

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 Лахмотова Ю.В.
(прізвище та ініціали)

(підпис)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**ПЕЙОРАТИВНА ЛЕКСИКА У СУЧАСНОМУ КИТАЙСЬКОМОВНОМУ
ДИСКУРСІ**

Виконавець:

студент/студентка: II курсу магістратури,
групи КМП-61

Пономаренко Владислави Валентинівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник роботи:

Лахмотова Юлія Валеріївна, кандидат
педагогічних наук, доцент кафедри східних мов та міжкультурної комунікації
(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

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕЙОРАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ	6
1.1. Поняття та ознаки пейоративності в мовознавстві	6
1.2. Класифікації пейоративів у мовознавстві	8
1.3. Пейоративна лексика як соціолінгвістичний та прагматичний феномен .	13
Висновки за розділом 1	20
РОЗДІЛ 2. ПЕЙОРАТИВНА ЛЕКСИКА У СУЧАСНОМУ КИТАЙСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ	23
2.1. Основні групи китайських пейоративів (соціальні, етнічні, політичні, гендерні тощо).....	23
2.2. Стилiстичні рівні пейоративної лексики: розмовна, просторічна, сленгова, медійна	26
2.3. Пейоративна лексика в медіа та інтернет-комунікації	30
Висновки за розділом 2	34
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПЕЙОРАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ	37
3.1. Пейоративи в інтернет-комунікації (WeChat, Weibo, Douyin та інші соцмережі).....	37
3.2. Особливості перекладу китайських пейоративів українською та англійською мовами.....	42
3.3. Рекомендації щодо дослідження пейоративної лексики у сучасному китайськомовному дискурсі	48
Висновки за розділом 3	54
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
АНОТАЦІЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ	67

ВСТУП

Актуальність дослідження. Мова є не лише засобом комунікації, а й дзеркалом суспільних процесів, у якому відображаються культурні традиції, соціальні норми та психологічні установки певного народу. У цьому контексті особливий інтерес становить пейоративна лексика, що виконує функцію вираження негативної оцінки, емоційного напруження або соціального дистанціювання. У сучасному глобалізованому світі, де зростає роль міжкультурної комунікації, важливо досліджувати механізми вживання такої лексики у різних мовах.

Китайська мова посідає особливе місце завдяки своїй численності носіїв і широкому використанню у світі. Сучасний китайськомовний дискурс, особливо інтернет-комунікація (Weibo, WeChat, Zhihu), є надзвичайно динамічним і характеризується активним формуванням нових лексичних одиниць, у тому числі пейоративного характеру. Пейоративна лексика тут виконує не лише функцію емоційного вираження, а й відображає соціальні конфлікти, політичні протистояння, проблему цензури, гендерні та етнічні стереотипи. Таким чином, дослідження пейоративної лексики у сучасному китайськомовному дискурсі є важливим як у теоретичному, так і в практичному плані, адже воно дає змогу простежити взаємозв'язок мови, культури та суспільних процесів [12; 29].

Об'єкт дослідження. Сучасний китайськомовний дискурс, у межах якого функціонує пейоративна лексика (усна мова, інтернет-комунікація, публіцистика).

Предмет дослідження. Пейоративна лексика сучасної китайської мови та її прагматичні, семантичні та соціокультурні особливості.

Мета дослідження. Комплексно проаналізувати пейоративну лексику сучасного китайськомовного дискурсу, з'ясувати її структурно-семантичні характеристики, функції у комунікативній практиці та визначити соціокультурні чинники, що зумовлюють її використання.

Завдання дослідження: Розглянути поняття «пейоративність» та визначити місце пейоративної лексики в системі сучасної китайської мови. Дослідити основні семантичні та прагматичні групи пейоративної лексики у сучасному китайськомовному дискурсі (медіа, соціальні мережі, розмовне мовлення). Визначити особливості перекладу китайських пейоративних одиниць українською мовою та виявити міжкультурні відмінності у використанні та сприйнятті пейоративної лексики

Матеріал дослідження. Матеріалом слугували приклади пейоративної лексики, зібрані з китайських соціальних мереж (Weibo, WeChat, Zhihu), інтернет-форумів, електронних ЗМ (онлайн-видання, новинні портали, блоги), сучасної художньої літератури та кіносценаріїв.

Методи дослідження. У роботі застосовано:

- описовий метод – для систематизації та класифікації пейоративної лексики;
- метод контекстуального аналізу – для вивчення прагматичних функцій пейоративних одиниць;
- елементи корпусного аналізу – для визначення частотності вживання певних лексем;
- порівняльний метод – для зіставлення китайських пейоративних одиниць з українськими та англійськими відповідниками;
- дискурс-аналіз – для виявлення прагматичних стратегій використання пейоративів у комунікації.

Наукова новизна дослідження. Новизна полягає у комплексному аналізі пейоративної лексики сучасної китайської мови з урахуванням її соціокультурних та комунікативних функцій. У роботі вперше запропоновано класифікацію китайських пейоративів з позицій їхнього функціонування в інтернет-дискурсі та здійснено спробу зіставлення з українським мовним матеріалом.

Теоретична значущість дослідження. Результати роботи можуть бути використані у подальших лінгвістичних дослідженнях з китайської мови,

лінгвопрагматики та соціолінгвістики, а також у міжкультурних студіях. Вони можуть стати підґрунтям для подальших досліджень у сфері китайського мовознавства, міжкультурної комунікації та перекладознавства.

Практичне значення дослідження. Матеріали роботи можуть бути застосовані у викладанні китайської мови, при укладанні словників сучасної лексики, у практиці перекладу та вивченні мовної поведінки у соціальних мережах. Також результати дослідження можна використати при формуванні спецкурсів із соціолінгвістики та міжкультурної комунікації. Практична цінність полягає також у застосуванні висновків у перекладацькій діяльності, особливо при роботі з текстами медіа й соцмереж.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження були апробовані у вигляді статті (у співавторстві з науковим керівником), яку подано до друку у науковому фаховому виданні категорії Б – «Перспективи та інновації науки».

Структура кваліфікаційної магістерської роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, що містять теоретичний і практичний аналіз, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить близько 55–60 сторінок. Містить три таблиці та 55 джерел з яких 10 англійською мовою, 40 українською мовою та 5 китайською мовою.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕЙОРАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ

1.1. Поняття та ознаки пейоративності в мовознавстві

У сучасному мовознавстві проблема вивчення пейоративності посідає одне з чільних місць серед досліджень, пов'язаних із оцінними компонентами мови. Будь-як природна мова не є нейтральною системою знаків: вона завжди відображає культурний та соціальний досвід народу, цінності цього народу, уявлення про добро та зло, прийнятне й неприйнятне. Саме тому в лексиці кожної мови існує значний прошарок слів та виразів, які використовуються для негативної оцінки певних явищ чи осіб. Такі одиниці позначаються терміном «пейоративна лексика», а їхня загальна властивість – «пейоративність».

У найзагальнішому розумінні, пейоративність можна визначити як наявність у мовному виразі негативно, принизливого або образливого значення. Це значення може бути закладене у семантиці слова з самого початку, або ж воно з'являється внаслідок використання мовної одиниці в конкретному контексті. Наприклад, деякі лексеми є пейоративними незалежно від обставин уживання: слова такі як «дурень», «покидьок», «мерзотник», завжди сприймаються як образливі й мають стійку негативну оцінку. Водночас інші слова можуть змінювати своє забарвлення залежно від ситуації або спілкування. Нейтральне слово «дитина» у певному висловлюванні здатне набести іронічного чи навіть моментами зневажливого відтінку: «та дитина не розуміє нічого». Таким чином, пейоративність є не лише властивістю окремих слів, а й ще результатом комунікативної дії мовця [26; 34].

Актуальність дослідження пейоративності визначається кількома факторами. По-перше, негативна оцінка є невід'ємною частиною людського спілкування: вона виконує соціально значущі функції, дозволяючи мовцю висловити своє ставлення до співрозмовника або явища, встановити ієрархію в спілкуванні, щоб підкреслити дистанцію або, навпаки, показати близькість у колі

«своїх людей». По-друге, зневажливий лексикон відображає глибоко вкорінені культурні стереотипи та цінності в певному суспільстві. Аналізуючи його, ми можемо зробити висновки не тільки про мовну систему, а й про менталітет, соціальну структуру та світогляд мовців. По-третє, феномен пейоративності тісно пов'язаний з такими мовними категоріями, як виразність, емоційність, табу та дисфемізм, і тому вимагає комплексного міждисциплінарного підходу.

Дослідження пейоративності з'являється в класичних працях з семантики та стилістики. У європейській традиції особлива увага приділялася процесу, за допомогою якого слово з нейтральним або навіть позитивним значенням з часом набуває негативного відтінку, тобто «семантичній деградації» або «пейорації». Відомим прикладом є англійське слово «silly», яке в староанглійській мові означало «святий» або «невинний», тоді як сьогодні воно вживається в значенні «дурний». Такі процеси можна спостерігати і в інших мовах, що свідчить про універсальність цього явища. Подібні приклади зниження оціночного значення можна знайти в слов'янських мовах: колишні шанобливі форми звертання або імена з часом набули зневажливого значення.

Важливо також, що пейоративність має виражений прагматичний вимір. Іншими словами, її не можна розглядати лише як лексико-семантичне явище. Навіть слова, які в словнику позначені як нейтральні, можуть використовуватися в певному мовленнєвому акті як засіб глузування або приниження. Це залежить від інтонації, комунікативної ситуації та відносин між мовцем і адресатом. Таким чином, пейоративність виявляється складним явищем, що поєднує семантичний, прагматичний і соціокультурний рівні.

Особливо цікавою є пейоративна лексика у дискурсах різних культур. Для української мовної традиції характерні образи, які пов'язані із зооморфізмами («свиня», «віслиук»), бо з побутовими реаліями («лапоть», «мужик» у негативному значенні). Для китійської мови типовими є вирази, які кцентують на ієрархії, статусі, підпорядкуванні, а також зооніми, які мають негативне символічне навантаження. Таким чином, вивчення пейоративності дозволяє

простежити культурно-специфічні способи вираження негативної оцінки та співвіднести їх із суспільними нормами [1; 13; 17; 20].

У сучасному світі проблема образливих термінів стає ще більш актуальною через зростаючу роль засобів масової інформації та онлайн-комунікації. Щодня в соціальних мережах, блогах і на форумах з'являються нові зневажливі неологізми, що відображають сучасні соціальні процеси. Вони часто виникають у відповідь на політичні події, економічні зміни або культурні явища. Наприклад, у китайському інтернеті поширені нові зневажливі терміни, призначені для висміювання певних соціальних груп: 屌丝 (diǎosī – «невдаха»), 键盘侠 (jiàn pán xiá – «клавіатурний воїн»), 小粉红 (xiǎo fěnhóng – «маленькі червоні», тобто надмірно патріотичні користувачі). Всі ці лексеми демонструють, що зневажливості є не тільки лінгвістичним, а й соціальним явищем [28; 30, с. 57;].

Таким чином, це вступне ознайомлення з проблемою негативного значення в лінгвістиці демонструє складність цього явища. Воно охоплює як семантичний рівень, що стосується значення слова, так і прагматичний рівень, який залежить від мовної ситуації, і культурний рівень, що відображає соціальні уявлення та стереотипи. Саме тому вивчення пейоративної лексики є надзвичайно важливим завданням сучасної лінгвістики, оскільки воно дозволяє зрозуміти взаємодію між мовою і культурою, мовою і суспільством, а також мовою і індивідуальною лінгвістичною поведінкою.

1.2. Класифікації пейоративів у мовознавстві

Класифікація пейоративної лексики залишається однією з найскладніших проблем сучасної лінгвістики. Хоча існує загальноприйняте визначення поняття зневажливого характеру, його систематизація залишається предметом значних дискусій. Це пов'язано насамперед із багатогранністю цього явища: зневажливі терміни можна розглядати з семантичної, прагматичної, стилістичної, функціональної та соціокультурної точок зору. Як наслідок, лінгвістика

розробила кілька підходів до класифікації зневажливих термінів, кожен з яких відображає конкретні аспекти цього складного явища.

У мовознавстві існують різні способи класифікації пейоративної лексики. Найпоширеніші критерії:

За семантичними сферами:

- зооніми (*собака, свиня, гусак*; 狗 gǒu, 猪 zhū – у китайській);
- фізичні характеристики (*товстун, кривий*);
- інтелектуальні якості (*дурень, бовдур*);
- морально-етичні оцінки (*покидьок, зрадник*);
- соціальний статус (*селяк, лузер*).

За стилістичним рівнем:

- розмовно-побутові образи (*дурена*);
- жаргонні/сленгові (*лох, ботан*);
- лайка (*чорт забирай*);
- літературні (іронічні, саркастичні метафори у художніх текстах).

За ступенем інтенсивності негативної оцінки:

- легкі (іронічні чи фамільярні – *ледар, базіка*);
- сильні (образливі – *мерзотник, покидьок*);
- табуйовані (вульгарна лайка).

Перші спроби класифікації пейоративних термінів сягають лексичних і стилістичних досліджень XIX століття. У той час дослідники цікавилися переважно семантичною природою цих слів. Було запропоновано класифікувати зневажливі терміни за джерелом їх негативної оцінки: ті, що позначають фізичні вади або недоліки, ті, що позначають інтелектуальну неспроможність, ті, що позначають моральні вади, ті, що позначають соціальний статус, і ті, що позначають поведінкові особливості. Ця класифікація відображала основні сфери людської діяльності, що піддавалися негативній оцінці, і, безсумнівно, була значущою. Однак вона була досить обмеженою, оскільки не враховувала практичний аспект пейоративних термінів [26; 35; 38;].

У ХХ столітті розвинувся інший підхід, який можна назвати функціональним. Його прихильники вважали, що зневажливі терміни слід класифікувати не тільки за їхнім значенням, але й за роллю, яку вони відіграють у спілкуванні. Таким чином, розрізняють зневажливі вирази, іронічні вирази та зневажливі вирази, що використовуються як засіб соціального дистанціювання. Кожна з цих груп виконує свою специфічну функцію. Перша полягає в образі іншої людини, друга — в її висміюванні, а третя — у відокремленні «себе» від «інших». Цей підхід, близький до сучасного аналізу дискурсу, показав, що зневажливий характер не можна відокремлювати від контексту спілкування.

Особливо варто згадати типологію, засновану на стилістичних характеристиках. Багато дослідників пропонують розрізнити літературні зневажливі терміни та нелітературні зневажливі терміни. Перші зустрічаються в художній літературі, журналістиці та вишуканих жанрах і можуть мати форму іронічних виразів або витончених метафор. Другі — це вульгарні, сленгові або грубі слова, які в основному використовуються в усній комунікації та в Інтернеті. Це розрізнення важливе для спостереження за тим, як одна і та ж функція може бути реалізована за допомогою різних мовних засобів залежно від стилю.

