переносному значенні він вказує на помилку або плутанину. Інший приклад - 前怕狼, 后怕虎 (qián pà láng, hòu pà hǔ, буквально “боятися вовків попереду, а позаду - тигрів”), який використовують для опису надмірно обережної людини, яка завжди чогось побоюється.
4. Чен'юй, які з'явилися в сучасну епоху. Такі вирази відображають події сучасної історії, суспільні явища та нові реалії життя. Наприклад, 争分夺秒 (zhēng fēn duó miǎo, буквально “хопатися за кожен хвилину та секунду”) описує людину, яка цінує свій час та не марнує його. Цей

чен'юй гарно зображує сучасний культ продуктивності та тайм-менеджменту.

**Яньюй** - це лаконічні та стислі вислови, широко поширені серед народу, в яких узагальнено життєвий досвід і народну мудрість. Вони передаються усно та уособлюють колективну мудрість, яка формувалася протягом тривалого практичного досвіду різних поколінь. На відміну від чен'юй, яньюй мають більш розмовний характер і гнучку структуру. Вони не мають такої фіксованої структури та зазвичай оформлені у вигляді простих або складних речень [12].

Виділяють такі основні характеристики яньюй:

1. Лаконічність і глибина змісту - передача глибокого змісту за допомогою стислої мови.
2. Розмовний характер - переважно яньюй складаються з легко зрозумілих коротких речень, що передаються усно з покоління в покоління.
3. Відображення життєвого досвіду - втілюють життєву мудрість та уроки, отримані звичайними людьми.
4. Відносна стабільність - завдяки багаторазовій усній передачі поступово кристалізується у стабільні, усталені вирази [24].

Яньюй розподіляють на тематичні категорії за змістом того, що вони описують:

1. **Погодні явища** – цей вид яньюй передає узагальнену мудрість спостереження за метеорологічними явищами, накопиченою завдяки багаторічному практичному досвіду. Наприклад, «燕子低飞蛇过道，大雨不久就来到» (yànzi dīfēi fēishé guòdào, dà yǔ bùjiǔ jiù lái dào), що означає “якщо ластівки низько літають – буде дощ”. Або «朝霞不出门，晚霞行千里» (zháoxiá bù chūmén, wǎnxiá xíng qiānlǐ), у перекладі “ранкова заграва віщує погану погоду, а вечірня — гарну”.
2. **Сільське господарство** – цей вид описує знання, накопичені селянами завдяки їхньому практичному досвіду в сільськогосподарському

виробництві. Наприклад, «今冬麦盖三层被, 来年枕着馒头睡» (jīndōng mài gài sāncéng bèi, láinián zhěn zhe mántou shuì), що означає “якщо взимку захистити пшеницю товстим покривом, наступного року житимеш у достатку”. Окрім буквального сільськогосподарського змісту, цей яньюй символізує передбачливість і ретельну турботу, наголошує на тому, що правильні дії сьогодні приносять результати завтра. Іншим прикладом є яньюй «清明前后, 种瓜点豆» (qīngmíng qiánhòu, zhòng guā diǎn dòu), що означає "навколо свята Цінмін садять дині та сіють боби". Метафоричне значення цього виразу схоже на попередній яньюй: старання приносять результат.

3. **Гігієна** – цей вид яньюй впливає із знань людей про гігієну та турбоа про здоров’я. Наприклад, «饭后百步走, 活到九十九» (fàn hòu bǎi bù zǒu, huó dào jiǔ shí jiǔ), що означає “якщо кожного разу після їжі проходити 100 кроків, то проживеш до 99 років”. Цей яньюй підкреслює зв’язок між здоровим способом життя та довголіттям. «冬吃萝卜夏吃姜, 不劳医生开药方» (dōng chī luóbo xià chī jiāng, bù láo yīshēng kāi yàofāng), що означає "їж редьку взимку та імбир влітку, і лікарю не доведеться виписувати тобі ліки". Цей вираз наголошує на важливості правильної дієти для міцного здоров’я.
4. **Суспільство** – ці яньюй у широкому сенсі стосуються поведінки людей, міжособистісних відносин та державних і політичних питань. Наприклад, «狭路相逢勇者胜» (xiá lù xiāng féng yǒng zhě shèng), що перекладається “у зіткненні на вузькій стежці перемагає сміливий”. Цей яньюй підкреслює, що у складних, обмежених обставинах успіху досягають відважні та рішучі. Або «一个篱笆三个桩, 一个好汉三个帮» (yīgè líbā sān gè zhuāng, yīgè hǎohàn sān gè bāng), що означає "одному паркану потрібно три стовпи, одному герою – три помічники". Він використовується, щоб зазначити необхідність спільних зусиль для досягнення мети.

5. **Навчання** – цей вид яньюй узагальнює досвід людей у навчанні. Наприклад, «蜂采百花酿甜蜜，人读群书明真理» (fēng cǎi bǎi huā niàng tiánmì, rén dú qún shū míng zhēnlǐ), у перекладі “бджола збирає нектар із сотні квітів, щоб зробити мед; людина читає багато книжок, щоб пізнати істину”. Цей яньюй акцентує увагу на необхідності навчання та накопиченні знань. Схожим є вираз «活到老，学到老» (huó dào lǎo, xué dào lǎo), що означає "живи до старості – вчися до старості" (вік живи – вік учись). Він підкреслює необхідність безперервного навчання протягом всього життя.

**Сехоуюй** - це алюзійний вираз із недомовленим змістом, що складається з двох частин. Перша частина сехоуюй - це метафора або алегорія, яка відіграє роль загадки, а друга частина — пояснення значення першої частини або відповідь [17]. Як і яньюй, сехоуюй походять з народної мудрості та передаються усно, але на відміну від яньюй вони мають більш чітку структуру. Більшість сехоуюй походять з повсякденного мовлення, соціальної та побутової культури, китайської культури омофонів, історичних оповідей тощо. «Повний збірник сехоуюй» нараховує понад 12000 виразів [39].

Особливі характеристики сехоуюй:

1. **Структура** – сехоуюй складається з загадки (метафори або алегорії) та відповіді (пояснювального твердження).
2. **Коротка та лаконічна форма** - сехоуюй зазвичай не надто довгі, легко запам'ятовуються та добре підходять для усного мовлення.
3. **Підкреслення морального або практичного висновку** - як і яньюй, сехоуюй часто містять урок або життєву істину, але роблять це через образ і недомовленість першої частини.
4. **Сехоуюй мають гнучкі граматичні функції**: вони можуть виконувати функцію як окремих членів речення, так і повноцінних висловів [20].

Сехоуюй розділяють на чотири основні категорії на основі характеру їх

метафоричних елементів:

1. **Омофонічні сєхоуоуї** – цей вид сєхоуоуї використовує омофони або близькі за звучанням слова для створення каламбуру, надаючи оригінальному вислову нового значення. Деякі тексти класифікують їх як «двозначні вирази». Наприклад, 孔夫子搬家—尽是书（输）(kǒng fūzǐ bānjiā—jìn shì shū, буквально “Конфуцій переселяється - всюду одні книги”): в цьому сєхоуоуї використовуються омофони 书 shū «книги» і 输 shū «програвати». Використовується як жартівливий або іронічний вираз, коли хтось зазнає багаторазових невдач або поразок.
2. **Сєхоуоуї порівняння з подіями** - до цього типу належать сєхоуоуї, у яких як метафора використовується реальна або уявна ситуація. Наприклад, 冷水发面—没多大长进 (lěng shuǐ fā miàn — méi duō dà zhǎngjìn, буквально “замішувати тісто на холодній воді — великого підйому не буде”) описує відсутність прогресу.
3. **Сєхоуоуї порівняння з предметами** - до цього типу належать вирази, у яких за основу береться певний предмет чи тварина. Наприклад, 老鼠过街—人人喊打 (lǎo shǔ guò jiē — rén rén hǎn dǎ, буквально “миша вибігла на вулицю — всі кричать: бий!”) має значення «об'єкт загальної ненависті».
4. **Сюжетні сєхоуоуї** – до цього типу належать вирази, що ґрунтуються на відомих історичних подіях, притчах чи міфах. Наприклад, 刘备借荆州—只借不还 (Liú Bèi jiè Jīngzhōu — zhǐ jiè bù huán, буквально “Лю Бей позичив Цзінчжоу — позичив, але не повернув”) описує людину, яка бере в борг без наміру повертати.

**Гуаньюн'юї** – це короткі сталі вирази, які зазвичай мають трьохієрогліфну форму. Як і усі інші фразеологічні одиниці, вони несуть глибокий переносний зміст. Цей вид фразеологізмів сформувався в усному народному мовленні,

увібравши мудрість і досвід багатьох поколінь. Приклади гуаньюн'юй: 碰钉子 (pèng dīngzi, буквально “напоротися на цвях”) – отримати відмову; 开绿灯 (kāi lǜdēng, буквально “увімкнути зелене світло”) – надати дозвіл.

Особливості гуаньюн'юй:

1. Використовуються здебільшого в усному мовленні.
2. Мають лаконічну форму, зазвичай три ієрогліфи.
3. Хоча вони мають відносно фіксовану структуру, але вони все ще мають гнучке використання:

- можна змінювати слова: 耳边风 (ěrbiānfēng, буквально “вітер біля вуха”) – 耳旁风 (ěrpángfēng) пропускати повз вуха;
- можна змінювати порядок слів: 耳朵软 (ěrduo ruǎn) – 软耳朵 (ruǎn ěr duo) довірливий;
- або навіть можна скорочувати вираз: 耳软 (ěr ruǎn).

4. Мають просте значення і багатий розмовний колорит.

Гуаньюн'юй іноді порівнюють з чен'юй, але ці два види фразеологічних одиниць мають низку відмінностей [27]. Їх зазначено у Таблиці 1.2.

Отже, китайська фразеологія охоплює кілька основних типів сталих виразів – чен'юй, яньюй, сехоуей та гуаньюн'юй. Кожен із них має свої особливості походження, структури та вживання, але всі вони слугують носіями культурних цінностей, історичної пам'яті та народної мудрості. У сукупності ці види фразеологізмів формують важливий пласт китайської мови, зберігаючи зв'язок між минулим і сучасністю та відображаючи багатство духовного досвіду китайського народу.

|              | Чен'юй  | Гуаньюн'юй   |
|--------------|---|--|
| Розмір       | Зазвичай 4 ієрогліфи                                | Зазвичай 3 ієрогліфи                                 |
| Зміст        | Вишуканий та глибокий                               | Простий розмовний                                    |
| Використання | В усіх видах мовлення, часто в літературному        | Здебільшого в розмовному мовленні                    |
| Структура    | Чітка та незмінна                                   | Більш гнучка: можна змінювати слова та їхній порядок |
| Походження   | Міфи, легенди, класична література, історичні події | Усне народне мовлення                                |

Таблиця 1.2. Відмінності чен'юй та гуаньюн'юй

### 1.3. Граматичні функції фразеологізмів в реченні

Значимість фразеологізмів полягає не тільки в їх глибокому змісті та культурній цінності, але й у їхніх граматичних функціях у реченні. Яньюй та сехоюй здебільшого виступають як самостійні вислови або речення, а ось чен'юй та гуаньюн'юй безпосередньо є частиною речення та відіграють певні граматичні функції в ньому [25]. Вони можуть виступати як різні члени речення — підмет (主语, zhǔyǔ), присудок (谓语, wèiyǔ), додаток (宾语, bīnyǔ), означення (定语, dìngyǔ), обставина (状语, zhuàngyǔ) та комплемент (补语, bǔyǔ) [40].

#### Фразеологізми у функції підмета (主语)

Іноді фразеологізми можуть виступати безпосередньо в якості підмета, хоча це трапляється не дуже часто. Підмет-фразеологізм часто має алегоричний або оціночний характер.

Наприклад:

亡羊补牢是明智的表现。 - Вчитися на помилках – це ознака мудрості.