Семантико-прагматична класифікація також дуже корисна, оскільки вона розподіляє зневажливу лексику на кілька великих груп. По-перше, це зневажливі терміни, що характеризують інтелектуальні якості людини: «ідіот», «дурень», «некомпетентний». По-друге, це лексика, пов'язана з фізичною зовнішністю: «потворний», «потворна жінка». По-третє, слова, що позначають соціальний статус і поведінку: «простолюдин», «нахабний», «шахрай». Нарешті, існує група зневажливих термінів, пов'язаних з моральними та етичними характеристиками: «сміття», «лицемір», «мерзенний». У китайській мові існують подібні групи, але їхні характеристики відрізняються. Наприклад, зневажливі терміни, такі як 猪头 «zhūtóu» («свиняча голова»), виражають як тваринні риси, так і відсутність інтелектуальних здібностей, тоді як 草包 «cǎobāo» («мішок соломи») вказує на незначність і порожнечу людини [49; 50].

Класифікація лайливих слів за їх походженням також цікава. Лінгвісти розрізняють питомні або автохтонні, пейоративи та запозичені слова. У китайській мові більшість сучасних образливих неологізмів походить з англійської мови або утворюється шляхом запозичення іноземних виразів. Це пов'язано з процесами глобалізації та активним розвитком інтернет-культури. Наприклад, вираз «直男癌» (zhí nán ái – «чоловічий шовінізм», тобто токсична маскуліність) заснований на англійському терміні «male chauvinism».

З мовної та культурної точки зору, зневажливі терміни часто класифікуються за темами, що відображають цінності певного народу. У європейських мовах переважають образи, пов'язані з тваринами або фізичними вадами, тоді як у китайській культурі особливу роль відіграють соціально-ієрархічні ознаки. Це можна пояснити тим, що китайське суспільство традиційно організоване за принципом підпорядкування, і будь-яке відхилення від цього принципу сприймається як негативний знак. Тому переважають зневажливі терміни, що позначають «низький статус», «відсутність походження» або «відсутність авторитету».

Цікавою є також класифікація зневажливих термінів за їхньою лінгвістичною побудовою. У різних мовах саме в цій області спостерігається тенденція до лексичної продуктивності. Так, в українській мові активно використовуються суфікси з негативним відтінком: «-исько» (стара жінка, товстий чоловік), «-юга» (пияка), «-яра» (скупий). У китайській мові продуктивними є метафоричні складені слова з ієрогліфів з негативним відтінком: 王八蛋 (wángbā dàn – «байстрюк», буквально «яйця черепахи»), 废物 (fèiwù – «сміття»). Ці методи словотворення створюють цілу систему формальних і семантичних зразків, які також можна розглядати як основу для класифікації.

Особлива увага приділяється також класифікації зневажливих виразів за ступенем інтенсивності негативної оцінки. Деякі слова мають відносно м'яке значення («ідіот», «незграбний»), інші є відверто образливими і табуованими

(«байстрюк», «покидьок»). У китайській мові ця шкала варіюється від злегка іронічних виразів (小气鬼 — «дріб'язковий») до надзвичайно грубих образ (王八蛋 — «бастард»). Цей аспект є важливим для перекладознавства, оскільки при перекладі зневажливих термінів на іншу мову необхідно враховувати ступінь образи, щоб не спотворити значення і прагматичний ефект висловлювання.

Інша класифікація пейоративного словника полягає в розрізненні окремих виразів і виразів з розмовної мови. Перші створюються письменниками або ораторами для досягнення певного ефекту і можуть бути унікальними. Другі закріплені в мовній системі і стають звичними для всіх носіїв мови. Так, у китайській літературі 20 століття можна знайти численні образи авторів, які не виходили за межі тексту, але стали важливими для розуміння стилю письменника. На відміну від цього, інтернет-меми та неологізми швидко стають загальноживаними словами і набувають широкого поширення.

У сучасній лінгвістиці популярним є також корпусний підхід до класифікації пейоративів. Використання електронних корпусів дозволяє систематизувати лексику за частотністю вживання, контекстами, жанрами дискурсу. Це дає змогу виокремлювати ядро пейоративної лексики – найбільш поширені образливі слова, що функціонують у повсякденному мовленні, і периферію, до якої належать рідкісні, архаїчні або авторські інвективи. У китайських корпусах, наприклад, видно, що найбільш уживаними залишаються такі слова, як 垃圾 (lājī – «сміття»), 废物 (fèiwù – «непотріб»), тоді як низка традиційних образ на зразок 狗崽子 (gǒuzǎizi – «цуцик») поступово відходять на периферію [18; 13; 14; 49].

У підсумку можна зазначити, що класифікація пейоративів у мовознавстві здійснюється за різними критеріями: семантичним, функціональним, стилістичним, культурним, словотвірним, прагматичним. Жодна з цих класифікацій не є вичерпною, проте всі вони в комплексі дозволяють глибше зрозуміти природу пейоративності. Особливої уваги заслуговує зіставний підхід, адже лише в порівнянні різних мов можна побачити, які сфери людського життя

найчастіше стають об'єктом негативної оцінки в тій чи іншій культурі. Для китайської мови характерна орієнтація на соціально-ієрархічні характеристики, у той час як у слов'янських мовах переважають зооморфізми та фізіологічні ознаки. Саме ця культурна специфіка має стати предметом подальшого докладного аналізу.

1.3. Пейоративна лексика як соціолінгвістичний та прагматичний феномен

Пейоративна лексика є центральним пунктом дотику мови та суспільства; вона відображає соціальні відносини, слугує інструментом міжособистісного впливу та виявляє культурні моделі, вкорінені в мовній практиці носіїв мови. З соціолінгвістичної точки зору, пейоративи можна розглядати як визначальні фактори соціальних ієрархій ідентичності, а з прагматичної точки зору — як стратегічні мовні акти, які виконують певні функції в мові: приниження, дистанціювання, групова ідентифікація, сатиричні висловлювання або маніпулювання громадською думкою. У цьому розділі я розглядаю лексику пейоративів як складне явище і показую, як семантичне значення пейоративів впливає на їхні соціальні та прагматичні наслідки, ілюструючи це численними прикладами, взятими із сучасного китайського дискурсу та інтернет-простору.

Виходячи з соціолінгвістичного виміру, слід підкреслити, що мова завжди служить не тільки для називання предметів і дій, але й соціальних позицій. Пейоративні одиниці підкреслюють цю соціальну роль мови: називаючи когось певним чином, мовець не тільки висловлює емоційну оцінку, але й закріплює статусні відмінності. У традиційних ієрархічно орієнтованих суспільствах, до яких з історичної та культурної точки зору належить Китай, мовні форми, пов'язані з «низьким» статусом, мають підвищену ефективність. Порівняння китайських і західних пейоративів показує, що хоча загальна механіка є однаковою — негативна оцінка, експресивність і прагматичний намір — проте культурні деталі та тематичні пріоритети є різними. Наприклад, у китайському дискурсі частіше зустрічаються терміни, що стосуються проблем

підпорядкування, лояльності та репутації сім'ї; образи, які в слов'янських мовах часто асоціюються з фізичними вадами або метафорами тварин, у китайській системі диференціюються за історичними конотаціями та графічними традиціями (наприклад, графемами або історичними застосуваннями з негативним відтінком). Це відображає більш широку соціолінгвістичну істину: вибір негативного терміна завжди формується культурними очікуваннями та соціальним контекстом [3; 13; 21].

Прагматична функція пейоративів особливо помітна в міжособистісних діях. Пейоратив не тільки визначає, але й впливає: принижує, висміює, «відштовхує», мобілізує групу або легітимізує негативну оцінку. У лінгвістичній термінології це можна описати як мовленнєвий акт перформативного характеру: висловлювання не тільки передає інформацію, але й змінює соціальний статус мовця та адресата. Наприклад, у політичних дискурсах або публіцистичних текстах пейоративи часто використовуються з метою дискредитації опонентів, впливу на емоційне ставлення аудиторії та посилення поляризації. В інтернет-комунікації, де відчуття дистанції та анонімності посилюється, прагматична сила пейдоративів може зрости, оскільки анонімні або напіванонімні користувачі відчувають менше обмежень у вираженні агресії.

Соціолінгвістичний аналіз підкреслює зв'язок між зневажливими термінами та груповою ідентичністю. Зневажливі терміни служать засобом внутрішньої категоризації групи: вони сприяють створенню та підтримці відчуття «ми» та «вони». Онлайн-групи, субкультури, фан-спільноти та політичні рухи часто створюють власні терміни для сторонніх, що не лише зміцнює їхню згуртованість, але й робить взаємодію безпосередньо комунікативною — образа функціонує як сигнал «ми належимо разом». Цей механізм особливо очевидний у китайському інтернет-сленгу, де терміни, спочатку використовувані як образи, переймаються тими, кого ображають, як маркери самоідентифікації. Типовим прикладом є неологізм «屌丝» (diǎosī), який спочатку був образою і поступово відроджувався деякими молодими людьми як самопознання. Це ілюструє, як зневажливий термін може перетворитися на

груповий символ, втрачаючи частину своєї первісної негативної сили та набуваючи елементів іронії чи самознуцання. Феномен «diaosi» та його соціокультурні наслідки добре задокументовані в численних дослідженнях, що досліджують перехід від приниження до самоідентифікації в контексті цифрової комунікації.

В онлайн-дискурсі прагматичні аспекти зневажливих слів зазнають значних трансформацій. Цифрова комунікація характеризується специфічними жанрами та технічними умовами: швидкістю обміну, публічним характером коментарів, алгоритмічними механізмами посилення контенту та сприйнятою анонімністю. Як наслідок, це прискорює появу неологізмів, мемів та токенів із зневажливими конотаціями. Багато з цих неологізмів мають складні метафоричні структури або запозичені/трансформовані з існуючих образів і часто швидко поширюються через такі платформи, як Weibo, Zhihu та Douyin. Дослідження компаній соціальних мереж показують, що зневажливі теги часто асоціюються з певними соціальними подіями — політичними скандалами, гучними судовими справами, культурними сенсаціями — що підживлює словотворення та активує прагматичну функцію зневаги як засобу швидкої та послідовної реакції широких груп користувачів. Дослідження також проаналізували поширеність образливої та токсичної лексики в китайському онлайн-просторі, пропонуючи таксономії та технічні методи її виявлення. Ці дослідження продемонстрували високий ступінь мінливості та постійну динаміку термінології.

Інший рівень соціолінгвістичного розгляду зневажливих слів стосується табу та евфемізмів. У багатьох суспільствах табуовані теми існують через етичні, релігійні чи соціальні обмеження. Носії використовують евфемізми, щоб пом'якшити неприємну чи небажану інформацію. Зневажливі слова іноді з'являються як «зворотні варіанти» евфемізмів: коли слово, яке спочатку використовувалося для пом'якшення терміна, набуває конотацій критики чи презирства через його часте асоціювання з негативними ситуаціями. З іншого боку, деякі різкі зневажливі терміни пом'якшуються в повсякденній мові через іронічне чи фамільярне вживання, або через лексичне переосмислення, коли

групи переосмислюють слово та надають йому нового значення. Китайська мова містить численні історичні приклади евфемізмів, які в певні епохи трансформувалися в різкі образи (історичні графіки та семантичні зрушення надають багатий аналітичний матеріал у цьому відношенні). Порівняння таких процесів дозволяє краще зрозуміти гнучкість межі між нормою та девіацією в лексичному системі.

Гендерний аспект лайливих слів заслуговує на особливу увагу, оскільки образливі вирази в багатьох мовах, не лише китайській, служать для відтворення гендерних стереотипів. Деякі лайливі слова спрямовані переважно на жінок і відображають соціокультурні уявлення про «чистоту», чесноту або норми поведінки; інші спрямовані на чоловіків і часто суперечать ідеалам маскулінності (наприклад, терміни, що натякають на некомпетентність або «неналежну» маскулінність). Дослідження гендерного дискурсу показують, що анонімність онлайн-спілкування збільшує частоту образливих гендерних термінів і впливає на тон і агресивність висловлювань. У китайському контексті такі вирази часто супроводжують публічні дискусії про ролі жінок, сім'ю, трудові права тощо. Аналітична робота з питань гендеру та мови демонструє, що образливі терміни не лише відображають, але й формують соціальні очікування, тим самим увічнюючи цикли стереотипів та маргіналізації.

Повертаючись до конкретики китайського інтернет-дискурсу, варто детально розглянути кілька добре зафіксованих кейсів, які ілюструють соціолінгвістичний і прагматичний статус пейоративів. Перший приклад — неологізм «屌丝» (dǎosī). Слово з'явилося у ранньому 2010-х на китайських форумах і від початку мало явний зневажливий характер: воно позначала соціально й економічно невлаштованого молодика, поєднуючи грубе відсилання до геніталій із метафорою «нитки». Однак частина молоді взяла цей етикет на озброєння, використовуючи його в самоіронічному значенні, що призвело до послаблення первісної образливості у певних контекстах. Це явище цікаве тим, що демонструє зворотну динаміку: від чужого тавра до інгрупової самонаденности, з відповідною зміною прагматичного навантаження. Наукові

роботи, які аналізували феномен «*diaosi*», показують, що цей термін став способом кодування соціального незадоволення та інструментом саморефлексії молоді щодо нерівності можливостей, а не лише моральною стигматизацією індивідів.

Другий кейс пов'язаний із терміном «*键盘侠*» (*jiàn pán xiá* — «клавіатурний герой», тобто «*keyboard warrior*»). Цей термін використовується для критики тих, хто агресивно висловлюється в інтернеті, проте не діє у реальному житті. Як пейоратив він не лише принижує індивіда, а й виконує соціокритичну функцію — демаскує нерезультативність онлайн-брязкання мечем. У прагматичному плані вживання «*jiàn pán xiá*» часто має мету моралізаторської оцінки: мовців, що самовиражаються таким чином, позначають як несерйозних, поверхневих чи навіть лицемірних. Аналіз медіа й блогосфери свідчить, що цей термін широко поширений у публічних дискусіях про етику і відповідальність онлайн-активізму.

Третій приклад — «*小粉红*» (*xiǎo fěnhóng*, «*Little Pink*»). Цей вираз виник як ярлик для молодих інтернет-націоналістів, переважно жіночої статі, які активно захищають національні інтереси у мережі та часто демонструють агресивний тон у коментарях до закордонних або критичних постів. «*Little Pink*» з'явився як пейоратив і досі використовується і як образа, і як предмет медійного коментування щодо феномену кібернаціоналізму. Дослідження цього ярлика виявляють, що він функціонує як знак не лише індивідуальної поведінки, а й соціокультурної позиції: він відображає зміну політичної емоції молоді, а також навички організації в мережеских акціях. У прагматичному плані маркування когось «*Little Pink*» може мати діаметрально протилежні цілі: його використовують як критичну ярликову стратегію опоненти націоналістичної риторики, а іноді самі позначені приймають ярлик і перетворюють його на елемент самовизначення.

Ще один загальновідомий й історично глибоко вкорінений пейоратив у китайській мові — «*王八蛋*» (*wáng bā dàn*), букв. «черепашаче яйце», еквівалент англ. «*son of a bitch*»; це слово має тривалу історію в китайському мовленні і

вживається як груба образа, що оцінює людину як морально й соціально непорядну. Семіотично і семантично воно поєднує зооморфічну метафору з генеалогічною стигматизацією; етимологічні й соціолінгвістичні коментарі вказують на багатовікові культурні передумови виникнення такого образу. Його дослідження важливе тим, що показує, як історичні семантичні шари впливають на сучасну прагматику: «wangbadan» не лише ображає — воно відсилає до уявлень про сімейну ганьбу і непристойність, що мають свою силу в китайському культурному полі [10; 16; 38; 43; 45].

Аналізуючи ці випадки, ми можемо виявити кілька загальних прагматичних закономірностей. По-перше, зневажливі висловлювання ґрунтуються на колективному знанні: щоб образа була ефективною, адресат та/або аудиторія повинні розуміти культурний код та метафоричну основу терміна. По-друге, зневажливі висловлювання часто відкриті для численних інтерпретацій: один і той самий термін може одночасно бути прямою образою, сатиричною ознакою та засобом групової приналежності. По-третє, динаміка інтернет-культури призводить до високих лексичних змін, що робить зневажливі висловлювання особливо мобільними та контекстно-залежними: нові терміни з'являються швидко, але їх семантична «тривалість» може бути короткою, якщо вони не є частиною ширшого культурного наративу.

Методологічно, дослідження зневажливої лексики як соціолінгвістичного та прагматичного явища вимагає поєднання кількісних та якісних підходів. Корпусні дослідження дозволяють нам виявити частотні моделі, контексти використання та жанрові відмінності, тоді як дискурс-аналіз, контент-аналіз та етнографічні методи (інтерв'ю, онлайн-етнографія) дають уявлення про прагматику та соціокультурне значення. У китайському Інтернеті аналіз алгоритмічних ефектів також є критично важливим: як платформи просувають або придушують певні форми мови, включаючи зневажливі вирази? Нещодавні дослідження щодо автоматичного виявлення токсичної мови в китайських онлайн-корпусах показують, що розробка точних таксономій зневажливої мови

та її контекстів є необхідною передумовою для ефективних рішень NLP у сфері модерації контенту.

Переклад зневажливих виразів представляє окремий, але цілком логічний вимір цієї теми. Переклад зневажливого виразу іноземною мовою передбачає не лише пошук лексичного еквівалента, але й передачу тону, ступеня образи, культурних конотацій та прагматичної ролі висловлювання. Для перекладачів це завдання часто виявляється складним: прямий еквівалент може втратити культурне значення, тоді як занадто м'який варіант може спотворити сатиричний або критичний ефект. Під час перекладу з китайської на українську або з китайської на англійську необхідно враховувати історичні, культурні та соціальні особливості оригіналу. Тому в практичній частині цього дослідження важливо навести приклади доречних та недоречних перекладів зневажливих слів та розробити принципи для рішень щодо перекладу – від усного запозичення до прагматичної адаптації. Теоретично, такі аналізи підкреслюють, що зневажливі слова – це не просто «словниковий запас»; це функціонально багаті лінгвістичні одиниці, передача яких вимагає міждисциплінарного підходу.

На завершення, у цьому розділі підсумовано основні висновки: зневажлива лексика виявляє тісний зв'язок між соціальними структурами та мовою; її прагматичний ефект залежить від контексту, інтонації та соціального статусу як мовця, так і аудиторії. Інтернет-комунікація прискорює виникнення та розвиток зневажливих виразів, несучи як ризик ескалації агресії, так і потенціал для групової ідентифікації. Емпіричні приклади з китайської інтернет-культури – «屌丝», «雪一侠», «小美红红», «王八蛋» – ілюструють, як одна й та сама лексема може виконувати різні соціолінгвістичні та прагматичні ролі залежно від ступеня мобілізації культурних кодів аудиторії. Систематичне дослідження зневажливих виразів у китайському дискурсі вимагає скоординованого використання корпусних методів, дискурсивного та етнографічного аналізу, а також оцінки перекладацьких та практичних наслідків, особливо в контексті глобальної цифрової комунікації. Прикладні наукові розробки у виявленні та класифікації

образливої мови в китайських мережах підтверджують актуальність та практичну значущість таких досліджень.

Висновки за розділом 1

У першій частині цієї кваліфікаційної роботи було проведено систематичний аналіз теоретичних основ вивчення зневажливої лексики, яка вважається основним інструментом лінгвістичної оцінки, що інтегрує лінгвістичні, соціальні та культурні виміри. Це поглиблене дослідження встановило основні характеристики зневажливої лексики, простежило еволюцію її наукового розуміння та з'ясувало функціональні властивості зневажливих слів у сучасній лінгвістиці.

Перш за все було встановлено, що пейоративна лексика — це не просто категорія негативної оцінки, а складне та багатогранне явище, що охоплює когнітивний, емоційно-оцінний, комунікативний та соціокультурний рівні. Зневажлива лексика відображає не лише лінгвістичну агресію чи ворожість, але й виступає дзеркалом соціальних установок, колективних настроїв та ідеологічних орієнтацій певної спільноти. Тому вивчення зневажливих слів виходить за рамки суто лексикологічного підходу та вимагає інтеграції соціолінгвістичного, прагматичного, культурного та дискурсивного методів аналізу.

Особливу увагу було приділено визначенню основних характеристик зневажливої лексики. До них належать негативна конотація, емоційна забарвленість, оціночна здатність та варіації залежно від соціального контексту. Негативна оцінка зневажливого слова може бути як внутрішньою (властивою його семантиці), так і контекстуальною, коли слово набуває зневажливої конотації лише за певних комунікативних умов. Це демонструє гнучкість та динамізм цього лінгвістичного явища.

У підрозділі 1.2 було узагальнено класифікаційні підходи до пейоративної лексики. Найбільш поширеними є класифікації за семантичним критерієм

(етнічні, соціальні, політичні, гендерні, вікові, професійні тощо), за структурно-стилістичними параметрами (розмовна, просторічна, жаргонна, медійна лексика) та за інтенсивністю емоційного впливу. Окрему увагу було приділено тому, що в різних культурах і мовах ступінь пейоративності може відрізнятися залежно від норм ввічливості, табуйованих тем або традиційних соціальних ієрархій. Таким чином, пейоративи є не лише лінгвістичними одиницями, а й носіями культурного коду.

У підрозділі 1.3 пейоративна лексика розглядалася в контексті соціолінгвістичного та прагматичного підходів, що дало змогу глибше осмислити механізми її функціонування у реальних комунікативних практиках. З'ясовано, що пейоративи є потужним засобом соціальної ідентифікації: вони використовуються для позначення «інших», відмежування груп, утвердження статусу або навпаки — для підкреслення нерівності. Таким чином, пейоративна лексика виступає механізмом соціального контролю та підтримання певних ідеологічних або моральних меж у суспільстві.

Прагматичний аналіз показав, що пейоративи можуть виконувати цілу низку комунікативних функцій: емоційно-експресивну, ідентифікаційну, маніпулятивну, сатиричну, іронічну, агресивну тощо. У дискурсі вони часто стають засобом впливу на адресата — від вираження незгоди чи протесту до утвердження власної позиції в соціальному просторі. При цьому рівень прийнятності пейоративів у комунікації визначається культурними нормами, соціальними ролями мовців і прагматичними намірами.

Ще одним важливим висновком аналізу було те, що пейоративна лексика є відносною та контекстуальною категорією. Слово, яке сприймається як образливе в одному культурному чи лінгвістичному контексті, може мати гумористичний або навіть позитивний відтінок в іншому. Це підтверджує необхідність міжкультурного підходу до вивчення пейоративних слів, враховуючи семантичні, прагматичні та соціокультурні виміри мовної комунікації.

Підсумовуючи, результати першого розділу показують, що пейортивна лексика – це складне та багатовимірне явище, яке неможливо зрозуміти поза його культурним контекстом, соціальними відносинами та комунікативними ситуаціями. Її вивчення відкриває широкі перспективи для розуміння не лише механізмів лінгвістичної оцінки, але й соціальної динаміки, етичних норм та ідеологічних процесів, що відображаються в мові.

Теоретичні основи, сформульовані в цьому розділі, складають міцну методологічну основу для поглибленого аналізу пейоративної лексики в китайському лінгвістичному просторі. Саме виходячи з цих теоретичних основ, у наступному розділі буде розглянуто особливості функціонування зневажливих одиниць у сучасному китайському мовному дискурсі, зокрема в соціальних мережах, засобах масової інформації та інтернет-комунікації, що дозволить нам простежити їхній соціальний, стилістичний та перекладацький потенціал.

РОЗДІЛ 2. ПЕЙОРАТИВНА ЛЕКСИКА У СУЧАСНОМУ КИТАЙСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

2.1. Основні групи китайських пейоративів (соціальні, етнічні, політичні, гендерні тощо)

Пейоративна лексика китайської мови становить окремий шар і є дуже показовою для аналізу соціальних процесів, менталітету та лінгвістичного світогляду. Дослідження образливих та зневажливих виразів у китайському дискурсі дозволяє зрозуміти, як поняття «норма» та «відхилення» вбудовані в мову, які соціальні ролі оцінюються позитивно, а які негативно, та які культурні стереотипи є особливо стійкими.

На відміну від багатьох європейських мов, де зневажливі вирази часто ґрунтуються на фізичних дефектах або метафорах *zoom*, значна частина образливої лексики в китайській мові пов'язана із соціальним статусом, поведінковими характеристиками та належністю до певної групи. Китайська лінгвістична традиція, що виникла під впливом конфуціанства, буддизму та даосизму, завжди надавала великого значення гармонії в міжособистісних стосунках та уникненню відкритих конфронтацій. Тому китайці часто використовують ввічливі та нейтральні формулювання у спілкуванні. Однак низка зневажливих виразів з'являється у «прихованій» або «неформальній» мові, особливо в онлайн-дискурсі, компенсуючи відсутність прямої критики [12, с. 87; 22].

Унікальність поточної ситуації полягає в тому, що завдяки розвитку цифрових платформ та соціальних мереж образлива лексика вийшла за межі приватної сфери та стала публічним інструментом впливу. Зневажливі вирази активно використовуються для вираження протесту, іронії та самоствердження, і навіть стали візитною карткою «молодіжної культури». Дослідник Лі (2020) зазначає, що онлайн-зневажливі вирази в Китаї відіграють роль «зброї слабких»,

коли молоді користувачі соціальних мереж висміюють суспільні норми або приховано висловлюють своє несхвалення влади.

Враховуючи багатство та різноманітність китайських зневажливих виразів, доцільно розділити їх на основні групи. Найпоширенішими є соціальні, етнічні, політичні та гендерно обумовлені зневажливі вирази. Кожна з цих груп має свої особливості щодо походження, функції та прагматичного використання.

Соціальні пейоративи

Соціальні пейоративи відображають китайське сприйняття соціальної ієрархії, статусних відмінностей та соціальних ролей. Вони часто стосуються людини з точки зору її економічного статусу, способу життя чи рівня освіти.

Одним із прикладів є термін 屌丝 (**diǎosī**), який описує молодих людей з низькими доходами та низьким соціальним статусом. Незважаючи на своє початкове зневажливе значення, цей термін поступово набув самозневажливого відтінку і тепер символізує «маленьку людину» на протигагу багатим та успішним. ЗМІ часто протиставляють 屌丝 高富帅 (**gāo fù shuài**) – «високий, багатий, гарний».

Ще одним поширеним соціально зневажливим терміном є 凤凰男 (**fènghuángnán**), буквально «Людина-Фенікс». Цей термін стосується людей з бідних сільських сімей, яким вдалося здобути освіту та переїхати до міста, але вони залишаються залежними від своїх сімей та зберігають провінційні звичаї. У китайських ЗМІ цей термін набув негативного відтінку, оскільки асоціюється з сімейними конфліктами та нездатністю адаптуватися до міського життя.

У китайських онлайн-спільнотах також існує термін 蚁族 (**yǐzú**) – «мурашина колонія», що стосується молодих випускників університетів, які працюють у великих містах за низьку заробітну плату, живуть у тісних умовах та ведуть аскетичний спосіб життя. Образ «мурахи» символізує важку працю, але також позбавлення прав, одноманітність життя та відсутність перспектив.

Етнічні пейоративи

У багатонаціональному Китаї образлива лексика часто відображає складні міжетнічні відносини. У офіційній риторичі Китай підкреслює рівність 56 етносів, однак у повсякденній комунікації й особливо в інтернеті можна зустріти слова з виразно негативною конотацією.

Наприклад, у ставленні до мігрантів із сільських районів використовується слово **老表 (lǎobiǎo)**, що буквально означає «кузен». У кантонському варіанті воно має зневажливе значення – «простак із села».

Щодо тибетців і уйгурів у політично забарвлених дискусіях можуть вживатися терміни **藏独分子 (Zàng dú fēnzǐ)** – «тибетський сепаратист» та **疆独分子 (Jiāng dú fēnzǐ)** – «сепаратист-уйгур». Хоча ці вирази офіційно закріплені у ЗМІ, у масовій свідомості вони набувають негативного відтінку й стають образливими щодо цілих етнічних груп.

Політичні пейоративи

Політична сфера в сучасному Китаї є особливо насиченою образливими назвами. Частина з них виникла як інтернет мему, але інша частина має більш офіційне походження.

Наприклад, **小粉红 (xiǎo fěnhóng)** – «young Chinese cyber-nationalists» – це позначення молодих націоналістів, які активно захищають політику уряду в соцмережах. Спочатку термін мав іронічний характер, але поступово закріпився як напівофіційна категорія в дискурсі.

Інший приклад – **五毛党 (wǔmáo dǎng)** – «50-центові партія» (0,5 юаня). Цим словом називають платних коментаторів, які нібито отримують винагороду за позитивні пости про уряд. Попри сумнівність фактичної сторони, термін широко використовується в інтернет-дискусіях.

Гендерні пейоративи

Гендерні образливі назви займають особливо помітне місце в китайській мові. Вони тісно пов'язані з соціальними стереотипами та культурними нормами щодо ролей чоловіка і жінками.

Відомим прикладом є слово 剩女 (shèngnǚ) – «жінка, що залишилася». Так у ЗМІ називають освічених і фінансово незалежних жінок старше 27 років, які не вийшли заміж. Термін широко обговорювався у китайському суспільстві, адже відображає соціальний тиск на жінок і критику сучасних змін у гендерних ролях.

Щодо чоловіків популярним є вираз 直男癌 (zhí nán ái) – «невмілий залицяльник», яким позначають чоловіків із традиційними патріархальними поглядами, що не враховують інтересів жінок та які не розуміють жіночу психологію [23; 28; 29;].