В цьому реченні підметом виступає фразеологізм 亡羊补牢 (wángyáng bǔláo, буквально “лагодити хлів після втрати вівці”).

纸上谈兵最终会导致失败。 - Пусті балачки призведуть до поразки.

Тут підметом є фразеологізм 纸上谈兵 (zhǐ shàng tán bīng, буквально “обговорювати війну на папері”).

### **Фразеологізми у функції присудка (谓语)**

Фразеологізми також можуть бути в реченні присудками, зазвичай це чен'юй з чотирьох ієрогліфів, які описують дію або стан. У таких реченнях фразеологізм стисло передає думку, яка інакше потребувала б цілого речення для пояснення.

Наприклад:

他们一见如故。 - Вони відразу ж порозумілися.

Чен'юй 一见如故 (yī jiàn rú gù, буквально “зустрітися вперше, але наче зі старим другом”) виступає присудком в цьому реченні.

他说的话自相矛盾。 - Він суперечить сам собі.

В цьому реченні присудок 自相矛盾 (zìxiāng máodùn, буквально “пробити свій щит своїм же списом”).

В цих двох реченнях фразеологізми виступають повноцінними присудками. Тим самим вони роблять речення компактними та лаконічними, адже вони замінюють цілі описові дієслівні фрази

### **Фразеологізми у функції додатка (宾语)**

Фразеологізми дуже часто виступають додатками в реченні. Таке використання фразеологічних одиниць часто підкреслює моральний або оціночний тон дії.

Наприклад:

和他争论只是对牛弹琴。 - Немає жодного сенсу сперечатися з ним.

В цьому реченні фразеологізм 对牛弹琴 (duì niú tánqín, буквально “грати на цитрі для бика”) є додатком.

她的行为简直就是掩耳盗铃。 - Вона просто не визнає очевидне.

Тут додатком виступає фразеологізм 掩耳盗铃 (yǎn'ěr dào líng, буквально “красти дзвіночок, затуляючи собі вуха”).

Фразеологізми-додатки є дуже ефективними, оскільки вони надають оцінку певній дії за допомогою метафори.

### **Фразеологізми у функції означення (定语)**

Фразеологізми можуть також виступати в реченні означенням та модифікувати іменники. Фразеологізми-означення описують предмети та явища за допомогою лаконічних образів.

Наприклад:

他是个一心一意的人。 - Він дуже віддана людина.

В цьому реченні означенням є чен'юй 一心一意 (yīxīn yīyì, буквально “одне серце – одна ідея”).

她有一个半途而废的习惯。 - Вона звикла здаватися на півдорозі.

Фразеологізм 半途而废 (bàntú ér fèi, буквально “спинитися на півдорозі”) є означенням в цьому реченні.

У ролі означення фразеологізми можуть доповнити предмет або явище певною моральною оцінкою.

### **Фразеологізми у функції обставини (状语)**

Мабуть, найбільш гнучкою граматичною функцією фразеологічних одиниць є їх використання в якості обставини. В цій ролі вони модифікують дієслова та описують спосіб, ступінь або умови дії.

Наприклад:

他全力以赴完成了任务。 - Він доклав максимум зусиль, щоб виконати це завдання.

Тут обставиною виступає фразеологізм 全力以赴 (quánlì yǐ fù, буквально “прикласти усі зусилля”).

她迫不及待地打开信封。 - Вона з нетерпінням відкрила конверт.

В цьому реченні обставиною є фразеологізм 迫不及待 (pò bù jí dài, буквально “підганяє так, що неможливо чекати”).

### Фразеологізми у функції комплемента (补语)

Фразеологічні одиниці можуть виступати в ролі комплементів, зазвичай пояснюючи результат, ступінь або напрямок дії. Варто зазначити, що 补语 відрізняється від 宾语 тим, що уточнює результат, ступінь, напрямок або стан дії, а не є безпосереднім об’єктом дії. Є п’ять видів комплементу в китайській мові:

- 状态补语 (zhuàngtài bǔyǔ) – комплемент стану:

他说得一清二楚。 - Він висловився абсолютно чітко.

В цьому реченні комплементом стану (状态补语) є фразеологізм 一清二楚 (yīqīng èrchǔ, буквально “чітко та ясно”).

- 结果补语 (jiéguǒ bǔyǔ) – комплемент результату:

这场持续三年的官司，终于把双方都弄得筋疲力尽。 - Цей судовий процес, що тривав три роки, в решті решт повністю виснажив обидві сторони.

В цьому реченні комплементом результату (结果补语) є фразеологізм 筋疲力尽 (jīnpí lìjìn, буквально “м’язи втомилися, сили вичерпалися”).

- 程度补语 (chéngdù bǔyǔ) – комплемент ступеня:

听到这个好消息，他高兴得手舞足蹈。 - Почувши цю гарну новину, він так зрадів, що аж затанцював.

В цьому реченні комплементом ступеня (程度补语) є фразеологізм 手舞足蹈 (shǒuwǔ zúǎo, буквально “махати руками і пританцювувати ногами”).

- Нажаль, чен’юй не можуть виступати в реченні безпосередньо комплементами кількості (数量补语) та напрямку (趋向补语).

У ролі комплементів, фразеологічні одиниці не тільки підсилюють присудок, але й надають реченню яскравої, часто ритмічної завершеності.

### Фразеологізми як окремі речення

Як вже було зазначено, фразеологічні одиниці можуть виступати не тільки членами речення, а можуть утворювати самостійні речення. Це в першу чергу стосується 谚语 (yànǔ, яньюй) та 歇后语 (xiēhòuyǔ, сехоуей) [31].

Наприклад:

他想要在一年内掌握这门语言，但冰冻三尺，非一日之寒，需要持续的努力才行。 - Він хотів вивчити цю мову за один рік, але така важка справа потребує часу, це вимагає постійних зусиль.

В цьому реченні яньюй 冰冻三尺，非一日之寒 (bīng dòng sān chǐ, fēi yī rì zhī hán; буквально “крига товщиною у 3 чі (1 метр) не утвориться за один день”) є окремим простим реченням у складі протиставного складносурядного речення зі сполучником «але» (但).

Такі випадки підкреслюють, що деякі фразеологічні одиниці функціонують скоріше як афоризми або самостійні вислови мудрості, ніж як складові частини речень.

Важливо зазначити, що граматичні функції фразеологічних одиниць не є фіксованими. Один і той же фразеологізм в одному реченні може виступати підметом, а в іншому додатком.

Наприклад:

他只会纸上谈兵。 - Пусті балачки – це все, на що він здатен.

В цьому реченні чен'юй 纸上谈兵 є додатком, хоча раніше ми використовували його як підмет: 纸上谈兵最终会导致失败。

Такі трансформації, звісно, можливі не тільки з підметами та додатками, але і з іншими членами речення:

- Присудок (谓语) – означення (定语)  
他们一见如故。 – 他们是一见如故的朋友。
- Додаток (宾语) – присудок (谓语)  
她的行为简直就是掩耳盗铃。 – 你这不是在掩耳盗铃吗?
- Означення (定语) – підмет (主语)  
他是个一心一意的人。 – 一心一意是成功的关键之一。
- Означення (定语) – комплемент (补语)  
她有一个半途而废的习惯。 – 这个项目由于资金的问题搞得半途而废。
- Присудок (谓语) – обставина (状语)  
他说的话自相矛盾。 – 他自相矛盾地为自己辩护。

Таким чином ми бачимо, що фразеологічні одиниці мають дуже широкий спектр граматичних функцій. Вони можуть виконувати ролі підмета (主语), присудка (谓语), додатка (宾语), означення (定语), обставини (状语) та комплемент (补语). Водночас вони можуть використовуватися як окремі речення або як складові складних речень.

Граматична гнучкість фразеологізмів та їх глибокий культурний та метафоричний зміст пояснюють, чому вони протягом століть залишаються такою важливою частиною усіх сфер китайського мовлення.

#### 1.4. Стилiстичні функції фразеологізмів

Окрім граматичних і лексичних функцій фразеологічні одиниці виконують низку стилістичних функцій в китайській мові. Далі ми розглянемо основні стилістичні функції китайських фразеологізмів.

##### **Функція лаконічності й змістової насиченості**

Ця функція, напевно, першою спадає на думку, коли ми говоримо про фразеологічні одиниці, особливо про чен'юй, які здебільшого складаються з

чотирьох ієрогліфів, або гуаньюн'юй, що складаються з трьох. Ці лаконічні вирази іноді містять обсяг інформації, який можна порівняти з цілими реченнями. Така стислість і місткість робить фразеологізми особливо виразним засобом мови, що дозволяє передати складні смисли мінімальними мовними засобами [4].

### **Експресивна функція**

Однією з основних функцій фразеологічних одиниць є емоційне забарвлення. Використання фразеологізмів замість нейтральних фраз робить речення більш експресивним.

Візьмемо, наприклад, чен'юй 火上加油 (huǒshàng jiāyóu, буквально “додати масла у вогонь”):

他们的争吵已经够激烈了，他讽刺的评论简直是火上加油。 - Їхня суперечка вже і так була достатньо напруженою, а він своїми саркастичними коментарями тільки додав масла у вогонь.

В цьому реченні можна було обрати нейтральну фразу, щоб передати той самий зміст. Наприклад, «погіршити ситуацію», але використання фразеологізму 火上加油 яскраво підкреслює напруженість ситуації.

Ця стилістична функція фразеологічних одиниць робить їх дуже ефективними: усього чотири ієрогліфи можуть передати емоції та образи еквівалентні декільком реченням. Але використання фразеологізмів також несе певні ризики саме через цю експресивність [4]. Адже навіть якщо фразеологізм підходить за змістом, це ще не означає, що він буде доречним за емоційним забарвленням.

### **Естетична функція**

Фразеологічні одиниці також використовуються для підвищення культури мовлення.

Наприклад:

看到王经理胸有成竹的样子，我们对成功毫不怀疑。 - Коли ми побачили, що менеджер Ван мав чіткий план дій, то в нас не залишилося жодного сумніву щодо успіху.

В цьому реченні було використано чен'юй 胸有成竹 (xiōng yǒu chéng zhú, буквально “мати бамбук в грудях”). Він походить з історії про Вень Тун (文同, Wén Tóng), поета і художника часів династії Сун, який був відомий своїми малюнками бамбука. Бамбук на картинах Вень Тун був настільки витончений та реалістичний, що його друг Чао Буджі (晁补之, Cháo Bǔzhī), відомий поет, казав: «Вень Тун так малює, немов бамбук росте в його душі (грудях)». З часом цей вираз став використовуватися, щоб описати людину, яка має чіткий план та гарне уявлення, як вирішити певне завдання. Тому використання цього фразеологізму демонструє історичну та культурну обізнаність мовця.

Тонке та доречне використання таких фразеологічних одиниць безумовно є індикатором освіченості та підвищує авторитет людини у офіційному листуванні, дебатах, перемовинах тощо. Однак неправильне вживання чен'юїв та інших фразеологізмів може видати низький рівень культурної компетентності та недостатній словниковий запас [5].

### **Оцінювальна функція**

Фразеологічні одиниці дозволяють мовцю висловити суб'єктивне ставлення до предмета мовлення, незалежно від того, чи це позитивна, чи негативна оцінка.

Наприклад:

那个合作伙伴见利忘义，为了更高的利润就背弃了我们的协议。 - Цей бізнес-партнер готовий на все заради грошей, тому він зірвав нашу угоду заради більшого прибутку.

В цьому реченні чен'юй 见利忘义 (jiànlì wàngyì, буквально “побачив вигоду – забув про справедливість”) використовується не просто для передачі змісту, що партнер зірвав угоду, а ще й як моральна оцінка цього вчинку. Ця

коротка фразеологічна одиниця містить у собі образу мовця та передає його негативне ставлення до ситуації. У слухача формується образ не просто зірваної угоди, а справжньої зради.

Таким чином фразеологізми дозволяють закласти складні моральні, соціальні або емоційні судження в лаконічну форму.