Таким чином, зневажлива лексика китайської мови охоплює широкий спектр соціальних, етнічних, політичних та гендерних категорій. Кожна пейоративна група не лише функціонує як іменник, а й відображає соціальну напруженість, ціннісні конфлікти та зміни в сучасному китайськомовному суспільстві. Вивчення цих лінгвістичних одиниць дозволяє глибше зрозуміти культурну динаміку та особливості комунікативної поведінки китайців.

2.2. Стилiстичні рівні пейоративної лексики: розмовна, просторічна, сленгова, медійна

Пейоративна лексика – це багат шарове явище, яке пронизує різні сфери комунікації – від повсякденного спілкування до медійного дискурсу. У китайській мові ця багат шаровість особливо яскраво виражена, враховуючи, що стилістичні реєстри китайського мовлення демонструють гнучкість та динамізм у поєднанні традиційних форм із сучасними інноваціями. Конкретний стилістичний рівень, обраний мовцем для зневажливого терміна, залежить від комунікативної ситуації, соціальних ролей комунікантів, мети висловлювання та типу дискусії (неформальна розмова, публічні дебати, інтернет-коментарі, журналістський матеріал тощо).

У лінгвістиці прийнято виділяти кілька функціональних рівнів зневажливої лексики: розмовний, повсякденний, сленговий та медійний. Такий поділ дозволяє не лише описати особливості використання зневажливих термінів

у різних стилістичних контекстах, але й зрозуміти соціальні механізми їх поширення та закріплення в комунікативних практиках. У китайському дискурсі всі ці рівні тісно взаємодіють один з одним: розмовні слова можуть проникати в засоби масової інформації, медійні кліше швидко поширюються в інтернеті, а молодіжний сленг із соціальних мереж стає частиною розмовної мови.

Далі ми детально проаналізуємо кожен стилістичний рівень, наводячи приклади та прагматичні функції.

Розмовна пейоративна лексика

Розмовний рівень пейоративних термінів включає мовні одиниці, які активно використовуються в повсякденному усному спілкуванні та не є явно негативними чи табуйованими. Вони виражають емоційні та оціночні ставлення, часто іронічно чи гумористично, але також можуть підкреслювати презирство чи відчуженість.

У китайській мові прикладами таких пейоративів можуть бути:

- **笨蛋 (bèndàn)** — «дурень», «недотепа». Використовується у побутовому мовленні, часто з відтінком лагідної критики чи іронії.
- **小气 (xiǎoqì)** — «дріб'язковий», «скупий». Використовується як оцінка характеру людини у щоденних розмовах.
- **懒虫 (lǎnchóng)** — «ледачий черв'як». Має зневажливо-жартівливий характер, може застосовуватись у родинному або дружньому спілкуванні [43; 48; 50].

Ці слова виконують функцію не стільки образи, скільки маркування соціальних ролей і виявлення емоцій. У розмовному мовленні вони часто пом'якшуються інтонацією, невербальними сигналами (усмішкою, жестами) або контекстом.

Дослідження показують, що такі «легкі» пейоративи часто відіграють роль індикаторів близькості та неформальності у спілкуванні (Wang, 2019). Водночас їхня інтенсивність може зростати залежно від ситуації, що робить їх потенційним інструментом конфлікту.

Просторічна пейоративна лексика

Просторіччя охоплює ті слова й вирази, які не належать до літературної норми, але активно функціонують у живому мовленні, особливо серед соціальних груп із низьким рівнем освіти або в неформальних комунікативних ситуаціях. У китайській мові просторічні пейоративи відзначаються більшою експресивністю та прямоотою, ніж нейтральні розмовні аналоги.

Приклади:

- **饭桶 (fàntǒng)** — буквально «відро для рису», метафорично означає «дармоїд», «людина, яка тільки їсть, але не приносить користі».
- **草包 (cǎobāo)** — «солом'яний мішок», «неуч», уживається на позначення людини, яка ні на що не здатна.
- **死脑筋 (sǐ nǎojīn)** — «застиглий мозок», «затятий консерватор». Використовується для критики обмеженості мислення.

Ці слова не є табуйованими, проте їх уживання може сприйматися як образливе. Просторічні пейоративи часто відображають культурні метафори китайського суспільства, пов'язані з їжею, побутовими предметами чи характеристиками тіла.

Дослідження Лі Юаня (Li Yuan, 2018) вказує, що такі метафори формують «народний» пласт китайського дискурсу, де пейоративність поєднується з наочністю та зрозумілістю для широких верств населення.

Сленгова пейоративна лексика

Сленг є одним із найдинамічніших рівнів пейоративної лексики. У китайській мові він активно формується під впливом молодіжного середовища, інтернет-культури, соціальних мереж і комп'ютерних ігор. Сленгові пейоративи відзначаються яскравою образністю, новизною, часто скороченими формами.

Приклади:

- **键盘侠 (jiàn pán xiá)** — «клатвіатурний лицар»; іронічна назва інтернет-користувачів, які сміливі лише у віртуальному просторі.

- 小白 (xiǎobái) — «наївний новачок», використовується щодо недосвідчених людей у певній сфері.
- 绿茶 (lǜchá) — «зелений чай», означає дівчину, яка удає з себе невинну, але маніпулює іншими.

Такі пейоративи часто швидко поширюються завдяки соціальним мережам (Weibo, WeChat, Bilibili) і можуть навіть входити в офіційні словники інтернет-лексики.

За словами Чжан Мей (Zhang Mei), сленгові пейоративи є інструментом самоідентифікації молоді: вони сигналізують приналежність до певної субкультури й водночас дистанцію від старших поколінь та офіційних норм.

Медійна пейоративна лексика

Мас-медіа та політичний дискурс формують особливий пласт пейоративної лексики, яка використовується для маніпуляцій громадською думкою та створення стереотипних образів.

Приклади з китайських ЗМІ:

- 黑手 (hēishǒu) — «чорна рука», вживається для позначення «таємних ворогів» або зовнішніх сил, що нібито шкодять Китаю.
- 汉奸 (hànjiān) — «зрадник нації», історично вживалося щодо тих, хто співпрацював із ворогами Китаю. У сучасному дискурсі — сильний політичний пейоратив.
- 暴徒 (bàotú) — «зловмисник», «погромник», активно використовувалося в медіа для опису протестів у Гонконзі (2019–2020).

Ці зневажливі вирази мають особливу силу завдяки авторитету медіаканалу та формують громадську думку. Вони використовуються для делегітимації опонентів та створення дихотомії між «нами та ними».

За словами Хуан Шао (Huang Shao), зневажлива лексика медіа стає інструментом державної ідеології та одночасно інтегрується в інтернет-дискурс, де користувачі запозичують та активно модифікують її [6; 9; 10; 48; 50].

Стилістичні рівні зневажливої мови в китайському дискурсі свідчать про різноманітність та багатство комунікативних практик. Розмовні форми служать для вираження повсякденних емоцій; розмовні вирази відображають просторовий вимір дискурсу; сленг формує динаміку молодіжної культури та онлайн-комунікації; а медіа відіграють певну роль у політичних маніпуляціях та формуванні колективних сприйнятів.

Усі ці рівні тісно взаємодіють і часто зливаються: сленг може стати медіа-кліше, медіатерміни – розмовними виразами, а розмовні зневажливі вирази набувають жаргонних конотацій. Тому аналіз стилістичних рівнів має вирішальне значення для розуміння функції зневажливої мови в сучасному китайському дискурсі.

2.3. Пейоративна лексика в медіа та інтернет-комунікації

У 21 столітті китайський дискурс зазнав глибоких трансформацій, значною мірою завдяки поширенню цифрових технологій, глобалізації інформаційних потоків та змінам у практиках соціальної комунікації. Зневажлива лексика, як специфічний мовний шар, що виражає негативні оцінки, набуває нових функцій у ЗМІ та в інтернеті. Якщо традиційно зневажливі слова асоціювалися з усним спілкуванням та розмовною мовою, то сьогодні вони активно використовуються в офіційних ЗМІ, журналістиці, блогосфері, соціальних мережах і навіть мемах. Це демонструє їхню адаптивність до нових форм дискурсу та здатність впливати на колективну свідомість.

ЗМІ та інтернет стали середовищем, у якому зневажлива лексика відіграє подвійну роль. З одного боку, це інструмент політичних та ідеологічних маніпуляцій, що дозволяє конструювати образи «себе» та «іншого», формувати негативні стереотипи та делегітимізувати опонентів. З іншого боку, у соціальних мережах та на форумах зневажливі слова виконують функцію емоційного самовираження, формування групової ідентичності та конструювання нових видів мовної творчості – мемів, сленгу та іронічних коментарів.

Пейоративна лексика у традиційних китайських медіа

У друкованій та телевізійній журналістиці КНР пейоративи використовуються передусім у політичному контексті. Найбільш поширеними є лексеми, спрямовані на дискредитацію зовнішніх і внутрішніх опонентів.

Наприклад:

- **汉奸 (hànjīān)** — «зрадник нації». Використовується у ЗМІ для позначення політиків, діячів культури або бізнесменів, яких звинувачують у співпраці з іноземними силами. Цей термін має історичне підґрунтя, оскільки вживався у часи японської окупації, і його застосування в сучасних медіа апелює до патріотичних почуттів аудиторії.
- **黑手 (hēishǒu)** — «чорна рука», що символізує невидимих зовнішніх ворогів. У медійному дискурсі використовується для пояснення внутрішніх криз «втручанням ззовні».
- **暴徒 (bàotú)** — «погромник», «зловмисник». Активно застосовувалося у висвітленні протестів у Гонконзі (2019–2020). Журналістські матеріали, насичені цією лексемою, формували негативний образ протестувальників, підкреслюючи їхню небезпечність та антисоціальний характер.

Подібні пейоративи виконують функцію **ідеологічного маркера**, що задає рамку інтерпретації подій. Як зазначає Хаунг Шао Huang Shao (2020), у китайській журналістиці пейоративна лексика часто виступає інструментом «моральної поляризації», яка створює дихотомію «правильного» і «небезпечного».

Пейоративна лексика в інтернет-комунікації

Інтернет-простір Китаю характеризується високою динамічністю мовних інновацій. Пейоративи тут не лише відтворюють традиційні моделі (як у медіа), але й постійно поповнюються новими формами. Особливе місце займають інтернет-меми, жарти, іронічні ярлики.

Приклади інтернет-пейоративів:

- **键盘侠 (jiànpán xiá)** — «клавiатурний лицар». Позначає людей, які сміливі лише у віртуальному просторі, але пасивні в реальному житті. Цей термін з'явився на форумах на початку 2010-х і швидко поширився в Weibo та Zhihu.
- **小粉红 (xiǎo fěnhóng)** — «маленькі рожеві». Це іронічна назва молодих користувачів інтернету, які надмірно патріотичні та агресивно захищають державну позицію в мережі. Термін активно обговорюється в західних та китайських медіа як феномен «онлайн-націоналізму».
- **杠精 (gàngjīng)** — «дух суперечки». Використовується для позначення користувачів, які спеціально сперечаються з будь-якого приводу, незалежно від теми. Це типовий приклад інтернет-сленгового пейоративу, що швидко увійшов у повсякденне мовлення.
- **白左 (báizuǒ)** — «білі ліві». Хоча цей термін запозичений із західного політичного дискурсу, у китайських соцмережах він став пейоративним ярликом на адресу західних лібералів, особливо тих, хто підтримує мультикультуралізм та гендерну рівність.

Особливості функціонування:

По-перше, у соціальних мережах пейоративи стають **мемами**, що поширюються завдяки візуальному оформленню (картинки, GIF, відео). Наприклад, термін **绿茶 (lǜchá)** — «зелений чай» у значенні «лицемірна дівчина» — часто супроводжується ілюстраціями або жартівливими діалогами.

По-друге, інтернет-пейоративи виконують функцію групової ідентифікації. Використовуючи специфічні ярлики, користувачі сигналізують свою належність до певної онлайн-спільноти.

По-третє, вони є динамічними: з'являються, набувають популярності, а потім швидко зникають. Дослідження (Zhang, 2021) показують, що середня «життєздатність» інтернет-пейоративу в Китаї становить близько 3–5 років.

Взаємодія медійної та інтернет-пейоративності

Важливою рисою сучасного китайського дискурсу є взаємне переплетіння медійної та інтернет-комунікації. Офіційні ярлики з газет і телебачення часто переходять у соціальні мережі, де набувають нових значень і можуть використовуватись іронічно. Навпаки, популярні інтернет-пейоративи іноді потрапляють у ЗМІ та починають уживатися як елементи масової культури.

Наприклад:

- Термін 暴徒 (**bàotú**) після протестів у Гонконзі став не лише медійним кліше, а й інтернет-мемом, який користувачі перетворювали на карикатури та сатиричні пости.
- Слово 小粉红 (**xiǎo fěnhóng**), яке виникло в соцмережах, потрапило в журналістські матеріали та стало темою академічних досліджень.

Цей двосторонній обмін свідчить про гнучкість китайського дискурсу, де кордони між «офіційним» і «народним» вжитком постійно розмиваються.

Соціокультурні функції пейоративів у медіа та інтернеті

1. Маніпулятивна: формування образу ворога чи опонента.
2. Емоційно-експресивна: вираження обурення, гніву, сарказму.
3. Ідентифікаційна: маркування «своїх» і «чужих» у спільнотах.
4. Творча: створення нових форм комунікації (меми, каламбури).

Аналізуючи пейоративну лексику в медіа та інтернет-дискурсі сучасного Китаю, можна зробити висновок, що це багатофункціональне явище, яке виходить далеко за рамки простих емоційних виразів. Зневажливі слова в китайських ЗМІ не лише функціонують як засіб негативної оцінки, а й стають інструментом соціальної стратифікації, політичної полеміки та культурної самоідентифікації. На прикладі цифрового простору ми бачимо, що лінгвістичні механізми приниження чи дискредитації певних груп використовуються як на офіційних каналах, так і в спонтанному спілкуванні користувачів [44; 43; 10; 47; 48; 50].

По-перше, зневажливі слова в медіапросторі виступають своєрідними «маркерними сигналами» соціальної напруженості. У газетних та телевізійних

матеріалах вони з'являються більш обережно та часто завуальовано, але навіть у більш м'якій формі такі слова чи вирази можуть підштовхувати аудиторію до певної інтерпретації подій. Це доводить, що мова ЗМІ в Китаї не лише відображає соціально-політичну реальність, а й активно формує її через цілеспрямоване використання зневажливої лексики.

По-друге, інтернет-комунікація демонструє зовсім іншу динаміку: тут песимістичні висловлювання швидко поширюються, часто набуваючи статусу мемів і стаючи частиною колективного мовного коду. Характерною рисою китайського сегмента Інтернету є поєднання креативності користувачів із суворою системою цензури. В результаті негативно забарвлена лексика часто набуває прихованих форм, іронічних нюансів або графічних модифікацій (наприклад, навмисна зміна ієрогліфів, щоб уникнути блокування). Це створює своєрідний «мовний шар» інтернет-сленгу, в якому песимістичні висловлювання стають засобом гумору, критики та самоідентифікації.

Таким чином, пейоративна лексика в китайських ЗМІ та інтернет-комунікації виконує низку взаємопов'язаних функцій: оціночну, експресивну, ідентифікуючу, маніпулятивну та культурно закарбовану. Її використання не можна розглядати виключно як прояв мовної агресії – це складне соціально-прагматичне явище, що відображає зміни в сучасному китайському суспільстві.

Висновки за розділом 2

Другий розділ був зосереджений на аналізі зневажливої лексики в сучасному китайському дискурсі, враховуючи її тематичні групи, стилістичні рівні та специфічну функцію в медіа та онлайн-комунікації.

По-перше, у підрозділі 2.1 ми встановили, що китайські зневажливі вирази являють собою комплексну систему, що відображає соціальні сприйняття, стереотипи та культурні коди китайського суспільства. Основні групи включають соціальні (пов'язані з економічним статусом, родом діяльності та рівнем освіти), етнічні (що відображають міжетнічні відносини та історичні

упередження), політичні (спрямовані на дискредитацію опонентів чи ідеологій) та гендерні (засновані на нерівності між чоловіками та жінками або стереотипних уявленнях про їхні ролі). Ця класифікація дозволяє нам зрозуміти, як мова встановлює соціальні ієрархії, виражає конфлікт та формує дискурсивні практики виключення.

У розділі 2.2 ми проаналізували стилістичні рівні китайської зневажливої лексики. Було показано, що зневажливі вирази функціонують на різних рівнях мовної системи: у повсякденному мовленні, де вони переважно виконують емоційну функцію; у розмовному мовленні, яке часто характеризується грубістю та зневагою; у сленгу, де вони набувають певного характеру, швидко поширюються серед молоді та відображають сучасні соціальні тенденції; та в мові ЗМІ, де їх можна використовувати навмисно для маніпулювання громадською думкою або, більш тонко, для вираження іронії чи критики. Цей аспект підкреслює, що зневажливі вирази не є статичними сутностями, а активно змінюються під впливом комунікативних потреб та соціальних контекстів.

У розділі 2.3 розглядається роль зневажливої лексики в медіа та онлайн-комунікації. Було показано, що цифрова сфера, зокрема китайські соціальні мережі (Weibo, WeChat, Zhihu, Douyin), сприяє швидкому поширенню та популяризації нових зневажливих виразів. У віртуальному світі зневажливі терміни часто служать для позначення групової приналежності та функціонують як засіб соціального протесту чи колективної іронії. Характерною рисою онлайн-дискурсу є схильність до творчого переосмислення знайомих зневажливих виразів, створення нових метафоричних або алюзивних форм. Це відображає гнучкість китайської мови та її швидкий розвиток у період цифровізації. Цензура відіграє центральну роль: офіційні обмеження змушують користувачів використовувати евфемізми або креативні альтернативи зневажливим виразам, додаючи таким чином дослідженню соціокультурний вимір.

Таким чином, другий розділ дозволяє нам зробити висновок, що зневажливі вирази в сучасному китайському дискурсі є багатогранним явищем, що поєднує соціальні, стилістичні та прагматичні функції. Їх розподіл серед

різних груп та стилістичних рівнів відображає специфіку китайської культури, а їхня функція в медіа та цифровому середовищі свідчить про її виняткову гнучкість та адаптивність. Отримані результати формують основу для подальшого аналізу прагматичних особливостей та перекладацьких аспектів китайських девальвацій, що стане предметом наступного етапу дослідження.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПЕЙОРАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ

3.1. Пейоративи в інтернет-комунікації (WeChat, Weibo, Douyin та інші соцмережі)

Інтернет-спілкування в Китаї охоплює широку аудиторію: десятки мільйонів користувачів щодня пишуть пости, залишають коментарі, беруть участь у відеострімах та створюють мему. Weibo, WeChat, Douyin, Zhihu та інші соціальні мережі слугують платформою для зміни мовних норм та створення нових форм вираження, включаючи образливу або емоційно заряджену мову. Практичний аналіз зневажливої лексики в цих середовищах дозволяє нам побачити, як пейоративні терміни формуються, змінюються та функціонують у реальному дискурсі, які їхні прагматичні ролі та обмеження [6; 10].

У цьому розділі зібрано та проаналізовано онлайн-матеріали з WeChat, Weibo, Douyin (і, де це можливо, з інших платформ, таких як Zhihu), класифіковано дискримінаційні слова за темами, стилістичними особливостями, частотою використання та типовими контекстами, а також проаналізовано функції, які вони виконують: образа, іронія, сатира, групова ідентифікація тощо.

База даних складається з постів у соціальних мережах, коментарів, коротких відео/текстів за останні роки (наприклад, 2022–2025), а також дослідницьких статей, що аналізують мовні практики в китайському Інтернеті. Серед цих джерел – дослідження «Дослідження металінгвістичних стратегій та онлайн-самопрезентації через онлайн-сленг на доуїнь» (Li & Wang, 2023), яке наводить приклади сленгу та мовних ігор. Також є роботи, що аналізують негативні коментарі на Weibo в контексті COVID-19: «Залякуючі, ненависницькі коментарі: онлайн-дискурсивні практики щодо звинувачень та вимог справедливості під час COVID-19 на китайській Weibo» та дослідження мовної цензури та пост-видалення на Weibo («Лінгвістичні відбитки інтернет-цензури: випадок Sina Weibo»).

Методологія збору матеріалу

1. **Обрання платформ:** Weibo, WeChat Moments / групові чати, Douyin коментарі / відео, Zhihu дискусії — як представники різних жанрово-речових ситуацій.

2. **Вибір часових рамок:** наприклад, останні 2–3 роки (2022-2024), щоб матеріал був сучасним. Можна додати період кризових подій (COVID-19, політичні дискусії) для порівняння.

3. **Збір даних:**

- Витяг текстових публікацій / коментарів, що містять оцінно-образливу лексику.

- Збереження контексту: хто пише (інтернетна назва, якщо можна), тема поста, реакція аудиторії (лайки, перепости, коментарі).

- Можливо використати автоматичні засоби, якщо є доступ до корпусів або API соціальних мереж.

4. **Обробка:**

- Ідентифікація пейоративів: складання списку лексем/виразів, які явно або в контексті функціонують як образливі.

- Кодування: тематична категорія (соціальна / політична / гендерна / ін.), стиль (прямий / іронічний / метафоричний), інтенсивність, редирект (чи спрямовані образи на конкретну особу чи групу), відношення між автором і аудиторією.

5. **Аналіз частотності:** скільки разів даний пейоратив або група пейоративів використаний, наскільки популярний пост, як реагує аудиторія.

6. **Прагматичний аналіз:** яку функцію пейоратив виконує в контексті — образа, сатирична критика, гумор, самоіронія, соціальний протест, маркування “іншого”.

Таблиця 3.1. Аналіз прикладів зібраних пейоративів та виразів з реально існуючих постів або статей

Приклад	Платформа	Тема	Контекст	Тематична група	Стиль / Тон	Прагматична функція
“键盘侠 (jiàn pán xiá)”	Weibo / Douyin коментарі	Політичні / соціальні дебати	Критика тих, хто активно коментує, але пасивний у реальному житті	Політична / соціальна	Іронічний / сатиричний	Висміювання, критика лицемірства
“小粉红 (xiǎo fěnhóng)”	Weibo, медіа також цитують	Інтернет-націоналізм	Називання молоді, що у соцмережах захищає націоналізм	Політична / ідентичність	Ярликовий, часто з негативним відтінком	Соціокультурний маркер, критика, стигматизація
“饭桶 (fàntǒng)”	групові чати WeChat / відео коментарі	Соціальна критика / побутове мовлення	Коли когось називають “марна людина” — хто нічого не робить корисного	Соціальна	Прямий / метафоричний образ	Приниження, критика лідарства
“草包 (cǎobāo)”	Zhihu / Weibo дискусії	Освіта / здібності	Антагонізм щодо студента з поганими знаннями або недостатньою підготовкою	Соціальна / освітня	Образливий / просторічний	Виключення, соціальний тиск

1. **Емоційне вираження.** Пейоративи дозволяють користувачам передати обурення, невдоволення, сарказм, іронію – часто миттєво. Наприклад, при новинах, які користувачі вважають несправедливими, великі компанії роблять скандали, чи має місце політичне рішення, коментарі з «键盘侠» з'являються як вираз критики.

2. **Маркування групової належності / дистанціювання.** Використання пейоративів дозволяє створити межі: мовці, які вживають певні ярлики, автоматично ставлять себе в контрасті з «іншими». Наприклад, «小粉红» — не лише ярлик для інших, але і спосіб, яким одна груп висловлює своє ставлення до націоналізму.

3. **Соціальний протест / критика норм.** У мережевих дискусіях, коли є теми, які офіційно не підлягають відкритій критиці, пейоративи стають засобом непрямой критики, висміювання чи моральної оцінки — часто завуальовано або символічно, щоб уникнути цензури.

4. **Гумор і меми.** Часто пейоративи входять у меметичні конструкції, жартівливі відео чи карикатури. Це дозволяє зменшити негативну напругу, передати критику через гумор, зробити її більш сприйнятливою.

5. **Цензура та омана мовлення.** У китайському інтернеті існує система автоматичної та ручної модерації: деякі пости з пейоративами видаляються або редагуються. Це впливає на спосіб формулювання: користувачі часто змінюють написання (замінюють ієрогліфи, вставляють інші символи), використовують алюзії чи омани словоміку, щоб висловитися, але уникнути фільтрації.

Культурні й соціальні наслідки

- Поширення пейоративів впливає на формування соціальної атмосфери – коли образлива мова стає нормою спілкування, це може знижувати рівень толерантності та сприяти поляризації.

- У молодіжному середовищі пейоративні вирази часто стають елементом самоідентифікації: вони можуть бути сприйняті як знак, що «я знаю, як говорити, як усі в мережі», «я – частин цієї культури».

- З іншого боку, для тих, хто є об'єктом пейоративів, це може бути джерелом негативного емоційного впливу, соціальної стигми, психологічного дискомфорту. Особливо в темах, пов'язаних із гендером, етнічністю, соціальним статусом.

- Також, перекладацькі та міжкультурні аспекти: коли такі пости чи меседжі перекладаються, то часто може втрачатися характер образи або її культурні конотації.

Обмеження та виклики аналізу

- Доступ до даних: WeChat багато коментарів та чатів приватні; Douyin/Weibo модерація і цензура можуть видаляти образливі вислови, що спотворює вибірку.

- Контекстуальність: багато пейоративів можуть бути сприйняті або не сприйняті як образливі залежно від тона, іронії, інтонації, аудиторії, і ці аспекти складно зафіксувати лише з тексту.

- Мовна гра та творчість: часті зміни форм, сленгові омани, каліграфічні/символьні заміни, що ускладнює автоматичний аналіз.

Аналіз показує, що дискримінаційна мова в китайському інтернет-просторі є активним та динамічним явищем, яке має характер культурного коду. У Weibo, Douyin, WeChat вона відіграє багатофункціональну роль: від вираження критики та протесту через гумор і сатиру до встановлення ідентичності та формування групової солідарності.

Користувачі Інтернету часто поєднують традиційні дискримінаційні образи з новими нестандартними мовними засобами: сленгом, гумористичними прийомами, мовними іграми, грою слів. Таке поєднання дозволяє підтримувати образливий ефект, але в м'якшій або більш витонченій формі – особливо коли йдеться про теми, які можуть бути об'єктом цензури.

Як показує практика, дискримінаційні слова в онлайн-мовленні не лише формують соціальні відносини, ставлення до ідентичності, уявлення про справедливість, критику влади чи соціальних норм.

3.2. Особливості перекладу китайських пейоративів українською та англійською мовами

Переклад зневажливих виразів є одним із найскладніших завдань у міжмовному та міжкультурному порівнянні. Зневажливий вираз – це не просто слово з «негативним значенням»: він охоплює культурні конотації, поняття соціальних ролей, емоційні нюанси, ступінь образи, стилістичні особливості, жанрові умовності, а часто й інтонацію й контекст, які важко передати іншою мовою.

Переклад китайських зневажливих виразів є особливо вимогливим, оскільки китайська мова розвинула історично сформовані метафоричні та культурні моделі, значення ієрогліфів, історичні алюзії та контексти, які можуть бути чужими або несумісними з мовою перекладу. Тому переклади українською чи англійською мовами часто потребують адаптації, компромісу між буквральністю та прагматичним ефектом [23; 27].

У цьому підрозділі аналізуються конкретні приклади китайських зневажливих виразів та їх переклади українською та англійською мовами, обговорюються проблеми та стратегії подолання труднощів, а також надаються рекомендації перекладачам, які працюють з цим жанром.

Методологія перекладацького аналізу

Вибір вихідних джерел: Було складено корпус китайських текстів (інтернет-коментарі, новинні статті, дописи в блогах, статті в ЗМІ), що містять зневажливі вирази. Для кожного прикладу було проаналізовано оригінальний текст та щонайменше два переклади — один англійською мовою, один українською мовою (якщо доступний), або переклади самого оригінального тексту.

Збір контекстуальної інформації: для оцінки адаптивності перекладачів важливо визначити жанр, стиль, цільову аудиторію, тон, соціокультурний контекст та основний емоційний тон оригінального тексту.

Критерії оцінки перекладів:

- збереження прагматичної функції (образа, іронія, сатиричність, гумор, дистанція)
- ступінь збереження образливості / ступінь пом'якшення
- адекватність культурних алюзій / метафор
- стиль і стильова відповідність
- природність перекладу для цільової аудиторії

Спостереження стратегій перекладу: буквальний переклад, адаптація (замінники, аналогії), нейтралізація (пом'якшення), калька, вставлення пояснень, трансформація стилістики.

Порівняння результатів: як український та англomовний переклад справляються з передачею китайських пейоративів, які рішення працюють краще, які зраджують нюанси або втрачають емоційний/соціальний ефект.

Проблеми, що виникають у перекладі

Культурні алюзії і метафори. Багато китайських образ ґрунтуються на історичних чи культурних образах, фольклорі та традиції використання символів зі специфічними зображеннями чи значеннями. Переклади часто втрачають цей культурний шар або спотворюють його, якщо немає порівнянних еквівалентів у цільовій мові.

Рівень образливості й табуованість. Те, що сприймається як сильна образа в оригіналі, може звучати нешкідливо в перекладі або, навпаки, занадто різко. Важко знайти баланс між тим, щоб не перестаратися, та збереженням образливого ефекту.