### **Запам'ятовуваність та ефект гасла**

Завдяки своїй стислій формі та глибокій образності, фразеологізми легко запам'ятовуються та використовуються як слогани в медіа-просторі, політиці, рекламі тощо. Гарним прикладом цієї стилістичної функції фразеологічних одиниць є чен'юй 同舟共济 (tóngzhōu gòngjì, буквально “плисти в одному човні”). Цей вираз описує солідарність людей та їхню боротьбу за спільну ідею. За часів пандемії коронавірусної хвороби 2019 цей чен'юй був гаслом політичних та ідейних лідерів Китаю. Таким чином вони висловлювали свою підтримку усьому народу та закликали населення до об'єднання у боротьбі проти спільної проблеми. Завдяки своїй лаконічній формі та багатому культурному значенню, цей фразеологізм став певним гаслом та об'єднав націю в ті важкі часи [23].

### **Функція підсилення аргументації**

Фразеологічні одиниці мають дуже велику переконливу силу. Вдало використаний фразеологізм може значно підсилити аргументацію [11].

Наприклад:

因为存在的风险就全面停止项目，这简直是因噎废食。 - Повністю призупинити проект через можливі ризики – це як перестати їсти через страх вдавитися.

В цьому реченні чен'юй 因噎废食 (yīn yē fèi shí) підсилює аргумент своєю абсурдністю та непропорційною реакцією на певні обставини. Хто ж буде відмовлятися від їжі через те, що можна вдавитися? У данному випадку мовець

намагається довести, що відмовитися від проекту через певні ризики є настільки ж неадекватним вчинком.

Це лише частина того, на що спроможні фразеологічні одиниці. Їхня лаконічна форма та глибокий метафоричний зміст дозволяють їм повністю перетворювати мовлення. Основна сила фразеологізмів полягає не в тому, який зміст вони передають, а в тому, як вони його передають.

## **Висновки до розділу 1**

Теоретичний аналіз китайських фразеологічних одиниць показує, що фразеологізми займають унікальне і центральне місце в китайській мові. Їх вивчення не тільки розкриває мовні особливості, але й відображає історію, філософію та світогляд китайського народу. У цьому розділі ми розглянули складність визначення фразеологізмів, а також підходи до їх класифікації різних форм, їхні граматичні та стилістичні функції. Зараз я хочу виокремити кілька важливих висновків з проведеного дослідження.

1. Саме поняття «фразеологічна одиниця» не має одного чіткого визначення в китайській мові. Різні лінгвісти, філологи, дослідники та автори надають свої визначення, які трохи відрізняються один від одного. Підручники з сучасної китайської мови перш за все підкреслюють стійку і компактну форму фразеологізмів та їх здатність передавати глибокий метафоричний зміст. Монографії акцентують увагу на історичній значущості та національній специфіці фразеологічних одиниць. Словники здебільшого зосереджують увагу на широкому спектрі використання та завершеності фразеологізмів. Таким чином ми бачимо, що визначення фразеологічних одиниць важко обмежити чіткими рамками. Їх варто розглядати не тільки як мовні засоби, але як культурні та історичні явища, які відображають філософію та мудрість народу.

2. Хоча різні джерела визначають фразеологізми дещо по-різному, є низка ключових особливостей, яка визначає фразеологічні одиниці як конкретну окрему категорію. Фразеологізм – це стійке сполучення слів, значення якого не

визначається значенням окремих слів, що входять до його складу. В китайській мові фразеологічні одиниці здебільшого складаються з чотирьох ієрогліфів, особливо чен'юй, які являються найпоширенішим видом китайських фразеологізмів.

3. Є багато різних підходів до класифікації фразеологічних одиниць. В роботі ми взяли за основу класифікацію видатного китайського лінгвіста Сін Фуї. Він виокремлював чотири типи фразеологізмів: 成语 (chéngyǔ, чен'юй), 惯用语 (guànyòngyǔ, гуаньюн'юй), 谚语 (yànyǔ, яньюй), 歇后语 (xiēhòuyǔ, сехоуой). Чен'юй є найпоширенішим видом фразеологічних одиниць в китайській мові. Вони майже завжди складаються з чотирьох ієрогліфів та походять з класичної літератури, міфів, фольклору та історичних подій. Вони мають чітку та строгу структуру. Чен'юй втілюють моральні уроки, філософські уявлення та естетичні ідеали китайської культури, що робить їх незамінними для розуміння інтелектуальної традиції Китаю. Вони активно використовуються в письмовому та усному мовленні.

Яньюй, на відміну від чен'юй, є майже виключно елементами тільки усного мовлення. Вони узагальнюють народну мудрість, життєві уроки та практичні спостереження у стислій, усній формі.

Основною особливістю сехоуой є їхня форма: вони складаються з двох частин. Перша частина сехоуой є певною загадкою, а друга частина – це саме відповідь або пояснення.

І останній вид фразеологізмів – гуаньюн'юй. Гуаньюн'юй дещо схожі на чен'юй, але на відміну від чен'юй вони здебільшого складаються з трьох ієрогліфів, мають більш гнучку структуру та походять з усного народного мовлення.

4. Фразеологізми демонструють міцний взаємозв'язок між мовою та культурою. Адже для повного розуміння їх змісту потрібен певний багаж знань. Для розуміння чен'юй часто необхідні знання класичної літератури, історії та міфології Китаю. Для розуміння сехоуой, гуаньюн'юй та яньюй потрібно добре знати побут, мудрість та філософію китайського народу.

5. Фразеологізми, а частіше за все саме чен'юй та гуаньюн'юй, можуть виконувати різні граматичні функції в реченні. Вони можуть виступати як підмет (主语), присудок (谓语), додаток (宾语), означення (定语), обставина (状语) та доповнення (补语). Варто зазначити, що фразеологізми майже не мають обмежень щодо ролі в реченні. Той же самий чен'юй може виступати підметом в одному реченні, а в іншому – обставиною, додатком або навіть присудком. Яньюй та сехоюй зазвичай утворюють окремі речення, які можуть бути частиною складних речень.

6. Фразеологізми в китайській мові виконують низку стилістичних функцій. Одними з найважливіших є наступні функції, які було описано в роботі: експресивна, естетична, оцінювальна, ефект гасла, функція підсилення аргументації та функція лаконічності й змістової насиченості. Саме компактна форма, глибокий зміст та метафоричність у купі забезпечили фразеологізми таким широким функціоналом, адже невеликий чен'юй із чотирьох ієрогліфів може вмістити стільки інформації, емоцій та ставлення мовця, скільки інакше довелося б викладати цілими абзацами.

## РОЗДІЛ 2.

### СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

#### 2.1. Фразеологізми у повсякденному мовленні

Як було зазначено в першому розділі, китайські фразеологічні одиниці є дуже важливою частиною сучасної китайської мови. Особливо часто зустрічаються чен'юй. Вони не є пережитками минулого та просто культурною цінністю. Китайські фразеологізми активно використовуються в повсякденному спілкуванні, в ЗМІ, літературі та сучасній поп-культурі.

Вважається, що для нормального розуміння китайської мови необхідно знати близько 200-300 найчастіше вживаних чен'юй. Це ті вирази, які постійно використовуються в повсякденній мові, в газетах, ЗМІ, фільмах та книгах. Знання цих чен'юй є надзвичайно важливим для базового розуміння мови, а їх правильне вживання свідчить про те, що мовець володіє мовою на рівні, вищому за початковий [44]. Далі буде наведено декілька прикладів таких виразів:

- 一帆风顺 (yī fān fēng shùn, буквально “попутний вітер роздуває вітрило”) – цей фразеологізм використовують, щоб побажати комусь успіху. Зазвичай його вживають у прощавальних промовах або вітальних листівках, коли хтось переїздить, влаштовується на нову роботу, їде у подорож, починає якусь нову справу або проект.  
祝你旅途一帆风顺! – Бажаю тобі гарної дороги!
- 乱七八糟 (luàn qī bā zāo, буквально “хаос у всіх семи-восьми напрямках”) – цей чен'юй описує повний безлад або хаос. Часто використовують для опису якоїсь заплутаної ситуації, безладу в кімнаті або в голові чи думках.  
我的房间乱七八糟的。 – У мене в кімнаті жахливий безлад.

- 入乡随俗 (rù xiāng suí sú, буквально “приїхав до села – дотримуйся місцевих звичаїв”) – цей чен’юй уживається, коли говорять про пристосування до нової культури, середовища або звичок людей.  
既然来到别人家，就要入乡随俗。 – Якщо прийшов до когось у гості, треба дотримуватися правил господарів.
- 五花八门 (wǔ huā bā mén, буквально “п’ять видів квітів, вісім дверей”) – цей фразеологізм використовують для опису великої різноманітності чого-небудь, наприклад, товарів в магазині.  
这个购物 APP 上的商品五花八门，什么都买得到。 – В цьому додатку дуже багатий вибір товарів, можна купити все, що завгодно.
- 小题大做 (xiǎo tí dà zuò, буквально “робити велику проблему з маленького питання”) – цей чен’юй вживають, коли хтось занадто гостро реагує на якусь незначну подію або сильно драматизує.  
我只是迟到五分钟，你没必要小题大做。 – Я запізнився всього на п’ять хвилин, не треба робити з мухи слона.

Знання базових 200 чен’юй – це буквально необхідний мінімум для звичайного китайця. Якщо казати про освічену людину, то вона має знати близько 2000-3000 виразів. Це вже рівень випускника університету або любителя літератури. Такі фразеологізми зустрічаються в офіційних звітах, промовах, журналістиці та літературі. Розуміння цих виразів потребує глибшого рівня культурної освіченості [44]. Наприклад:

- 高瞻远瞩 (gāo zhān yuǎn zhǔ, буквально “високо стояти – далеко бачити”) – цей фразеологізм використовується для опису прозорливої та проникливої людини. Часто використовується в політиці або бізнесі.  
公司 CEO 的高瞻远瞩带领我们度过了危机。 – Наша компанія пройшла через кризу завдяки прозорливості генерального директора.

- 未雨綢繆 (wèi yǔ chóu móu, буквально “лагодити дах до того, як піде дощ”) – цей чен’юй уживають, коли хтось діє заздалегідь, проявляє далекоглядність або обережність. Його часто можна зустріти в текстах пов’язаних з економікою та фінансами.  
企业要未雨綢繆, 提前制定风险应对计划。 – Компанії мають заздалегідь готуватися й розробляти план дій у разі ризиків.
- 居安思危 (jū ān sī wēi, буквально “думати про небезпеку в мирні часи”) – за змістом цей фразеологізм трохи схожий з попереднім: він також має зміст «вживати запобіжних заходів заздалегідь». Але він частіше використовується в політиці при обговоренні питань військових конфліктів.  
国家虽富强, 也应居安思危。 – Навіть спроможна та багата держава має бути готова до війни у мирні часи.
- 醍醐灌顶 (tí hú guàn dǐng, буквально “вилити чисті вершки на голову”) – цей чен’юй означає момент прозріння, коли щось стає цілком ясным і очевидним.  
读了他的分析, 我有如醍醐灌顶。 – Коли я прочитав його аналіз, то немов прозрів.
- 越俎代庖 (yuè zǔ dài páo, буквально “забрати піднос і замінити кухаря”) – цей фразеологізм описує людину, яка перевищує свої повноваження або втручається в чужі справи.  
他总喜欢越俎代庖, 干涉别人的工作。 – Він завжди втручається в роботу інших.

До речі на китайському екзамені Гаокао, який складають школярі для вступу до ВНЗ, є низка питань з кількома варіантами відповідей, де треба вставити правильний чен’юй у текст. Хоча немає точного списку чен’юй для Гаокао, але експерти оцінюють, що учням треба знати понад 1000 виразів, щоб впевнено відповісти на ці питання. А для того, щоб вільно розуміти тексти в розділі “Читання та розуміння тексту”, учень має знати близько 2000 чен’юй [43].

Також вдале використання чен'юй в есе у письмовій частині екзамену значно підвищує шанси на гарну оцінку.