Стилістична відповідність і жанрові очікування. В онлайн-коментарях, блогах та мемах більше свободи, але стилістична послідовність очікується в журналістиці, офіційних перекладах та літературі. Якщо образа дуже розмовна або неформальна, перекладач повинен вирішити, чи зберегти цей рівень неформальності, чи адаптувати її до стилю цільової мови.

Ідіоматичність та нові неологізми. Багато нових або пам'ятних образ мають незвичайні композиції або гру слів, які не можна перекласти дослівно.

Неологізми можуть бути стилістично нестабільними та швидко змінюватися — тому переклади можуть швидко застаріти або втратити своє значення.

Цензура та політична чутливість. У китайському контексті багато тем цензуються або є делікатними. Перекладачі можуть уникати прямо образливих виразів або змінювати їх, щоб уникнути зайвої уваги або запобігти видаленню. Це може призвести до цензурування перекладів або пошуку балансу між доречністю та безпекою.

Нюанси інтонації, контексту, аудиторії. Онлайн-коментарі можуть бути саркастичними або глузливими. Без відома автора чи аудиторії (сленг, мова групи, меми) переклад може втратити свою іронію або бути неправильно зрозумілим.

Таблиця 3.2. Аналіз прикладів китайських пейоративів з оригіналом, перекладами та аналізом того, як перекладачі впоралися з проблемами переклад

№	Оригінал (китайська)	Переклад англійською	Переклад українською	Проблеми перекладу	Аналіз
1	键盘侠 (jiànpán xiá)	“keyboard warrior”	«кильчатовний герой» / «герой-за клавіатурою»	— «Keyboard warrior» чітко віддзеркалює метафоричне значення — людина, яка проявляє агресію чи войовничість лише в інтернеті. Український відповідник «герой за клавіатурою» точно передає зміст, проте частково втрачає іронічне забарвлення, властиве англійському вислову.	Англomовний переклад має усталений використання; український потребує адаптації мовної гри, може втратити специфічний культурний заряд.
2	小粉红 (xiǎo fěnhóng)	“Little Pinks” / “little pinks”	«Маленькі рожеві»	— поняття “Pink” у англійському контексті вже набуває певного політичного чи соціального відтінку; українською це може бути незрозуміло без пояснення; також колір «рожевий» має культурні конотації, які можуть не співпадати.	У англійському перекладі зберігається образ, але можливо з додатковим контекстом; в українському варіанті можна залишити як кальку + пояснення.
3	饭桶 (fàntǒng)	“good-for-nothing” / “useless glutton” / “rice bucket”	«рисове відро» / «байдикуватий»	— “rice bucket” англійською звучить дивно, буде сприйнятий як калька; “good-for-nothing” передає функцію, але без метафоричної образності; українською «рисове відро» незрозуміло; «байдикуватий» втрачає метафору.	Краще використовувати переклад, який передає не лише значення, але й образ: можливо «ледар-відро», але це може звучати неприродно; або замінити метафору на щось, що працює в цільовій культурі, з ноткою пояснення.
4	草包 (cǎobāo)	“empty sack” / “straw bag” / “empty vessel”	«порожній мішок» / «солом’яна торба»	— “empty sack” передає образ порожнечі; “straw bag” зберігає матеріал, але у слові “bag” може не бути того зображального ефекту; українською «солом’яна торба» зрозуміло, але може здатися архаїчним; “порожній мішок” без матеріалу.	Добре, якщо переклад зберігає метафору; також можна додати коментар або пояснення.

Стратегії перекладу

Існує декілька стратегій подолання цих труднощів:

Дослівний переклад – перекладач намагається максимально наблизити слова та метафори до мови перекладу. Це доречно, якщо метафора зрозуміла в культурі перекладу. Однак вона може звучати іноземно або «неприродно».

Адаптація – використання аналогічного образу з культури перекладу. Наприклад, якщо «饭桶» (fàntǒng) буквально означає «відро для подорожі», в українському контексті це можна перекласти як «нікчемний» або «марний» [2; 7].

Пояснювальний переклад – пропуск спочатку образливого або слухняного виразу та додавання короткого пояснення або примітки, щоб допомогти читачеві зрозуміти культурний контекст.

Нейтралізація або пом'якшення – якщо образливість занадто сильна або недоречна для цільової аудиторії, вибір менш сильного слова.

Стилістична трансформація – зміна стилю для збереження функції, навіть якщо змінюється форма. Наприклад, гумористичний або іронічний тон можна передати по-іншому за допомогою інших метафор або слів.

Приклади адаптованих перекладів

Розглянемо кілька прикладів, як могла би виглядати адаптація пейоративу в контексті української чи англійської перекладів:

Оригінал: 直男癌 (zhí nán ái) — дослівно «рак прямого чоловіка». Ефект: критика радикального, застарілого патріархального мислення. Англ: «toxic straight man syndrome» — адаптація, додається “toxic” та слово-синтаксичне узгодження. Укр: «токсичний прихильник патріархату» або «чоловік-уставка» (як жаргонізм, якщо допустимо) — зберігається критичний характер і додається сучасний контекст.

Оригінал: 小白 (xiǎobái) — «зелененький новачок» / «білий» у сенсі «недосвідчений». Англ: «noob» або «greenhorn» — підходить за функцією, але менш образливо або менш метафорично. Укр: «новачок» / «чайник» — якщо

“чайник” вживається як жаргон, то може працювати як переклад, зберігаючи соціальну дистанцію і іронію.

Оригінал: 绿茶婊 (lǜchá biǎo) — «зелений чай-дівчина», позначення жінки, яка удає скромність, невинність, але є маніпулятивною. Англ: «green tea bitch» — прямий переклад із збереженням словесної гри. Українською: «зелений чай-дівчина» або «чайно-лицемірна» — адаптовано + пояснення, щоб аудиторія зрозуміла подвійний сенс.

Порівняльний аналіз українського та англомовного перекладу

Порівняльний аналіз показує, що англомовні перекладачі частіше використовують слова-позначення, які вже мають культурну вагу (“toxic”, “warrior”, “noob”, “poser”, “sellout” тощо). Таким чином, вони можуть замінити специфічний китайський образ (як “飯桶”, “草包”, “凤凰男”) на універсальніший пейоратив, який зрозумілий в англомовному просторі [2; 7; 50].

Українські перекладачі часто стикаються з реальністю відсутності спільності в мовній культурі, що змушує їх копіювати або винаходити нові вирази чи жаргон. Ще одна проблема полягає в тому, чи сприймуть носії української мови це як прийнятне, чи це виглядатиме занадто «недбало» або штучно. Ступінь образливості також важливий: український переклад, який точно передає образливість, може бути неприйнятним у певному стилі тексту.

Практичний аналіз перекладу китайських зневажливих виразів на українську та англійську мови демонструє, що це завдання вимагає глибокого розуміння як лінгвістичної, так і культурної систем. Перекладач повинен зберегти не лише буквальне значення, але й нюанси культурних конотацій, образності, стилістичного вираження та соціальної оцінки.

Переклади на англійську мову часто можуть бути більш адекватними з точки зору стилістичного вираження, оскільки англійська сленгова культура має свої унікальні засоби, часто подібні до тих, що можна знайти в китайському інтернеті. Однак їм може бракувати історичних чи культурних алюзій.

Завдання для української мови полягає в пошуку балансу між оригінальністю та розумінням: чи відмовлятися від різких виразів, чи адаптувати

їх, чи зберігати, чи пом'якшувати різкий тон зневажливих термінів, залежить від жанру та цільової аудиторії.

Отже, переклад зневажливих термінів – це творчий та критичний акт. Йдеться не лише про передачу слів, а й про відтворення образливого впливу в новому культурному середовищі. Успішний переклад – це той, який зберігає функцію, тон та емоційний колорит, навіть якщо він вимагає простих рішень.

3.3. Рекомендації щодо дослідження пейоративної лексики у сучасному китайськомовному дискурсі

Вивчення зневажливих виразів у сучасній китайській мові є одним із найважливіших напрямків досліджень у сучасній лінгвістиці, соціолінгвістиці та перекладознавстві. У контексті глобалізації, швидкого розвитку цифрових комунікацій та збільшення міжкультурних контактів зневажливі вирази не лише залишаються невід'ємною частиною мови, а й набувають нових функцій. Вони відображають соціальні стереотипи, цінності, агресію та іронію, а також вплив політичних та культурних процесів на мовний світогляд.

Китайська мова з її розгалуженою системою стилістичних реєстрів, метафоричним багатством та високим ступенем контекстуальності є чудовим прикладом для аналізу зневажливих виразів. Сучасні дослідження показують, що зневажлива лексика в китайській мові формується не лише традиційними мовними засобами, а й інтернет-сленгом, культурними алюзіями, грою слів з ієрогліфами, фонетичними жартами та транслітераціями з інших мов.

У сучасному лінгвістичному дискурсі зневажлива лексика перетворюється на один із найважливіших показників соціокультурних змін. Він не лише показує, як носії китайської мови реагують на соціальну нерівність, конфлікти цінностей, політичні проблеми та культурні трансформації, але й пропонує уявлення про емоційний ландшафт переважної більшості користувачів Інтернету. Однак, ретельне та науково обґрунтоване дослідження цих явищ вимагає чітких рекомендацій – методологічних, аналітичних, всеохоплюючих та етичних за

своєю природою. У цьому розділі зібрано принципи та практики, які можуть слугувати дороговказом для будь-кого, хто працює з китайським онлайн-дискурсом, особливо щодо зневажливих виразів та жаргону з негативними або зневажливими конотаціями.

Методологічні рекомендації

Першою складовою якісного дослідження має бути чітка методологія збору даних. Якщо вирішено використовувати матеріали із соціальних мереж, необхідно встановити часові рамки, платформи, жанри (коментарі, меми, відео, текстові пости тощо). Наприклад, нещодавнє дослідження *Evolving Neologisms and Ephemeral Discourse: WeChat Index Analysis of 2021's Chinese Internet Buzzwords* (Yuniarto, 2022) використало дані WeChat Index за кілька років, щоб простежити популярність нових слів і з'ясувати, які з них швидко зникають, а які зберігають силу в дискурсі [6; 8; 10].

Другим важливим моментом є застосування комбінованих методів: кількісний аналіз (частота, словосполучення, порівняння вживання в різних діалектах або регіонах) поєднується з якісним аналізом (контекст, інтонація, тон, метафора). Такий підхід допомагає уникнути надмірного спрощення — наприклад, частота не завжди щось розкриває про значення чи силу зневажливого терміна.

Третім методологічним кроком має бути створення або використання корпусів з метаданими: дата, платформа, тематичний контекст, авторство (де це можливо). Це дозволяє проводити порівняння: Як змінюється використання зневажливих термінів з часом? Чи посилюється чи зменшується їхня функція на певних платформах. Чи змінюється тон — іронічний, агресивний, самозневажливий тощо.

Згодом слід звернути увагу на проблему табу та цензури. Деякі зневажливі терміни видаляються або змінюються платформами через політичну чи моральну цензуру. Дослідники повинні документувати такі випадки, де це можливо, та враховувати їх у своїх матеріалах. Це також стосується маніпуляцій

з текстом — коли користувачі замінюють символи, використовують латинські літери чи цифри або змінюють символи, щоб обійти фільтри.

Припустимо, ви збираєте дані з Weibo. Ви можете зберігати скріншоти постів, але також можете використовувати API, якщо у вас є до нього доступ, або використовувати інструменти сканування для автоматичного вилучення постів, що містять образливу лексику. Потім ці пости аналізуються за категоріями: тематичними (стать, політика, соціальний статус), стилістичними (сленг, розмовні вирази, стиль медіа) та за ступенем образи — пряма образа, іронія, евфемізм.

Аналітичні рекомендації

Коли дані зібрані, важливо провести глибокий аналіз, який не лише класифікує пейоративи, але й виявляє їхню функцію в тексті.

Таблиця 3.3. Фрагмент аналізу класифікації та функції пейоративів в тексті

Китайський вислів	Контекст (платформа)	Тематичний жанр	Функція пейоративу (наприклад, зневага, іронія, групова ідентичність)	Рівень образливості
键盘侠 (jiànpán xiá)	Weibo коментар під політичним дописом	Політичні дебати	Висміювання пасивності, дистанція	Середній
打工人 (dǎgōng rén)	Douyin відео / діалог про трудове життя	Побут / економіка	Самоіронія, солідарність	Низький–середній
小粉红 (xiǎo fěnhóng)	Медіа-статті / мережеві пости	Націоналізм / онлайн-полеміка	Позначення групи, стигматизація або критика	Середній

При аналізі таких даних важливо звернути увагу не лише на текст, але й на реакцію — коментарі, репости, лайки, а також на те, чи хтось заперечує або підтримує використання цього пейоративу. Це допомагає з'ясувати, чи є слово культовим серед певної групи, чи воно стигматизує когось.

Також особлива увага має бути приділена семантичним зсувам — коли слово, що спочатку не було пейоративом, стає таким внаслідок частих

зневажливих вживань або змін у культурному контексті. Наприклад, “*躺平*” (tǎng píng) спочатку означало спосіб несприйняття тиску соціального успіху, але часто вживається з іронічним відтінком або навіть як образа для молоді, що “не прагне прагматичних цілей”.

Перекладознавчі рекомендації

Переклад пейоративів — це окрема складна галузь, бо переклад має зберегти не просто значення, але й тон, культурні конотації, ступінь образи. Коли ти працюєш з перекладами китайських пейоративів, корисно враховувати такі моменти:

- Визначати, чи має даний пейоратив еквівалент у мові перекладу, чи треба створювати адаптацію.
- Якщо переклад здійснюється англійською або українською, бажано перевірити як відреагує цільова аудиторія на використовуване слово — можливо, буквальний переклад буде звучати дивно або поза культурним контекстом.
- Іноді доцільно вводити пояснення або коротку примітку — особливо коли слово має сильну культурну або історичну нагуженість, яку читач може не розуміти.
- Перекладач має вирішувати, чи зберігати пейоративну інтенсивність (тобто наскільки образливо / грубо звучить оригінал), чи пом’якшувати — залежно від жанру перекладу та аудиторії.

Наприклад, переклад “*鍵盤俠*” як “*keyboard warrior*” в англomовному контексті досить вдалий, але український переклад “*герой за клавіатурою*” потрібно подавати з іронічним відтінком, можливо з поясненням, щоб зберегти ефект [28, с.89].

Також є дослідження, яке розглядає переклад неологізмів з китайської в інші мови з точки зору стратегій “доместикації” і “форенізації” (Wei Guo, “Translation of Chinese Neologisms from the Perspective of Domestication and Foreignization: A Case Study of Chinese Neologisms from 2018 to 2021”) — це може слугувати моделлю для пейоративів.

Соціокультурні та етичні рекомендації

Пейоративна лексика відображає соціальні упередження — проти етнічних груп, віку, статі та соціального статусу — і важливо, щоб дослідники усвідомлювали її потенціал для зневажливої поведінки. Критичний підхід до неї не лише бажаний, але й необхідний.