Китайські лінгвісти та літературознавці знають понад 5000 фразеологізмів, але більшість виразів з цього списку будуть дуже специфічними [44]. Розуміння таких чен'юй потребує дуже глибокої історичної та літературної обізнаності. Вони дуже рідко зустрічаються в повсякденному житті:

- 管窥蠡测 (guǎn kuī lí cè, буквально “дивитися на небо через трубку і вимірювати [море] мушлею”) – описує людину з вузьким кругозором [34].
- 东箭南金 (dōng jiàn nán jīn, буквально “стріли зі сходу і золото з півдня”) – метафора для опису видатного таланту або дуже цінних речей [34].

Обидва наведені чен'юй мають давнє походження: вислів 管窥蠡测 уперше з'являється у «汉书·东方朔传» («Історія династії Хань»), а 东箭南金 — у «晋书» («Історія династії Цзінь») [34]. Ці джерела належать до класичних історичних хронік Китаю, що поєднують літопис, філософію та біографії видатних діячів. Тож для розуміння таких чен'юй потрібно мати глибокий історико-культурний бекграунд і добру обізнаність у давній китайській літературі.

Фразеологізми регулярно зустрічаються у сучасних китайських піснях та популярній культурі. Наприклад, в пісні 小幸运 (Xiǎo xìngyùn, «маленьке щастя»), яку виконала тайваньська співачка та актриса 田馥甄 (Tián Fùzhēn, Тянь Фучжень), зустрічається цілих три чен'юй:

- 离别了才觉得刻骨铭心 – Лише після розставання я усвідомила, як багато ти для мене значиш.  
刻骨铭心 (kègǔ míngxīn, буквально “вигравіювати на кістках і закарбувати в серці”).
- 人理所当然的忘记 – Людям властиво забувати.  
理所当然 (lǐsùǒ dāngrán, буквально “само собою зрозуміло”).

- 一尘不染的真心 – Чисте та щире серце.

一尘不染 (yī chén bù rǎn, буквально “ані крихтки”).

Використання фразеологізмів в цій пісні не є випадковим — вони допомагають створити глибший емоційний ефект і підкреслити головну тему: щирі, але водночас болючі спогади про минуле кохання. Чен’юй 刻骨铭心 передає силу пережитих почуттів, які залишаються в серці назавжди; 理所当然 відображає природність і буденність людської поведінки, що контрастує з глибиною почуттів ліричної героїні; а 一尘不染 символізує чистоту та непідробність її любові. На цьому прикладі ми бачимо в дії одразу дві основні стилістичні функції фразеологічних одиниць: естетичну та експресивну.

Фразеологізми також можуть використовуватися у назвах фільмів. Наприклад, «卧虎藏龙» («Тигр крадеться, дракон зачаївся») – це тайванський фільм у жанрі уся (武侠). Чен’юй 卧虎藏龙 (wòhǔ cánglóng) використовується, щоб описати місце або ситуацію, сповнені потенціалу та прихованих небезпек. Назва фільму ідеально відображає світ таємних бойових мистецтв, а ще тигр та дракон символізують двох головних героїнь.

Або візьмемо стрічку 2019 року «地久天长» («Прощавай, син мій»). Чен’юй 地久天长 (dìjiǔ tiāncháng), який перекладається “навіки віків, назавжди”, влучно відображає головну тему фільму – вплив втрати близької людини на родину.

Фразеологізми, використані як назви фільмів, допомагають створити певний настрій та передати головну ідею ще до перегляду. Вони слугують символічними натяками на сюжет або емоційний підтекст стрічки, роблячи назву більш виразною та запам’ятовуваною. Це є проявом стилістичної функції фразеологізмів – ефект гасла.

Таким чином значимість фразеологічних одиниць в сучасній китайській мові важко перебільшити. Ми бачимо, що для базового розуміння китайської необхідно знати щонайменше 200-300 чен'юй, а освічена людина знає понад 2000 виразів. Чен'юй активно використовується в літературі, текстах пісень та назвах кинофільмів.

## 2.2. Фразеологізми в рекламі

Загальними рисами рекламної мови є точність, лаконічність, яскравість і новизна. Ці елементи є необхідними для створення ефективних рекламних повідомлень та кампаній, адже вони можуть привернути увагу споживача та створити в нього стійку асоціацію з продуктом. Саме тут ідеально проявляються такі стилістичні функції фразеологічних одиниць як ефект гасла, функція підсилення аргументації та функція лаконічності й змістової насиченості. Особливо часто в рекламі використовуються саме чен'юй. Завдяки своїй стислій формі з чотирьох ієрогліфів, експресивній забарвленості та міцному зв'язку з китайською культурою та традицією чен'юй допомагають створити яскраві рекламні повідомлення, зрозумілі для всього населення [47].

Гарним прикладом використання чен'юй в рекламі є повідомлення на офіційному акаунті Armani у WeChat, яке зображено на Рисунку 2.1. У своїй рекламі нового парфуму «Si PASSIONE» (в перекладі «Скажи “так” пристрасті”») вони використали чен'юй 热情洋溢 (rèqíng yánguì), буквально “переповнений ентузіазму”). Повний текст оголошення:

[红色挚爱] 香水 花果香调 热情洋溢 – Сповнений пристрасті парфум «Червона любов» з ароматом квітів та фруктів.

Фразеологізм 热情洋溢 у цій рекламі використано для створення яскравого емоційного образу, що передає головну ідею аромату — пристрастність, життєву енергію та впевненість. Завдяки виразності цього чен'юй реклама набуває поетичності й водночас викликає сильну емоційну асоціацію з продуктом,

підсилюючи його привабливість та зберігаючи компактну форму, яка робить оголошення легшим для сприйняття.

Також варто відзначити, що при локалізації товару оригінальну назву прафюму було адаптовано: «红色挚爱» (hóng sè zhì'ài, буквально “червона любов”).



Рис. 2.1. Рекламне оголошення з офіційного акаунта Armani у китайській соціальній мережі WeChat.

Ще однією особливістю використання чен'юй у китайській рекламі є гнучкість. Хоча в більшості сфер китайської мови чен'юй є сталими та незмінними виразами, в рекламі дуже часто трапляються винятки з цього правила. Чен'юй можуть змінюватися за формою, за змістом або за формою і змістом.

Знову звернемося до реклами продукту Armani, а саме тональної основи Armani Beauty Power Fabric. У своєму оголошенні Armani використали чен'юй 全力以赴 (quánlì yǐ fù, б уквально “докладати всіх зусиль”), але вони замінили ієрогліф 全 (quán, повний) на омонімічний 权 (quán, сила). Повний текст:

夏日轻妆权力以赴 – Літній макіяж, який легко наноситься, але діє в повну силу.

Ця заміна була зроблена не просто так. Китайською мовою назву товару Power Fabric було перекладено «权力粉底液». Таким чином в чен'юй 全力以赴 замінили ієрогліф 全 на 权, щоб зробити пряме відсилання до назви товару в тексті реклами.

Ще одним прикладом зміни форми є рекламна кампанія італійського бренду кави Lavazza. У 2022 році вони запустили нову каву – лате зі смаком мандарина та каштана, присвячене Новому року. У своїй рекламі вони використали чен'юй 大吉大利 (dàjí dàlì, буквально “багато щастя та успіху”), який зазвичай використовують як новорічне побажання. Але в цьому чен'юй було замінено одразу два ієрогліфи на інші схожі за звучанням: 大桔大栗 (dàjú dàlì, буквально “Великі мандарини та каштани”). 吉 (щастя) замінили на 桔 (мандарин), а 利 (успіх) замінили на 栗 (каштан). Таким чином бренд вдало поєднав новорічне побажання з ненав'язливим натяком на смак нового лате.

Прикладом зміни форми та змісту є рекламна кампанія Tesla 2020 року, коли вони анонсували вихід подкасту компанії на китайській платформі з подкастами та аудіокнигами 喜马拉雅 (xīmǎlāyǎ, Гімалаї). Рекламне оголошення зображено на Рисунку 2.2. В цій рекламі вони використали чен'юй 特立独行 (tèlì dúxíng, буквально “унікальний та самотній”), який використовується для опису оригінальної людини, яка може мислити самостійно, не за шаблоном. Вони внесли одразу дві візуальні зміни до цього фразеологізму, що в підсумку змінило і його зміст. По-перше, було відокремлено ієрогліф 特 (tè) від іншого тексту, який відсилає до китайського перекладу назви бренду Tesla – «特斯拉» (tèsīlā). По-друге, було додано прислівник заперечення 不(bù). Фінальна фраза виглядає наступним чином: 特 - 立不独行. Ієрогліф 不 було додано для того, щоб

заперечити частину чен'юй про самотність (独行). Таким чином цей вислів можна перекласти: “Унікальний і не самотній”. Це гарно розкриває цінність цього подкасту: слухач отримає оригінальну інформацію та позбудеться самотності.



Рис 2.2. Рекламне оголошення запуску подкасту від Tesla на платформі 喜马拉雅.

Ще одним гарним прикладом використання та модифікації чен'юй в рекламі є рекламна кампанія BMW X6 у 2019 році напередодні Нового року. В цій рекламі було залучено одразу два фразеологізми. Оголошення зображено на Рисунку 2.3.

Перш за все, було використано чен'юй 一马当先 (yī mǎ dāng xiān, буквально “один кінь попереду”), який має значення “взяти на себе ініціативу; бути в авангарді”. У контексті цієї реклами зміст чен'юй було модифіковано —

його значення розширено, адже 马 тут не просто “кінь”, а відсилка до китайської назви бренду BMW — 宝马 (bǎomǎ, буквально “дорогоцінний кінь”).

По-друге, було використано чен'юй 路人皆知 (lùrén jiēzhī, буквально “знає кожен перехожий”). Цей чен'юй було змінено за формою. Ієрогліф 路 (дорога) замінили на омонічний 鹿 (lù, олень). Очевидно, що це відсилка до оленів Санта-Клауса, яких видно на оголошенні на задньому фоні. Таким чином в рекламі вдалося створити тематичний новорічний настрій.

В підсумку цей рекламний слоган можна перекласти так: “Знають люди і навіть олені, що BMW з авжди попереду”. Завдяки модифікації та влучному використанню чен'юй реклама вдало поєднала святковий новорічний настрій, гумор і сильні сторони BMW X6 в одній короткій і легко запам'ятовуваній фразі.



Рис. 2.3. Рекламне оголошення BMW X6

Підсумовуючи, можна сказати, що у сучасній рекламі чен'юй використовуються як ефективний інструмент передачі інформації та емоцій. Їх лаконічність, експресивність і культурна насиченість дозволяють створювати

яскраві та запам'ятовувані повідомлення. Модифікація форми та змісту фразеологізмів допомагає адаптувати їх до конкретного продукту, підкреслюючи його переваги та особливості. При цьому реклама зберігає емоційний ефект, гумор і тематичний контекст, що робить її більш привабливою для споживача. Таким чином, чен'юй у рекламних кампаніях успішно поєднують інформативність, креативність і культурний зв'язок із аудиторією.

### **2.3. Фразеологізми в китайському інтернет просторі**

В епоху цифрових технологій інтернет мова стала невід'ємною частиною повсякденного спілкування та культури. Вона динамічно розвивається, постійно змінюється під впливом соціальних мереж, мемів і нових форматів комунікації. Саме тому дослідження інтернет мови, зокрема використання фразеологізмів у цьому просторі, є важливим для розуміння сучасних тенденцій китайського мовлення та мислення.

Особливістю інтернет мови є те, що вона увібрала ознаки як усної, так і письмової мови. До того ж глобальний інтернет-простір прискорив інтеграцію різних мов та культур. Це значно посприяло виникненню нового онлайн-сленгу, який розширюється кожного дня. Ця еволюція онлайн-сленгу не обійшла стороною і фразеологізми, які також невинно змінюються та набувають нових форм.