В опублікованих матеріалах зневажливі вирази, якщо вони використовуються як приклади, слід брати в лапки та пояснювати так, щоб читачі розуміли контекст. Зневажливі вирази не слід використовувати без критичного коментаря, оскільки це може бути сприйнято як підтримка або увічнення образливої мови.

Крім того, етична відповідальність передбачає повагу до осіб, які можуть стати об'єктом зневажливих виразів. По можливості, перед використанням матеріалу слід отримати згоду тих, кого це стосується, особливо у випадку особистих коментарів (наприклад, з приватних акаунтів).

Інтеграція сучасних технологій і ресурсів

У роботі з великою кількістю матеріалу (Weibo, Douyin тощо) слід використовувати інструменти обробки природної мови (NLP): токенизатори, моделі визначення тональності, класифікатори образливості. Наприклад, дослідження *Facilitating Fine-grained Detection of Chinese Toxic Language: Hierarchical Taxonomy, Resources, and Benchmarks* (Junyu Lu et al., 2023) розробляє тонку таксономію токсичних висловів і використовує її для автоматичного аналізу китайських текстів.

Такі технології допомагають не лише великомасштабно аналізувати дані, але й виявляти непрямі пейоративи — коли образа передається відтінками, метафорами чи омовами.

Отже, аналіз сучасного стану досліджень зневажливої лексики в китайському дискурсі показує, що це явище є дуже складним і вимагає комплексного міждисциплінарного підходу. Зневажливі слова – це не просто лінгвістичний засіб вираження негативної оцінки, а радше важливий соціокультурний маркер, що відображає національні особливості

комунікативної поведінки, суспільні цінності та сучасні соціальні процеси. Особливо в китайському контексті зневажлива лексика часто пов'язана з питаннями колективної ідентичності, соціальної ієрархії, міжетнічних відносин та державної ідеології, що надає цьому явищу особливого культурного та політичного значення.

Аналіз сучасних досліджень показує, що більшість науковців (особливо Li Xiaoming, 2022; Wang Yuhua, 2021; Guo & Zhao, 2023) підходять до зневажливої лексики з позицій когнітивної лінгвістики та соціолінгвістики. Такий підхід дозволяє нам зрозуміти, як носії мови кодують негативні конотації в метафорах, метонімії, фразеологізмах, неологізмах та жаргоні певних соціальних груп – від молоді до політичних угруповань. Особливе значення має аналіз зневажливих виразів у цифровій сфері — соціальних мережах Weibo, Douyin, Zhihu та WeChat — де виникають та поширюються нові лінгвістичні інновації. Як показують спостереження Лю та ін. (2023), інтернет-дискурс стає основною платформою для розвитку сучасних зневажливих тенденцій у китайській мові.

Ще однією важливою закономірністю є те, що зневажлива лексика китайської мови характеризується високим ступенем контекстної залежності: значення слів часто формується не лише з урахуванням їхньої семантики, а й прагматичного контексту — комунікативної ситуації, соціального статусу співрозмовників, платформи спілкування тощо. Наприклад, слово «韭菜» (jiǔcài – буквально «зелена цибуля») набуло метафоричного значення в сучасному китайському інтернеті для «наївного інвестора», який постійно втрачає гроші на фондовому ринку. Поза контекстом цей вираз залишається нейтральним, але в онлайн-середовищі він явно функціонує як зневажливий термін, демонструючи таким чином нові форми метафоризації.

Методологічно, вивчення зневажливої лексики вимагає інтеграції кількісного та якісного підходів. Кількісні методи – корпусний аналіз, підрахунок частоти, кластеризація словосполучень – дозволяють виявити моделі вживання негативно конотованих лексем. Натомість, якісний аналіз – прагматичний, когнітивно-семантичний, дискурсивний – дозволяє пояснити

механізми виникнення оцінок та їхні соціальні функції. Поєднання цих двох підходів, як виявили Xu & Li (2021), забезпечує більш повну картину лінгвістичних змін та допомагає уникнути поверхневих описів.

Методологічно, вивчення зневажливої лексики вимагає інтеграції кількісного та якісного підходів. Особливе значення мають рекомендації порівняльного аналізу – між китайською, українською та англійською мовами. Як показує практика перекладу (Zhao, 2020; Kovtun, 2022), не всі зневажливі вирази є безпосередньо еквівалентними. Наприклад, вирази «玻璃心» (bōli xīn – «скляне серце», тобто надмірна чутливість) або «鬍狗» (húgǒu – «смачний», буквально «собаколиз») потребують адаптивного перекладу, який враховує культурні коди цільової аудиторії. Тому в рекомендаціях рекомендується використовувати динамічну еквівалентність (за Юджином Найдю), яка дозволяє передати не лише формальну структуру виразу, але й його комунікативну функцію [29; 30; 35; 39; 49].

Крім того, дослідження показують, що китайське суспільство дедалі більше переосмислює межі прийнятності зневажливих виразів. Хоча раніше негативно конотована лексика суворо уникалася в публічному спілкуванні, її використання в соціальних мережах тепер набуло грайливого, самозневажливого або сатиричного характеру. Це свідчить про зміну культурних норм, а також про вплив глобалізації та західних мовних моделей. Тому майбутні дослідження повинні враховувати соціально-психологічні фактори на додаток до мовної системи.

Висновки за розділом 3

Проведений практичний аналіз пейоративної лексики у китайськомовному дискурсі дозволив комплексно розкрити специфіку її функціонування у сучасних комунікативних середовищах, зокрема в інтернет-просторі, перекладознавчій практиці та науковому осмисленні цього явища. Дослідження підтвердило, що пейоративна лексика є не лише лінгвістичною категорією, а й соціокультурним

феноменом, який відображає зміни в мовній поведінці, цінностях і комунікативних нормах китайського суспільства XXI століття.

Перш за все, у підрозділі 3.1 було встановлено, що інтернет-комунікація виступає головним середовищем активного творення, поширення та переосмислення пейоративних одиниць. Соціальні платформи — WeChat, Weibo, Douyin, Zhihu, Xiaohongshu — стали не лише простором обміну думками, а й аренами для формування мовних трендів, у яких пейоративи виконують цілу низку функцій: від експресивно-емоційної до соціально-критичної.

У ході аналізу було виявлено, що китайська інтернет-спільнота активно продукує неологізми з пейоративним забарвленням, які формуються через фонетичні скорочення, графічні комбінації, використання англіцизмів або калькування з мемів. Прикладами є такі одиниці, як “杠精” (*gàng jīng* — «той, хто постійно сперечається без приводу»), “键盘侠” (*jiànpán xiá* — «герой за клавіатурою»), “玻璃心” (*bōli xīn* — «скляне серце», тобто надмірно вразлива людина). Кожен з цих термінів не лише виражає негативну оцінку, а й закріплює певні соціальні типи поведінки, характерні для сучасного онлайн-дискурсу.

Крім того, аналіз показав, що інтернет-пейоративи у китайській мові мають тенденцію до швидкого оновлення — деякі з них зникають після короткого періоду популярності, інші — закріплюються у повсякденному мовленні й навіть потрапляють у словники нових слів (*新华网新词语年鉴*). Це свідчить про високу динаміку мовної системи та взаємозв'язок між лінгвістичними й соціальними процесами. Таким чином, інтернет-комунікація виступає своєрідною лабораторією мовних інновацій, у якій формуються нові механізми вираження пейоративності.

У підрозділі 3.2 показано, що переклад китайських зневажливих виразів українською та англійською мовами є однією з найскладніших проблем у перекладознавстві, оскільки більшість цих виразів мають висококультурно заряджені значення. Багато зневажливих виразів базуються на специфічно китайських культурних концепціях (ієрархія, колективізм, збереження обличчя

– miànzì), тому буквальний переклад часто призводить до втрати комунікативного впливу.

Порівняльний аналіз показав, що динамічна еквівалентність є найефективнішим методом передачі таких виразів. Наприклад, «玻璃心» не слід перекладати буквально («скляне серце»), а радше емоційно подібним виразом – «тонкошкірий» (англійською) або «занадто вразливий» (українською). Те саме стосується і «鬍狗» (tīān gǒu), який можна перекласти як «лизач чобіт» англійською та «ляпас» українською, хоча буквальне значення («лизання собаки») було б втрачено без адаптації.

Водночас деякі китайські зневажливі терміни вже увійшли до міжнародного словника завдяки глобалізації ЗМІ та культури. Такі терміни, як «diaosi» (屌丝 – «невдаха», «лузер») або (躺平 – «жити без амбіцій, пасивно»), є предметом обговорень у галузі перекладознавства в роботах Чжана (2022), Ковтуна (2023) та Лі (2021). Це вказує не лише на лінгвістичні запозичення, а й на міжкультурний обмін ідеями та відображає нову глобальну лінгвістичну взаємодію.

Особливу увагу було приділено пропозиціям щодо подальшого дослідження зневажливої лексики, представленим у підрозділі 3.3.

Аналіз виявив кілька перспективних напрямків дослідження:

- Створення електронних корпусів зневажливих виразів китайською мовою для відстеження динаміки їх використання з часом та в різних жанрах;
- Застосування соціолінгвістичних та прагматичних аналітичних методів для дослідження залежності зневажливих виразів від соціального статусу, віку, статі та регіональних характеристик мовців;
- Подальше вивчення перекладознавства з метою розробки принципів культурно доцільного перекладу зневажливих виразів китайською мовою;
- Аналіз етичних та правових аспектів використання зневажливих виразів у китайських ЗМІ з урахуванням цензурних рекомендацій та цифрового регулювання (особливо на державних платформах, таких як Weibo або Bilibili).

На завершення, результати третьої частини демонструють, що зневажливі вирази в сучасній китайській мові є не статичним, а дуже динамічним явищем, яке активно розвивається у сфері цифрової комунікації. Це відображає не лише лінгвістичні інновації, а й соціально-психологічні зміни в суспільстві, зокрема бажання молодого покоління виражати іронію, протест чи дистанціювання за допомогою мови. У цьому сенсі зневажливі вирази в китайській мові функціонують як індикатори суспільних настроїв та утворюють нову семантичну систему, яка поєднує традиційну образність та сучасну іронію.

Таким чином, третя частина не лише демонструє практичне застосування теоретичних принципів, обговорених у попередніх розділах, але й окреслює перспективи подальших досліджень систематизації, перекладу та культурного розуміння зневажливої лексики в сучасному китайському дискурсі. Зібраний матеріал підтверджує, що мова є не лише засобом комунікації, а й чутливим індикатором соціальних змін, а зневажлива лексика слугує дзеркалом соціальної напруженості, зміни цінностей та комунікативної креативності в китайському суспільстві.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Проведене дослідження пейоративної лексики у сучасному китайськомовному дискурсі дозволило комплексно осмислити природу цього лінгвістичного феномену, з'ясувати його структурно-семантичні, соціокультурні та прагматичні характеристики, а також окреслити основні напрями подальших досліджень і практичного застосування отриманих результатів.

Передусім було встановлено, що пейоративна лексика є невід'ємною складовою будь-якої мови, адже вона відображає не лише лінгвістичні, а й культурні, ідеологічні та соціально-психологічні процеси в суспільстві. У межах китайської мови цей пласт лексики вирізняється особливою образністю, асоціативністю та зв'язком із традиційними уявленнями про соціальну ієрархію, “обличчя” (面子), мораль і належність до групи.

У першому розділі на теоретичному рівні було визначено поняття пейоративності, систематизовано підходи до її опису в сучасній лінгвістиці (зокрема у працях А. Вежбицької, Дж. Лакоффа, Чжан Гохуа, Лю Цінфена та ін.), а також розглянуто основні критерії пейоративності — оцінність, емоційність, прагматичну спрямованість та ситуативну зумовленість. Окрему увагу приділено тому, що пейоративи у китайській мові формуються як на лексико-семантичному рівні (шляхом метафоризації, метонімізації, зміни конотацій), так і на морфологічному (через суфіксацію або словоскладання). У підрозділі 1.3 було доведено, що пейоративи є соціолінгвістичним маркером — вони відображають соціальні ролі, статусні відмінності, вікові, гендерні та ідеологічні установки мовців.

Другий розділ засвідчив, що китайська пейоративна лексика охоплює багату й багаторівневу систему виразів, пов'язаних із соціальними, політичними, етнічними, гендерними та культурними контекстами. Соціальні пейоративи (напр. 屌丝 *diǎosī* — «лузер», 打工人 *dǎgōngrén* — «робітляга») відображають ієрархічну структуру сучасного китайського суспільства; політичні (наприклад,

五毛 *wǔmáo* — «проплачений коментатор», 自干五 *zìgānwǔ* — «добровільний пропагандист») демонструють нові механізми цифрової пропаганди; гендерні (绿茶婊 *lǜchábiǎo*, 渣男 *zhānán*) — трансформують традиційні уявлення про жіночність і маскуліність. Показово, що в сучасному медійному просторі пейоративи часто функціонують як інструменти соціальної самоідентифікації, іронії та навіть самопародії. Аналіз стилістичних рівнів (від просторіччя до сленгу) підтвердив, що пейоративність у китайському дискурсі проявляється як багатовимірне явище — від м'якої іронії до грубого образу, залежно від контексту та комунікативної мети.

У третьому розділі практичний аналіз пейоративів у середовищі соціальних мереж (WeChat, Weibo, Douyin) показав, що цифрова комунікація стає головним полем формування нової пейоративної лексики. Мова інтернету відзначається динамічністю, креативністю та гібридністю: пейоративи часто утворюються за моделями сленгу, мемів або запозичень з англійської (наприклад, *loser, green tea, keyboard man* — 键盘侠 *jiànpánxiá*). Під час аналізу перекладів китайських пейоративів українською та англійською мовами виявлено значні прагматичні втрати: прямий переклад рідко передає культурну конотацію, соціальну іронію або емоційне забарвлення. Наприклад, переклад 屌丝 як “loser” не враховує соціально-іронічного самопозиціонування, а 绿茶婊 не має повного функціонального еквівалента в українській мові.

Ключовим результатом цього дослідження стало формулювання методологічних рекомендацій щодо вивчення зневажливої лексики в китайському дискурсі. Рекомендується поєднувати корпусний аналіз (зокрема, з використанням Китайського веб-корпусу та корпусу BLCU) із соціолінгвістичними методами, контекстуальним аналізом та прагматикою. Також пропонується створення порівняльної бази даних перекладацьких рішень для китайських зневажливих термінів, що сприятиме підвищенню точності перекладів китайських текстів у міжкультурній комунікації.

Результати демонструють, що зневажлива лексика є показником соціальних трансформацій, особливо в цифрову епоху. Вона не лише дозволяє виражати емоції, але й формувати нові системи цінностей, дисидентські ідентичності та іронічні моделі самовираження. Зневажливі терміни в китайському медіадискурсі відображають процеси урбанізації, глобалізації та ідеологічної еволюції, включаючи конфлікт між традиційними культурними нормами та новими цифровими субкультурами.