#### **Чен'юй інтернет-епохи**

Деякі чен'юй з'явилися безпосередньо в інтернеті. Наприклад, вираз 十动然拒 (shí dòng rán jù, буквально “дуже зворушений, але все одно відмовляю; гарна спроба, але ні”) з'явився у 2012 році [46]. Студент 4 курсу Хуачжунського університету науки і технологій (华中科技大学) Ван Веньцзін (王文瑾, wáng wénjǐn) на свято 光棍节 (guānggùnjíe, день холостяка) написав дівчині, в яку він був закоханий, любовний лист на 160,000 ієрогліфів. Він витратив на це 212 днів.

Коли дівчина отримала цей лист, вона сказала, що була дуже зворушена, але все одно відмовила хлопцю. В інтернеті підхопили цю історію та утворили цей новий інтернет-чен'юй 十动然拒, яким описують ситуацію, коли хтось прикладає величезну кількість зусиль, але все одно нічого не досягає.

Також деякі новітні чен'юй з'явилися в результаті скорочення певних речень або думок. Це зумовлено тим, що користувачі інтернету прагнуть економити час і передавати свої думки максимально лаконічно. Наприклад, вираз 不明觉厉 (bù míng jué lì, буквально “нічого не зрозуміло, але дуже цікаво”) використовують, щоб виразити своє захоплення чиймись знаннями або якоюсь складною, але цікавою теорією чи технікою. Також цей вираз іноді використовують в саркастичному контексті, щоб висміяти когось, хто невдало або незрозуміло виказує свої думки.

Вираз 累觉不爱 (lèi jué bù ài, буквально “так втомився, що вже ніколи не закохаюсь”) з'явився як скорочення онлайн-допису одного хлопця. Повний текст допису: 很累, 感觉自己不会再爱了 – Я так втомився, що здається, більше ніколи не закохаюсь.

喜大普奔 (xǐ dà pǔ bēn) є скороченням кількох традиційних виразів : 喜闻乐见 (xǐwén lèjiàn, буквально “бути дуже популярним”), 大快人心 (dàkuài rénxīn, буквально “викликати загальну радість”), 普天同庆 (pǔtiān tóngqìng, буквально “загальне піднесення”), 奔走相告 (bēnzǒu xiānggào, буквально “поспішати поділитися новиною”). Він використовується для вираження надзвичайної радості чи загального піднесення [42].

Вираз 细思恐极 (xì sī kǒng jí, буквально “чим більше думаєш, тим страшніше стає”) означає, що певна ситуація або факт здаються звичайними на перший погляд, але викликають страх чи занепокоєння після глибокого осмислення. Він є скороченням фрази: 仔细想想, 觉得恐怖至极 — Якщо задуматися, то стає наймовірніше страшно [42].

А 人艰不拆 (rén jiān bù chāi, буквально “життя й так складне, не треба руйнувати ілюзії”) походить із вислову 人生已经如此艰难, 有些事情就不要拆穿了 — “життя й без того важке, тож деякі речі краще не викривати”. Він вживається, коли не хочуть псувати комусь настрої або для того, щоб підкреслити непотрібність зайвої відвертості [42].

### Фонетичні зміни

Омофони, як форма фонетичної варіації, є характерною рисою інтернет-сленгу. Люди часто взаємозамінно використовують ієрогліфи або слова з подібною або ідентичною вимовою. Таким чином класичні чен’юй змінюються та отримують нову форму і значення.

Гарним прикладом такої варіації є сучасна інтернет-модифікація чен’юй 拖泥帶水 (tuōní dàishuǐ, буквально “тягнути глину, нести воду”), яким описують неакуратно та недбало виконану роботу, або коли хтось занадто ускладнює процес. В сучасній інтернет мові можна зустріти варіацію цього виразу – “Tony 帶水” [45]. Ієрогліфи 拖泥 (tuōní) було замінено на співзвучне англійське ім’я Tony. Протягом багатьох років Тоні або Кевін були поширеними іменами, які використовували перукарі в китайських салонах. Одного дня вийшло вірусне відео, де екстравагантний перукар надмірно драматично, навіть театралью стриг клієнта. Він розмахував інструментами, позував і використовував складні техніки. Однак результат вийшов невдалим та потішним. Цей перукар був стереотипічним «Тоні», в якого з майстерності були тільки драматичні рухи та модне англійське ім’я. Один коментатор влучно описав його роботу “Tony 帶水”. Після цього цей новий фразеологізм увійшов у сучасну китайську мову. Він описує когось, хто робить купу зайвої роботи, але отримує результат, що розчаровує.

Іншим прикладом ідентичної модифікації фразеологізму є сучасний вираз “生无 clean” [45]. Він походить від чен’юй 生无可恋 (shēng wú kě liàn, буквально “немає сенсу жити далі”), який використовували, щоб описати людину, яка втратила будь-яку надію та розчарована життям. Ієрогліфи 可恋 (kě liàn) було

замінено на схоже за звучанням англійське clean (чистий). Значення чен'юй також змінилося. “生无 clean” використовується, щоб виразити своє небажання робити якісь домашні справи. Наприклад, коли людина дивиться на захламлену кімнату, брудний посуд або одяг та відчуває відчай при думці, що їй треба все це прибирати. Гумор походить від абсурдності поєднання глибокої, класичної фрази про безглуздість життя з буденною, побутовою турботою про прибирання.

Ще одним прикладом сучасної інтернет-модифікації чен'юй є вираз 令人做藕 (lìngrén zuò ǒu) [45], який походить від класичного фразеологізму 令人作呕 (lìngrén zuò ǒu, буквально “змушує блювати”) — “те, що викликає огиду”. В оригінальному виразі ієрогліф 呕 (ǒu) означає “блювати”, тоді як у новій інтернет-версії його було замінено на співзвучний 藕 (ǒu) — “корінь лотоса”. Значення виразу при цьому не змінюється, але набуває іронічного, м'якшого відтінку. Така заміна створює комічний ефект: замість грубого “викликає блювоту” виходить ніби “змушує готувати лотоси”. Подібна гра з омонімами — поширене явище в китайському інтернет-просторі, де користувачі не лише замінюють китайські слова англійськими (як у випадку Tony 帶水), а й творчо грають з ієрогліфами, змінюючи їх на співзвучні для створення саркастичного або гумористичного ефекту. Вираз 令人做藕 зазвичай використовують для опису чогось надто пафосного, нудного або ганебного — наприклад, невдалого відео, штучно емоційного посту чи претензійного виступу.

Або розглянемо вираз 吴京打采 (Wú Jīng dǎ cǎi), який є пародією на класичний чен'юй 无精打采 (wú jīng dǎ cǎi, буквально “не мати духу, не здатись на бадьорість”). Він означає “бути без енергії, пригніченим, млявим”. В інтернет-версії 无精 (немає енергії) було замінено на співзвучне ім'я відомого китайського актора 吴京 (Wú Jīng, Ву Цзін) — символа сили, патріотизму та енергії, відомого своїми ролями у фільмах “战狼” (zhànláng, «Бойовий Вовк») та “流浪地球” (liúlàng dìqiú, «Блукаюча Земля»). Така зміна повністю переосмислює зміст: замість “виснаження” вислів набуває протилежного значення — “вибухової

енергії” та “героїчного запалу”. Сьогодні фраза 吴京打采 використовується в гумористичному чи іронічному контексті для опису чогось надмірно емоційного або патріотичного. Тобто описує ту піднесену, ідеологічну енергію, яку втілює сам Ву Цзін.

### **Зміна значення**

Деякі класичні чен'юй в процесі інтернет-еволюції змінили своє значення. Наприклад, вираз 空穴来风 (kōng xué lái fēng, буквально “вітер з порожньої печери”) спочатку мав значення, що певна чутка чи історія не з'являється без причини та є підстави сприймати її серйозно. Але зараз цей вираз отримав протилежне значення. Його дуже часто використовують для опису безпідставної чутки або новини.

Вираз 无法无天 (wú fǎ wú tiān, буквально “без законів і неба”) у класичному значенні описував людину, яка не визнає жодних норм і моральних обмежень — тобто крайню форму беззаконня та аморальності. Проте сьогодні цей вираз часто використовують у лагідному чи жартівливому тоні, коли говорять про когось пустотливого чи неслухняного, особливо про дітей або домашніх улюбленців.

Інший приклад — 灯红酒绿 (dēng hóng jiǔ lǜ, буквально “червоні ліхтарі та зелене вино”). Раніше цей вислів мав виразно негативне значення, асоціювався з розкішним, розпусним способом життя й моральним занепадом. Проте з часом його забарвлення стало нейтральним або навіть позитивним: сьогодні так можуть описувати яскраве нічне життя чи атмосферу великого сучасного міста.

### **Відмінності інтернет-чен'юй від класичних**

Як і класичні чен'юй, інтернет чен'юй здебільшого складаються з чотирьох ієрогліфів і мають глибокий небуквальний зміст. Проте також в них є низка відмінностей:

- Інтернет-чен'юй більш притаманні для повсякденної розмовної мови та не використовуються в літературному та офіційному стилі;

- В інтернет-чен'юй можуть використовуватися іноземні слова, як це було у випадку “Tony 帶水” та “生无 clean”;
- Значення та форма інтернет-чен'юй швидко змінюються;
- Більшість з них мають короткий термін існування. Вони можуть бути «вірусними» протягом місяців або декількох років, а потім різко стають застарілими.

### Нумероніми

Окремо варто виділити китайські інтернет-нумероніми. Нумероніми – це слова або скорочення, утворені шляхом поєднання букв і цифр, коли цифри замінюють звуки, схожі на них, або вказують на пропущені літери. Ці вирази використовують подібну вимову чисел у китайській мові для заміни слів або фраз. Наприклад, число 520 (wǔ èr líng) звучить схоже на 我爱你 (wǒ ài nǐ, «Я кохаю тебе»); 88 (bā bā), що імітує прощання англійською «bye-bye» [46].

Таким чином ми бачимо, що фразеологічні одиниці не просто активно використовуються в китайській мові, а вони продовжують невпинно розвиватися та змінюватися під впливом сучасних трендів та технологій. Завдяки швидкому розвитку інтернету з'явилося безліч нових виразів та модифікацій старих чен'юй. Великий вплив на фразеологізми має процес глобалізації та активна взаємодія представників різних мов і культур. Ми бачили декілька прикладів, де англійські слова було інтегровано у класичні китайські чен'юй, щоб утворити нові вирази. Важливо зазначити, що ці нові фразеологізми не залишаються тільки в межах інтернету. Молоді китайці активно використовують їх в своєму повсякденному мовленні. Ці нові інтернет-чен'юй слугують мостом між класичною китайською культурою та сучасними цифровими трендами, поєднуючи традиційне значення з актуальними мемами та онлайн-стилем спілкування.

### 2.4. Тенденції та перспективи розвитку китайської фразеології

Як ми вже з'ясували, китайська фразеологія не є статичною реліквією минулого. Вона динамічною і швидко розвивається. Майбутнє фразеологічних одиниць не є історією про просте заміщення старих виразів новим сленгом. Натомість, все вказує на подальший сумісний синтез класичних фразеологізмів з новими виразами. В цьому розділі буде проаналізовано основні тенденції, що формують майбутнє фразеологічних одиниць в китайській мові.

### **Нейромережі та фразеологізми**

Сьогодні вплив нейромереж не можна ігнорувати в будь-якій сфері, і лінгвістика не є винятком. Саме тому необхідно розглянути питання взаємодії фразеологізмів та штучного інтелекту.

Унікальний характер китайських фразеологізмів становить значну перешкоду для галузі комп'ютерної лінгвістики, особливо в обробці природної мови (Natural Language Processing або NLP). Основна проблема полягає в тому, що зміст фразеологізму не дорівнює сумі буквального змісту слів, які входять в нього [37]. Ця властивість порушує фундаментальні завдання NLP, які базуються саме на передбачуваній семантичній композиції.

Точна сегментація слів, необхідна умова для майже всіх інших застосувань NLP в китайській мові, ускладнюється фразеологічними виразами. Система NLP повинна вміти розпізнавати фразеологізми, які складаються з декількох слів, як окрему цілісну одиницю, а не комбінацію слів. В іншому випадку це призведе до помилок в аналізі та перекладі. Основною перешкодою в подоланні цієї проблеми є створення всеосяжних, точно анотованих баз знань. Ці бази даних є необхідними для навчання моделей машинного навчання розпізнавати і правильно інтерпретувати величезну кількість китайських фразеологізмів. Це є великою проблемою для сучасних великих мовних моделей (Large Language Model або LLM). Вони продемонстрували вражаючі можливості у виконанні багатьох лінгвістичних завдань, але вони часто допускають помилки при роботі з китайськими фразеологізмами. Це підтверджують і сучасні тести, розроблені спеціально для перевірки розуміння LLM китайських фразеологізмів, наприклад,

CHENGYUBENCH. Вони дуже часто стикаються з проблемами у розумінні фразеологічних виразів у конкретному контексті. Це свідчить про поверхневе розпізнавання шаблонів, а не про справжнє розуміння значення фразеологізмів, яке часто пов'язане з конкретними історичними або культурними особливостями.

### **Взаємодія з іншими мовами**

Сучасний китайський лексикон не є результатом закритої внутрішньої еволюції. Він був сформований у процесі історичного та мовного контакту з іншими народами та культурами.

Значущим історичним прикладом такої взаємодії є вплив японської мови. Наприкінці XIX — на початку XX століття Японія була важливим провідником західної наукової та політичної думки у Східну Азію. У процесі перекладу західних концепцій японські вчені створили величезну кількість нових двоєрогліфічних термінів (канго), використовуючи китайські ієрогліфи. Ці терміни, що охоплювали галузі від філософії та права до хімії й фізики, згодом були масово запозичені назад у китайську мову, сформувавши фундаментальний словниковий запас сучасної китайської мови. Цей масовий приплив двоєрогліфічних слів демонструє здатність китайської лексики до масштабної адаптації у відповідь на зовнішні стимули.

Схожим процесом є «європеїзація» китайської мови, яка в першу чергу відбувалася через контакт з англійською мовою. У китайській мові з'явилися кальки англійських фразеологізмів [22]. Наприклад, англійська ідіома "tip of the iceberg" (верхівка айсберга) була перекладена китайською мовою – 冰山一角 (bīng shān yī jiǎo) [19]. Вона зараз активно використовується в повсякденній мові.

Вочевидь, через сучасну прискорену глобалізацію цей процес запозичення та адаптації мовних засобів буде становитися все більш активним та буде поповнювати китайський фразеологічний лексикон.

### **Актуалізація та освітнє відродження класичної фразеології**

На тлі стрімкої модернізації та глобалізації в китайському суспільстві спостерігається потужна контртенденція – зростання інтересу до збереження та популяризації традиційної культурної спадщини. Фразеологізми, зокрема чен'юй, посідають у цьому процесі центральне місце, оскільки розглядаються не просто як мовні одиниці, а як квінтесенція національної мудрості, історії та філософії.

Ця тенденція має декілька ключових проявів, що визначатимуть майбутнє фразеології:

1. **Державна освітня політика:** Китайська система освіти робить значний акцент на вивченні класичних фразеологізмів, починаючи з молодшої школи. Це забезпечує їхню систематичну передачу новим поколінням і закладає фундамент для збереження загального культурного коду нації. Таким чином, попри появу нових сленгових виразів, базовий корпус класичних фразеологізмів залишатиметься невід'ємною частиною мовної компетенції освіченої людини.
2. **Популяризація через медіа:** Спостерігається справжній ренесанс інтересу до традиційної культури в популярних медіа. Телевізійні шоу, такі як «Конференція китайської поезії» (中国诗词大会) або конкурси на знання чен'юй, збирають величезні аудиторії. Вони перетворюють знання фразеології з суто академічного заняття на захопливе змагання та предмет національної гордості. Це стимулює молодь до глибшого вивчення культурних джерел.
3. **Адаптація у нових контекстах:** Перспектива розвитку фразеології полягає не в її консервації, а в творчій адаптації. Класичні фразеологізми все частіше використовуються в сучасному брендингу, рекламі та навіть у політичному дискурсі для надання висловлюванням більшої ваги та образності. Це свідчить про те, що фразеологія не сприймається як архаїзм, а як живий інструмент, здатний ефективно функціонувати в реаліях XXI століття.

Таким чином ми бачимо, що фразеологічний запас китайської мови не тільки не застаріває, а й стає багатшим, різноманітнішим і функціонально спеціалізованішим, ніж будь-коли раніше. Він вбирає в себе особливості класичної фразеології та зазнає постійної модифікації через активну глобалізацію, розвиток технологій та суспільства. І оскільки темпи цих змін у сучасному світі лише прискорюються, можна з упевненістю стверджувати, що описані тенденції в майбутньому будуть тільки набирати оберти.

## **Висновки до розділу 2**

В цьому розділі було досліджено особливості використання фразеологічних одиниць в сучасній китайській мові в різних сферах. Також було висвітлено тенденції та перспективи розвитку китайської фразеології. Варто виокремити наступні висновки з дослідження проведеного в цьому розділі:

1. Фразеологізми є невід'ємною частиною мовлення сучасних китайців. Треба знати щонайменше 200 чен'юй, щоб розуміти китайську на базовому рівні. Освічені китайці знають близько 2000-3000 виразів, а досвідчені лінгвісти та літературознавці знають більше 5000 виразів. Для того, щоб впевнено здати екзамен для вступу до ВНЗ Гаокао, китайським абітурієнтам потрібно знати більше 1000 чен'юй.

2. Фразеологізми часто зустрічаються в популярній культурі: в текстах пісень та назвах фільмів. Вони підсилюють експресивність, створюють певний настрій та можуть коротко та метафорично передати глибокий зміст.

3. Завдяки ефекту гасла та функції підсилення аргументації фразеологізми є ефективним засобом реклами. Завдяки своїй стислій формі та глибокому змісту вони ідеально підходять для коротких рекламних оголошень. Фразеологізми в рекламі можуть використовуватися як в своєму оригінальному вигляді (реклама парфуму Armani), так і у модифікованій формі (реклами Lavazza, Tesla та BMW). В рекламі фразеологізми можуть змінювати свою форму, зміст або і форму, і

зміст. Вдале використання модифікованих чен'юй в рекламі може не тільки передати певне повідомлення та підвищити стиль мовлення, але ще й тонко натякнути саме на бренд товару або на його сильні сторони. Цей широкий функціонал фразеологічних одиниць в рекламі робить їх невід'ємною частиною сучасного китайського маркетингу.

4. Китайські фразеологізми невпинно розвиваються разом із мовою. Великим чинником змін в сучасній мові є інтернет. Інтернет-сленг проникає в повсякденну мову китайців навіть за межами мережі. Постійно з'являються новітні чен'юй інтрнет-епох як, наприклад, 十动然拒. Також зазнають модифікацій за формою і змістом класичні вирази. Наприклад, дуже поширеним є феномен заміни китайських слів на схожі за звучанням англійські слова (Tony 帶水; 生无 clean). Також не є рідкістю заміна ієрогліфів на інші омонімічні ієрогліфи (令人做藕; 吴京打采). Класичні чен'юй також набувають нового значення в інтернеті (无法无天; 空穴来风; 灯红酒绿).

5. Новітні інтернет-чен'юй дещо схожі на класичні вирази, але вони відрізняються своєю більшою гнучкістю за формою та змісто. Інтернет-чен'юй не використовуються в офіційному та літературному стилі. Також життєвий цикл інтернет-чен'юй є вельми коротким, особливо у порівнянні з деякими класичними виразами, які існують століття або навіть тисячоліття.

6. Окремим класом інтернет-фразеологізмів є нумероніми (слова або скорочення, утворені шляхом поєднання букв і цифр, коли цифри замінюють звуки, схожі на них, або вказують на пропущені літери). Наприклад, 520 - 我爱你 або 88 - bye-bye.

7. Китайські фразеологізми міцно пов'язані з сучасним життям, тому вони зазнають впливу еволюції суспільства та технологій. Сьогодні не можна ігнорувати взаємодію нейромереж з фразеологічними одиницями. Переклад та аналіз китайських фразеологізмів у тексті є дуже серйозним викликом для сучасних великих мовних моделей. Вони в певній мірі можуть перекласти окремі

чен'юй, але якість перекладу фразеологізмів в контексті залишається дуже низькою. Це підтверджують спеціальні тести, наприклад CHENGYUBENCH.

8. Важливим рушієм прогресу китайських фразеологізмів є взаємодія з іншими мовами. Цей чинник історично був великою силою у розвитку мови, що можна побачити з історії про двоїєрогліфічні японські терміни (канго) з різних наукових дисциплін, які з часом були запозичені до китайської мови. Зараз взаємодія з іншими мовами стала ще більш активною завдяки прискореному процесу глобалізації. Китайська мова запозичує багато нових виразів з європейських мов, особливо з англійської.

9. Незважаючи на активну модернізацію мови, китайці намагаються зберегти свою культуру та традиції. Китайське суспільство та уряд не дають класичним чен'юй стати пережитками минулого. Освітня система Китаю сприяє вивченню класичних китайських фразеологізмів ще з молодшої школи. З'являються нові шоу та конкурси на знання чен'юй, які заохочують молодь до вивчення традиційних виразів. Вдале використання чен'юй не тільки підвищує стиль мовлення та демонструє освіченість мовця, але й може вирішити долю успіху певної маркетингової кампанії. Цей фактор також є великою силою заохочення молоді до вивчення класичних фразеологізмів.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Предметом нашого дослідження були стилістичні особливості вживання фразеологічних одиниць у різних сферах сучасного китайського мовлення. Мова є живим дзеркалом, що відображає історію, культуру та світогляд народу, і фразеологізми, як квінтесенція народного досвіду, є одним із найяскравіших проявів цього зв'язку. Особливо це стосується китайської мови, яка має одну з найдавніших та найбагатших фразеологічних скарбниць у світі. **Метою нашого дослідження** було виявити та проаналізувати стилістичні характеристики китайських фразеологізмів, а також визначити закономірності їх використання в сучасному мовленні та медіапросторі. Ми можемо з упевненістю стверджувати, що поставлена мета була повністю досягнута.

Для досягнення цієї мети було виконано низку послідовних **завдань**. По-перше, ми розглянули основні поняття та підходи до класифікації китайських фразеологізмів, що дозволило закласти міцний теоретичний фундамент для подальшого аналізу. По-друге, було детально проаналізовано ключові види китайських фразеологічних одиниць: чен'юй, гуаньюн'юй, яньюй та сехоюй, виявлено їхні структурні та семантичні відмінності. По-третє, ми дослідили стилістичні та граматичні особливості фразеологізмів, що продемонструвало їхню функціональну гнучкість у реченні. Наступними кроками стали дослідження використання фразеологізмів у різних сферах мовлення — від повсякденного спілкування до реклами та інтернет-комунікацій — та аналіз основних напрямів їхнього розвитку і трансформації у XXI столітті.

У ході теоретичного аналізу було встановлено, що поняття «фразеологізм» у китайській лінгвістиці не має єдиного, уніфікованого визначення. Натомість, різні джерела (підручники, монографії, словники) акцентують увагу на різних аспектах: стійкості структури, цілісності значення, національному колориті, історичному контексті та тривалому використанні. Однак, незважаючи на розбіжності у визначеннях, було виокремлено ключові характеристики, що об'єднують ці мовні одиниці. На основі класифікації Сін Фуї ми вивчили чотири

основні типи фразеологізмів, кожен з яких займає свою унікальну нішу: класичні та літературні *чен'юй*, розмовні та лаконічні *гуаньюн'юй*, народні та повчальні *яньюй*, а також двокомпонентні *сехоуюй*.

Дослідження граматичних та стилістичних функцій показало, що фразеологізми є не просто лексичними одиницями, а потужними комунікативними інструментами. Їхня здатність виступати практично будь-яким членом речення — від підмета до присудка чи обставини — свідчить про глибоку інтеграцію в синтаксичну структуру мови. Водночас їхні стилістичні функції — експресивна, естетична, оцінювальна, функція лаконічності, підсилення аргументації та створення ефекту гасла — роблять мовлення більш яскравим, образним та переконливим. Саме ця багатофункціональність пояснює, чому фразеологізми залишаються незамінною частиною китайської мови протягом тисячоліть.

Практична частина дослідження підтвердила, що фразеологічні одиниці не є архаїзмами чи пережитками минулого. Вони активно функціонують у всіх сферах сучасного мовлення. Було виявлено, що для базового розуміння китайської мови необхідно знати щонайменше 200–300 найуживаніших *чен'юй*, а рівень освіченої людини передбачає володіння 2000–3000 виразами. Вони пронизують популярну культуру, з'являючись у текстах пісень та назвах кінофільмів, де слугують для створення емоційного ефекту та передачі глибокого змісту в лаконічній формі.

Особливо яскраво динамічність фразеології проявилася у сфері реклами та інтернет-комунікацій. У рекламі *чен'юй* використовуються не лише у своїй канонічній формі, а й зазнають креативних трансформацій. Через заміну ієрогліфів на омонімічні або візуально схожі, маркетологи створюють унікальні слогани, що поєднують культурну впізнаваність із просуванням бренду, як це було продемонстровано на прикладах кампаній Armani, Lavazza, Tesla та BMW. Це свідчить про високий ступінь адаптивності фразеологізмів до нових прагматичних завдань.

Інтернет-простір став справжнім інкубатором для еволюції фразеології. Тут з'являються абсолютно нові вирази, народжені з мемів та онлайн-дискусій (напр., 十动然拒). Класичні *чен'юї* зазнають фонетичних змін, інтегруючи іноземні, зокрема англійські, слова (*Tony 带水*), або набувають нового, іноді протилежного, значення (*空穴来风*). Ці процеси демонструють, що китайська фразеологія є відкритою системою, яка активно взаємодіє з глобальними культурними та мовними трендами.

**Наукова новизна** проведеного дослідження полягає у комплексній систематизації стилістичних ознак китайських фразеологізмів з урахуванням найсучасніших мовних тенденцій та практик їхнього вживання у різних сферах спілкування, включно з цифровим середовищем. На відміну від багатьох попередніх робіт, що фокусувалися переважно на класичному аспекті, наша робота продемонструвала двоїстий характер сучасної фразеології: з одного боку, відбувається збереження та актуалізація класичної спадщини через освітню політику та медіа, а з іншого — спостерігається бурхлива трансформація та створення нових форм під впливом глобалізації та інтернет-культури. Ми зробили **внесок** у розуміння того, як традиційні мовні одиниці адаптуються, модифікуються та знаходять нове життя в умовах швидких соціальних і технологічних змін.

**Практичне значення** отриманих результатів є багатогранним. Висновки дослідження можуть бути використані при викладанні китайської мови, допомагаючи студентам не лише вивчати значення фразеологізмів, а й розуміти контекст їхнього сучасного вживання, включаючи розмовний та інтернет-сленг. Для перекладачів ця робота надає інструментарій для адекватного відтворення стилістичних та культурних нюансів, що особливо важливо при роботі з рекламними та медійними текстами. Окрім того, результати можуть слугувати основою для створення нових методичних посібників, навчальних матеріалів та словників, що відобразатимуть актуальний стан китайської фразеології.

Підсумовуючи, **актуальність дослідження** є беззаперечною. Китайська мова, як і культура, перебуває у стані безперервного розвитку, а фразеологічний запас є одним із найчутливіших індикаторів цих змін. Глобалізація, цифровізація комунікації та взаємодія культур створюють нові виклики та можливості для мови. Проведене дослідження доводить, що фразеологізми не лише зберігають свою центральну роль у мовній системі, а й збагачуються, трансформуються та набувають нових функцій. Саме тому ця **тема потребує постійної уваги та подальших досліджень**, адже її швидкий розвиток відкриває нові горизонти для лінгвістичного аналізу, зокрема у сферах комп'ютерної лінгвістики, міжкультурної комунікації та соціолінгвістики. Майбутні дослідження можуть зосередитись на порівняльному аналізі еволюції фразеології у різних діалектах китайської мови або на вивченні механізмів адаптації іншомовних ідіом.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Баран Я. А., Зимомря М. І. Теоретичні основи фразеології. Ужгород, 1999. 176с.
2. Бігун Є. О. Лінгвістичні інтерпретації термінів «ідіома» та «фразеологічна одиниця». Збірник наукових праць / ред. Жуковська В. В., Папіжук В. О. Житомир : Вид-во Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2017. С. 195–197.
3. Власенко Л. В., Тригуб І. П. Фразеологічні одиниці та їх класифікація. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2019. № 39, том 3. 4 с.
4. Гнатківська Л. М. Функційно-стилістичні особливості «народних» фразеологізмів у китайській мові. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Романська філологія. Харків, 2021. № 2643. URL: <https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/article/view/2643>
5. Давиденко Т., Віротченко С. А. Функціональні стилі китайської та англійської мов: порівняльний аналіз. Питання Сходознавства в Україні. С. 89–91.
6. Корунець І. В. Вступ до перекладознавства : підручник. Вінниця : Нова Книга, 2008. 512 с.
7. Кулигіна Н. Семантична структура чен'юй та їх місце у фразеологічній системі китайської мови. Серія філологічна. Вип. 45. С. 198–205.
8. Кунін О. В. Фразеологія сучасної англійської мови. М. : Міжнародні відносини, 1972. 289 с.
9. Ларін Б. О. Фразеологія та лексикографія. К. : Наукова думка, 1989. 307 с.
10. Ліщенко В. О. Фразеологізми та особливості їх класифікації. Збірник наукових праць / ред. Жуковська В. В., Папіжук В. О. Житомир : Видавництво Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2017. С. 226–230.
11. Оскіна Т. Теоретичні засади китайськомовного спілкування (стилістика) : навчальний посібник. Одеса : Південноукраїнський національний університет імені К. Д. Ушинського, 2024. 163 с.

12. Сєкіна Н. Д. Класифікація фразеологізмів китайської мови. Питання Сходознавства в Україні. Харків, 2019. С. 96–98.
13. Сліпченко О. Діахронічні дослідження особливої фразеологічної одиниці китайської мови – чен'юй. Східні мови та літератури. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2011. № 17. С. 41–44.
14. Сліпченко О. Фразеологічна одиниця чен'юй у функціональних стилях китайської мови. Мовні і концептуальні картини світу. 2013. Вип. 43(4). С. 97–109.
15. Федічев О. Є. «Чен'юй» як найпоширеніший вид фразеологізмів у китайській мові. Українська орієнталістика. 2006. Вип. 1.
16. Arcodia G. F., Basciano B. Chinese linguistics: An introduction. Oxford : Oxford University Press. 341 p.
17. Chen Y. A Study on the Semantic and Syntactic Characteristics of Chinese Idioms. Journal of Language Teaching and Research. 2018. Vol. 9(3). P. 634–640.
18. Chinese-English Database of Chengyu (CEC). URL: <https://www.cjk.org/data/chinese/general/chinese-english-database-chengyu/>
19. Dayan Liu. Translation and Culture: Translating Idioms between English and Chinese from a Cultural Perspective. *Theory and Practice in Language Studies*. 2012. Vol. 2, № 11. P. 2357–2362. URL: <https://www.academypublication.com/issues/past/tpls/vol02/11/18.pdf>
20. Hu Rongxi, Xing Zhefu. Linguo-cultural features of the usage of Chinese xiehouyu. Закарпатські філологічні студії. 2023. Вип. 27, Том 2. 241 с.
21. Huang Yen-kai. A Dictionary of Chinese Idiomatic Phrases. Eton : The Eton Press, 1964. 1291 p.
22. Lanchun Wang, Shuo Wang. A Study of Idiom Translation Strategies between English and Chinese. Academy Publisher, 2013.
23. Liu Yingqin. Cultural Factors and Rhetorical Patterns in Classical Chinese Argumentation. Kent State University. Kent, 2007.
24. Liwei Jiao. 500 Common Chinese Proverbs and Colloquial Expressions. London : Routledge, 2013. 448 p.

25. Te-hsin Liu, Lily I-Wen Su. Chinese idioms as constructions Frequency, semantic transparency and their processing. *Language and Linguistics*, Volume 22, Issue 4, Sept 2021, p. 558 – 592
26. TrainChinese. <https://www.trainchinese.com>
27. 马国凡. 成语. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 1978. 450 c.
28. 葛本仪. 现代汉语词汇学. 山东人民出版社, 2001. 239 c.
29. 现代汉语词典. 北京: 商务印书馆, 2016. 1800 c.
30. 王本华. 实用现代汉语修辞. 知识出版社, 2002. 303 pages.
31. 徐国庆. 现代汉语词汇系统论. 北京大学出版社, 1999. 318 c.
32. 湖北大学古籍研究所编. 汉语成语大词典. 中华书局, 2019. 1131 p.
33. 喻家楼. 汉语成语英译词典. 中国科学技术大学出版社, 1998. 779 p.
34. 韩省之. 中国成语分类大词典. 新世界出版社, 1996. 1517 p.
35. 史式. 汉语成语研究. 四川人民出版社, 1979. 577 p.
36. 现代汉语词典. 北京: 商务印书馆, 2012, 1790 p.
37. 黄伯荣, 廖序东. 现代汉语[M]. 北京: 高等教育出版社, 2011. 273p.
38. 俞敏, 黄智显. 语言学概论[M]. 1956. 198p.
39. 中国语言学大辞典[W]. 江西: 江西教育出版社, 1991. 1174p.
40. 邢福义. 汉语语法学. 商务印书馆, 1996. 517p.
41. 歇后语大全. 中国民间文艺出版社, 1987.
42. 张莉. 网络缩略语词探析[J]. 河北师范大学学报, 2004.
43. 高考成语积累 1800 条. 郑州大学出版社, 2017.
44. 成语之美: 中华文化的智慧结晶. 万维易源. URL: <https://www.yicaiai.com/news/article/6699bf064ddd79f11a0133e0>
45. 成语与现代网络语境的融合: 认知社会语言学 视角下的语言变异研究. 马伊倩. 现代语言学, 2024.
46. 浅析网络新成语. 孟晓. *Jurnal Bahasa dan Budaya China*, 2015.

47. 2023 年中国网络广告市场研究. 2023 iResearch Inc.

## ДОДАТОК А. СЛОВНИК ЧЕН'ЮЙ

| Оригінал | Пін'їнь                 | Переклад українською   |
|----------|-------------------------|--|
| 破釜沉舟     | pòfǔ chénzhōu           | відрізати собі шлях до відступу  |
| 四面楚歌     | sìmiànchǔgē             | опинитися в безвихідному становищі   |
| 大刀阔斧     | dàdāo kuòfǔ             | сміливо, рішуче  |
| 高山流水     | gāoshānliúshuǐ          | висока гора, текуча вода   |
| 狐假虎威     | hújiǎ hǔwēi             | користуватися чужим авторитетом  |
| 一叶知秋     | yīyè zhī qiū            | прозорливість, далекоглядність   |
| 揠苗助长     | yà miáo zhù zhǎng       | робити зайву роботу  |
| 拔苗助长     | bá miáo zhù zhǎng       | робити зайву роботу  |
| 沆瀣一气     | hàngxiè yīqì            | початково: мати однакові інтереси, сьогодні: погані люди об'єдналися заради вигоди |
| 风马牛不相及   | fēng mǎ niú bù xiāng jí | не мати нічого спільного; одне з іншим не пов'язано                                |
| 画蛇添足     | huàshé tiānzú           | перестаратися  |
| 守株待兔     | shǒuzhū dàitù           | сподіватися на удачу   |
| 世外桃源     | shìwài táoyuán          | рай на землі   |
| 张冠李戴     | zhāng guān lǐ dài       | переплутати  |
| 前怕狼，后怕虎  | qián pà láng, hòu pà hǔ | бути надмірно обережним або боязливим  |
| 争分夺秒     | zhēng fēn duó miǎo      | не гаїти часу  |

|                     |  |  |
|---------------------|--|--|
| 燕子低飞蛇过道，<br>大雨不久就来到 | yànzi dīfēi fēishé guòdào,<br>dà yǔ bùjiǔ jiù lái dào            | якщо ластівки низько літають –<br>буде дощ   |
| 今冬麦盖三层被，<br>来年枕着馒头睡 | jīndōng mài gài sāncéng<br>bèi, lái nián zhěn zhe<br>mántou shuì | якщо взимку захистити<br>пшеницю товстим покривом,<br>наступного року житимеш у<br>достатку                    |
| 饭后百步走，活到<br>九十九     | fàn hòu bǎi bù zǒu, huó<br>dào jiǔ shí jiǔ                       | якщо кожного разу після їжі<br>проходити 100 кроків, то<br>проживеш до 99 років                                |
| 狭路相逢勇者胜             | xiá lù xiāng féng yǒng zhě<br>shèng                              | перемагають хоробрі  |
| 蜂采百花酿甜蜜，<br>人读群书明真理 | fēng cǎi bǎi huā niàng<br>tiánmì, rén dú qún shū<br>míng zhēnlǐ  | бджола збирає нектар із сотні<br>квітів, щоб зробити мед; людина<br>читає багато книжок, щоб<br>пізнати істину |
| 孔夫子搬家—尽是<br>书（输）    | kǒng fūzǐ bānjiā—jìn shì<br>shū                                  | Конфуцій переселяється - всюду<br>одні книги   |
| 冷水发面—没多大<br>长进      | lěng shuǐ fā miàn — méi<br>duō dà zhǎngjìn                       | замішувати тісто на холодній<br>воді — великого підйому не буде  |
| 老鼠过街—人人喊<br>打       | lǎo shǔ guò jiē — rén rén<br>hǎn dǎ                              | миша вибігла на вулицю — всі<br>кричать: бий!  |
| 刘备借荆州—只借<br>不还      | Liú Bèi jiè Jīngzhōu — zhǐ<br>jiè bù huán                        | Лю Бей позичив Цзінчжоу —<br>позичив, але не повернув,   |
| 碰钉子                 | pèng dīngzi  | отримати відмову   |
| 开绿灯                 | kāi lǜdēng   | дозволити  |
| 耳边风                 | ěrbiānfēng   | пропускати повз вуха   |

|            |                                      |  |
|------------|--------------------------------------|--|
| 耳旁风        | ěrpángfēng                           | (вариант 耳边风)  |
| 耳朵软 / 软耳朵  | ěrduo ruǎn / ruǎn ěr duo             | довірливий   |
| 耳软         | ěr ruǎn                              | (скорочення від 耳朵软)   |
| 亡羊补牢       | wángyáng bǔláo                       | вчитися на помилках  |
| 纸上谈兵       | zhǐ shàng tán bīng                   | пусті балачки  |
| 一见如故       | yī jiàn rú gù                        | відразу ж порозумітися                                       |
| 自相矛盾       | zìxiāng máodùn                       | суперечити сам собі  |
| 对牛弹琴       | duì niú tánqín                       | немає жодного сенсу  |
| 掩耳盗铃       | yǎn'ěr dào líng                      | не визнавати очевидне  |
| 一心一意       | yīxīn yīyì                           | дуже відданий  |
| 半途而废       | bàntú ér fèi                         | здаватися на півдорозі                                       |
| 全力以赴       | quánlì yǐ fù                         | докласти максимум зусиль                                     |
| 迫不及待       | pò bù jí dài                         | з нетерпінням  |
| 一清二楚       | yīqīng èrchǔ                         | чітко та ясно  |
| 七窍生烟       | qīqiào shēngyān                      | бути поза себе від люті                                      |
| 冰冻三尺，非一日之寒 | bīng dòng sān chǐ, fēi yī rì zhī hán | крига товщиною у 3 чі (1 метр)<br>не утвориться за один день |
| 火上加油       | huǒshàng jiāyóu                      | додати масла у вогонь  |
| 胸有成竹       | xiōng yǒu chéng zhú                  | мати чіткий план   |
| 见利忘义       | jiàn lì wàng yì                      | користолюбний  |
| 同舟共济       | tóngzhōu gòngjì                      | плисти в одному човні  |
| 因噎废食       | yīn yē fèi shí                       | перестати їсти через страх<br>вдаватися                      |

|      |                   |   |
|------|-------------------|---|
| 一帆风顺 | yī fān fēng shùn  | попутний вітер роздуває вітрило                               |
| 乱七八糟 | luàn qī bā zāo    | хаос, безлад  |
| 入乡随俗 | rù xiāng suí sú   | поважати місцеві звичаї                                       |
| 五花八门 | wǔ huā bā mén     | різноманітний   |
| 小题大做 | xiǎo tí dà zuò    | перебільшувати  |
| 高瞻远瞩 | gāo zhān yuǎn zhǔ | далекоглядний, прозорливий                                    |
| 未雨绸缪 | wèi yǔ chóu móu   | підготуватися заздалегідь                                     |
| 居安思危 | jū ān sī wēi      | вживати запобіжних заходів                                    |
| 醍醐灌顶 | tí hú guàn dǐng   | прозріти  |
| 越俎代庖 | yuè zǔ dài páo    | перевищувати повноваження                                     |
| 管窥蠡测 | guǎn kuī lí cè    | мати вузький світогляд  |
| 东箭南金 | dōng jiàn nán jīn | рідкісний талант  |
| 刻骨铭心 | kègǔ míngxīn      | запам'ятати назавжди  |
| 理所当然 | lǐsuǒ dāngrán     | само собою зрозуміло  |
| 一尘不染 | yī chén bù rǎn    | чистий, бездоганний   |
| 卧虎藏龙 | wòhǔ cánglóng     | прихований талант   |
| 地久天长 | dìjiǔ tiāncháng   | навіки віків, назавжди  |
| 热情洋溢 | rèqíng yángyì     | переповнений ентузіазму                                       |
| 特立独行 | tèlì dúxíng       | оригінальний  |
| 一马当先 | yī mǎ dāng xiān   | бути в авангарді  |
| 路人皆知 | lùrén jiēzhī      | усім відомо   |
| 十动然拒 | shí dòng rán jù   | дуже зворушений, але все одно відмовляю; гарна спроба, але ні |

|      |                   |   |
|------|-------------------|---|
| 不明觉厉 | bù míng jué lì    | нічого не зрозуміло, але дуже цікаво  |
| 累觉不爱 | lèi jué bù ài     | так втомився, що вже ніколи не закохаюсь  |
| 喜大普奔 | xǐ dà pǔ bēn      | вираження надзвичайної радості чи загального піднесення                         |
| 细思恐极 | xì sī kǒng jí     | чим більше думаєш, тим страшніше стає   |
| 人艰不拆 | rén jiān bù chāi  | життя й так складне, не треба руйнувати ілюзії                                  |
| 拖泥带水 | tuō ní dài shuǐ   | затягувати  |
| 生无可恋 | shēng wú kě liàn  | немає сенсу жити далі   |
| 令人作呕 | lìng rén zuò ǒu   | огидний   |
| 无精打采 | wú jīng dǎ cǎi    | не мати духу  |
| 空穴来风 | kōng xué lái fēng | початково: чутка не з'являється без причини, сьогодні: безпідставна чутка       |
| 无法无天 | wú fǎ wú tiān     | початково: без законів і неба, сьогодні: пустотливий, неслухняний               |
| 灯红酒绿 | dēng hóng jiǔ lǜ  | початково: розпусний спосіб життя, сьогодні: яскраве нічне життя великого міста |
| 冰山一角 | bīng shān yī jiǎo | верхівка айсберга   |

## SUMMARY

In our paper, we have analyzed the stylistic characteristics of phraseological units in the modern Chinese language. The language is not just a tool for communication; it is also a mirror of a nation's culture and history. This is especially true for Chinese, which has a very long and rich literary and cultural tradition. As a result, it has accumulated a huge number of set phrases that are used in almost every part of life.

**The actual value of this study** is due to the fact that under the influence of globalization and new communication practices, the modern Chinese language is changing very quickly. The meanings and features of the use of phraseological units are constantly changing under the influence of modern trends in the development of society and technology. Therefore, the issue of the stylistic features of phraseological units requires new research that will correspond to modern realities.

The problems of Chinese phraseology are chosen as **the object of the research**, and the stylistic features of the use of phraseological units in various spheres of modern speech are its **subject**.

**The purpose of the work** is to identify and analyze the stylistic characteristics of Chinese phraseologisms, as well as to determine the patterns of their use in modern speech and media.

To achieve the above-mentioned goal, a number of **tasks** have been solved, namely:

- to review the basic concepts and classifications of Chinese phraseologisms;
- to analyze the main types of phraseological units – *chéngyǔ*, *guànyòngyǔ*, *yànyǔ*, and *xiēhòuyǔ*;
- to look into the grammatical and stylistic roles of phraseologisms in a sentence;
- to investigate how phraseologisms are used in different areas of communication today;
- to analyze the direction of the development and transformation of Chinese phraseologisms in the 21st century.

Classical and modern texts of the Chinese language, media publications, examples from internet communications, as well as dictionaries and linguistic works on phraseology make up the **research material**.

Among the main **research methods**, the following should be mentioned: analysis and generalization, comparative analysis, stylistic analysis, and an applied method using specific text samples.

**The scientific novelty of the research**, in our opinion, lies in the systematization of the stylistic features of Chinese phraseologisms, taking into account modern linguistic trends and practices of their use in various spheres of communication, including the digital environment.

**Statements to be defended:**

1. Chinese phraseological units are not static historical artifacts but a dynamic, living system that actively adapts to and reflects the realities of modern society, particularly in media, advertising, and digital communication.
2. Contemporary usage is characterized by two key processes: the creative transformation of classical idioms for new purposes (such as wordplay in advertising) and the constant creation of new phraseological units (neologisms) driven by internet culture and viral trends.
3. The development of Chinese phraseology is moving in two directions simultaneously: a renewed interest in preserving and promoting classical idioms as part of cultural heritage, and the rapid, informal evolution of language online, leading to a synthesis of traditional and modern forms.

We see **the practical value of the research** in the fact that its results and conclusions can be used in teaching the Chinese language, in the translation of texts, in the creation of methodological manuals, and when working with modern Chinese media.

The purpose and tasks of the research determined the structure of this graduation thesis. It consists of an introduction, two parts, a conclusion, and references.

**Part 1** of the research covers the theoretical background. It explores how there isn't one single, universally accepted definition of a "phraseological unit." By looking at various sources, we identify key features: they are stable combinations of words, their meaning is holistic, and they are deeply connected to Chinese culture. We base our classification on the work of Xing Fuyi, who divides them into four main types: *chéngyǔ* (成语), *yànyǔ* (谚语), *xiēhòuyǔ* (歇后语), and *guànyòngyǔ* (惯用语). We also found that these units are very flexible grammatically and deeply integrated into the language's structure.

**Part 2** of the research is dedicated to analyzing the practical use of these idioms in today's China. They are not relics of the past but are ubiquitous in modern communication. We found their use in advertising particularly interesting, where marketers creatively change original idioms for commercial purposes, like Lavazza's "dàjú dàlì" (大桔大栗) campaign. The internet is where the most dramatic evolution is happening, giving rise to new idioms from viral stories, like *shí dòng rán jù* (十动然拒), and humorous linguistic blends, showing how flexible and alive the language is.

Based on the results of the research, an article (co-authored with the scientific supervisor) was prepared and submitted for publication in the scientific professional journal of category B – "Наукові перспективи".