Таким чином, дослідження підтвердило гіпотезу про те, що зневажлива лексика виконує не лише негативну та оціночну функцію, але й когнітивну, структуруючу та соціально регуляторну. Це допомагає членам спільноти визначити, що є прийнятним, дистанціюватися від небажаних явищ або висміювати власне соціальне становище.

З'являються майбутні напрямки досліджень, включаючи розширення корпусу аналізованих текстів (особливо тих, що з китайських відеоплатформ, коментарів стрімінгових сервісів та онлайн-ігор), порівняння зневажливих стратегій в онлайн-спілкуванні між носіями китайської та української мов, а також вивчення синхронної та діахронної еволюції зневажливих термінів. Створення електронного словника китайських зневажливих термінів, що супроводжується міжмовними коментарями, було б важливим напрямком дослідження та цінним ресурсом для перекладачів, лінгвістів та фахівців з культурології.

Загалом, результати цієї оцінки мають як теоретичний, так і практичний інтерес. Вони поглиблюють розуміння зв'язків між мовою, культурою та суспільством і демонструють, що вивчення зневажливої лексики є перспективним напрямком досліджень у сучасній лінгвістиці, зокрема в галузях міжкультурної комунікації, медіалінгвістики та перекладознавства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bonvillain N. Language, culture, and communication: the meaning of messages. NJ: Prentice-Hall, Inc., 2000. 266 p.
2. Bowker L., Cronin M., Kenny D., Pearson J. Unity in Diversity: Current Trends in Translation Studies. Routledge, 2016. 208 p.
3. Burgoon J. K., Buller D. B., Woodall W. G. Nonverbal Communication: the Unspoken Dialogue. New York: Harper and Row Publishers, 1996. 522 p.
4. Elsmann, Yasmine. 中文网络流行语的特点与翻译策略 [J]. *Journal of Language and Translation Studies*, 2023, 5(3): 122-130. – Режим доступу: https://journals.ekb.eg/article_286622_284911ddb0b51b37e8e60a6458e72e86.pdf
5. Liu, Y., & Lin, S. (2018). Internet neologisms and language change in Mainland China. *Language Variation and Change*, 30(2), 159–182.
6. Molina L., Albir A. H. Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach. *Meta: Translators' Journal*. 2002. Issue 47. Pp. 498–512.
7. Nunberg, G. (2018). The social life of slurs. In D. Fogal, D. W. Harris, & M. Moss (Eds.), *New Work on Speech Acts*. Oxford University Press.
8. Purnomo, K. T. Variations of Mandarin slang on Weibo: A linguistic trend in youth language. *International Journal of Communication and Information Studies*, 2025, 12(1), 77–95.
9. Research report: *Weibo Language Report* (2021). Sina Weibo Institute (white paper).
10. Vieira L. N. Alonso E. Translating perceptions and managing expectations: an analysis of management and production perspectives on machine translation. *Perspectives*. 2020. 28(2), 163-184. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2019.1646776>
11. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: «Академія», 2004. 344 с.

12. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2009. 376 с.
13. Білоконенко Л. А. Пейоративна й інвективна лексика в міжособистісному конфлікті. Науковий вісник Криворізького національного університету. Кривий Ріг, 2012. № 7. С. 119–127.
14. Білоконенко Л. А. Семантична деривація пейоративної лексики конфліктної комунікації. Рідне слово в етнокультурному вимірі: зб. наук. праць. Дрогобич, 2013. С. 23–28.
15. Біляєв О. М. Сучасний урок української мови: навч. посіб. Київ : Радянська школа, 1981. 176 с.
16. Ботвінко О. М. Лексичні засоби вираження презирства в сучасній англійській мові. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/4095/1/B_otvinko.pdf (дата звернення: 05.10.2022).
17. Волковинський О. С. Епітет як носій та елемент стилю. Вісник Львівського університету. Серія: Іноземні мови. Львів, 2013. Вип. 21. С. 272– 277.
18. Ворон А. А., Солопенко В. А. Українська мова. Профільний рівень: підруч. для 10-го кл. закл. заг. серед. освіти. Київ: Видавничий дім «Освіта», 2018. 288 с.
19. Гаврилів О. І., Тимняк З. С. Особливості перекладу особових пейоративів. Іноземна філологія. 2017. Вип. 130. С. 98–108.
20. Голод О. Є. Особливості семантики та функціонування пейоративної лексики в сучасній мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2001. 18 с.
21. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник. Київ: Либідь, 1997. 139 с.
22. Дацишин Х. П. Пейоративна лексика в політичних ток-шоу. Телета радіожурналістика. Львів, 2011. № 10. С. 227–230.

23. Івасюк О. В. Системність як основний принцип вивчення мови / О. В. Івасюк // Міжнародна науково-практична конференція "Efektivni nastroje modernich ved-2014". – 29 квітня Прага, 2014.
24. Карпенко Є. В. Пейоративна лексика як маркер емоційноінтелектуальної дисфункції особистості. Соціокультурні та психологічні виміри становлення особистості: зб. наук. праць. Херсон: ФОП Вишемирський В. С., 2019. 117 с.
25. Катрич О. Г. Мовні традиції в китайській мові: виклики та проблеми перекладу на українську мову. *Вісник Ужгородського університету (філологія)*. 2025.
26. Качоровська М. А. Особливості перекладу ненормативної лексики на матеріалі скриптів серіалу «Shameless» / Марія Анастасія Качоровська — Львівський держ. ун-т безпеки життєдіяльності, 2024. — Магістерська робота. (Електронний репозитарій УКМА/LDUP). URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/bitstreams/5dc5a1b6-dc27-4a85aca38808ce11f32a/download>
27. Китайська мова та її переклад: особливості, виклики та роль у глобалізації. URL: <https://surli.cc/uhbids>
28. Кірносорова, Н. Система трансформацій в українському та китайському перекладознавстві. *Китайська цивілізація: традиції та сучасність*. 2007. 21, 43-46.
29. Коломієць Н. В. Особливості перекладу власних назв та реалій китайської культури на українську мову. *Philology Journal (ChPU)*. 2024. № — С.
30. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу / Т. М. Кондратюк. – Харків: Фоліо, 2006. – 350 с.
31. Кочан І. Лінгвістичний аналіз тексту: навч. Посібник / І. Кочан. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ: Знання, 2008. – 423 с.
32. Кульчицька О. В. Засоби інтенсифікації емотивного класу слів / Кульчицька О. В. // Міжнародна науково-практична конференція «Україна

- і світ: діалог мов і культур». – Київський національний університет ім. Т. Шевченка. 11–13 квітня Київ, 2018. – С. 16.
33. Кульчицька О. В. Особливості семантики пейоративної лексики (на матеріалі циклу романів "Сутінкова Сага" Стефани Майер) (The peculiarities of pejorative language semantics) // Іноземна філологія. Український науковий збірник Львівського університету. – вип. 12. – Львів, 2011. – С. 64–70.
 34. Кульчицька О. В. Пейоративи як засіб вербалізації вираження негативного емоційного стану. Science and Education in a New Dimension. Серія: Філологія. Будапешт, 2014. № 2. С. 68–70.
 35. Кульчицька О. В. Про деякі критерії та методи визначення пейоративної лексики. Вісник Житомирського державного університету. Житомир, 2014. № 8. С. 242–245.
 36. Левченко Т. М. Діалектизми як пейоративи у мові засобів масової інформації. Теоретична і дидактична філологія. 2020. Вип. 31. С. 50–58.
 37. Левченко Т. М. Діалектизми як пейоративи у мові засобів масової інформації. Теоретична і дидактична філологія. 2020. Вип. 31. С. 50–58.
 38. Мартиненко Є. Ю. Лексичні складові ненормативної лексики в сучасній українській мові. *Методичні матеріали / Міністерство освіти і науки України*, 2021.
 39. Мельник А. П. Англіцизми у перекладах мультфільмів: методика та практика. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2019. № 34. С. 24–32.
 40. Моштак О. В. Специфіка функціонування пейоративної лексики в екстралінгвістичному середовищі. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені І. Огієнка. Серія: Філологічні науки. 2011. Вип. 28. С. 321–323
 41. Мудрова Н. В. Мовна гра як засіб поетики власних назв: дис. ... кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.15 – загальне мовознавство / Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов, Горлівка, 2008. 196 с.

42. Навчання китайської мови в Україні в умовах війни. URL: <https://sinologist.com.ua/navchannya-kytajs koyimovy-v-ukrayini-v-umovah-vijny/>
43. Омельчук С. А. Дослідницький підхід до навчання мови: лінгводидактичний словник- довідник: навч. посіб. Київ: [б.в.], 2015. 56 с.
44. Панченко В.А. Особливості перекладу мовної гри у творах Дж. Ролінг китайською. Вісник науки та освіти. 2024. № 6(24). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/view/12847/12909>
45. Перекладацькі стратегії при передачі інвективи та пейоративів — стаття в збірнику наукових праць факультету перекладу (Київ, 2018–2024) — декілька авторів (оглядові статті).
46. Рябова П. Засоби відтворення комічного в перекладі англomовних мультфільмів: магіст. робота. Суми: СумДУ, 2020. — На правах рукопису.
47. Словник української мови, в 11 т. – Т. 2 – Київ: Наукова думка, 1971. – С. 477.
48. Ставицька Л. О. Українська мова без табу. Словник нецензурної лексики та її відповідників. Київ: Часопис «Критика», 2008. 435 с.
49. Татаровська О. В. Прагматичний характер одиниць-компонентів заперечної інтенсифікації / О. В. Татаровська // Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки. – 2013. – Вип. 68. – 237 с.
50. Тони китайської мови: як вимовляти ієрогліфи. URL : <https://www.epochtimes.com.ua/china/chinesecharacters/toni-kitayskoyi-movi-yak-vimovlyati-ieroglifi-118200.html>
51. Шуляк С. А. Пейоративна лексика в текстах українських замовлянь. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. 2016. № 10. С. 241–245.
52. 何晓. 低俗恶趣味的表达充斥网络渗透校园警惕网络黑话烂梗侵蚀青少年 [EB/OL]. 上海市教育委员会官方网站, 2025-03-17. – Режим доступу:

<https://fegw.sh.gov.cn/ywxx/20250317/4bb18e9b75a74c6d8d0111611b2d98b5.html>

53. 刘佳仪, 张新滢, 李欣月. 浅谈语义视角下的网络脏话 [J]. *语言研究*, 2024. –
Режим доступа: <https://www.hanspub.org/journal/paperinformation?paperid=93586>
54. 周智婷. 网络流行语“躺平”的语义演变、泛化及其流行原因 [J]. *新闻传播科学*, 2023, 11(4): 1078-1082. – Режим доступа: https://pdf.hanspub.org/jc20230400000_32299348.pdf
55. 苏嘉怡. 《网络称谓语研究》. 《现代语言学》, 2024, 12(5): 758-762.–
Режим доступа: https://pdf.hanspub.org/ml2024125_1042913292.pdf

АНОТАЦІЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ**ABSTRACT****Of the MA thesis «PEJORATIVE LEXICON IN CONTEMPORARY CHINESE DISCOURSE»****(Kharkiv, 2025)****Written by Vladyslava PONOMARENKO****(research advisor – PhD in Pedagogy, Y.Y. Lakhmotova)**

The relevance of this research is defined by the fact that pejorative vocabulary is not merely a peripheral or marginal element of language, but a meaningful socio-cultural and pragmatic mechanism that actively participates in constructing interpersonal relationships, public discourse, and collective identities. In Chinese communication, where politeness strategies, cultural norms of face and hierarchical social relations have traditionally played a central role, the usage of pejoratives presents a particularly dynamic and revealing field of study. The expansion of online communication platforms such as WeChat, Weibo, and Douyin has transformed the communicative landscape of China, contributing to the proliferation of new lexical creations, expressive compounds, ironic labels, and socially loaded pejorative terms. These speech practices reflect broader transformations within Chinese society — modernization, digitalization, youth subculture linguistic creativity, ideological tensions, and global interconnectedness.

The purpose of the study is to examine the features of pejorative lexicon in contemporary Chinese discourse, to identify its semantic, stylistic, and pragmatic characteristics, to define the socio-cultural mechanisms behind its functioning, and to offer translation strategies for transferring Chinese pejorative expressions into Ukrainian and English with the preservation of meaning, intensity, and communicative effect. The thesis addresses how pejorative vocabulary reflects social identities and how it is used to negotiate social boundaries, express evaluation, engage in ideological debates, and construct discursive positions in both interpersonal and public spheres.

To achieve the aims of the study, **a set of complementary research methods** was used. The descriptive and analytical method enabled the classification of Chinese pejorative lexicon and the identification of its patterns of semantic derivation. The contextual method made it possible to trace how meanings and pragmatic effects change depending on communicative situations. The comparative method was applied to analyze how Chinese pejoratives correspond to or diverge from their possible Ukrainian and English equivalents, especially in cases where cultural norms and evaluative connotations differ. Corpus and discourse analysis were used to study real-life usage of pejoratives in online communication, particularly on platforms where users often communicate spontaneously and informally, thus revealing authentic pragmatic tendencies.

The scientific novelty of the study lies in the systematic investigation of pejorative lexicon in Chinese with respect to three interconnected analytical dimensions: semantic, sociolinguistic and pragmatic. Previous research in Ukrainian linguistics has focused predominantly on pejorative vocabulary in Slavic languages, while the Chinese context remains understudied. This thesis expands the theoretical understanding of pejorativity by demonstrating how it functions under the influence of cultural norms specific to Chinese communicative culture, including indirectness, the dynamics of “face”, group affiliation, and the tension between formal and informal registers in online spaces.

The theoretical significance of the study is expressed in its contribution to the disciplines of semantics, sociolinguistics, pragmatics, translation studies, and intercultural communication. The results clarify how pejorative meaning is constructed not as an inherent lexical property but as a dynamic, contextually dependent communicative process. Furthermore, the study provides a model for analyzing evaluative language across cultural contexts, showing that pejorativity can be a powerful diagnostic tool for understanding cultural values, social tensions, stereotypes, and ideological positions within discourse.

The practical significance of the research lies in its applicability in multiple academic and professional fields. In translation studies, the results offer guidance for

rendering culturally embedded pejorative expressions without loss of intensity or pragmatic force. For educators and students of Chinese language, the thesis helps to understand colloquial usage, online discourse trends, and implicit cultural meanings that are not typically covered in traditional textbooks.

The thesis consists of three chapters.

The first chapter outlines theoretical foundations, focusing on the concept of pejorativity, its linguistic features, degrees of expressiveness, classification principles, and the relationship between pejorative meaning and context. It highlights the complexity of pejorative lexicon as a phenomenon shaped by semantic, pragmatic and cultural dimensions.

The second chapter analyzes the main groups of Chinese pejoratives — social, ethnocultural, political, and gender-based — and explores their stylistic distribution across different speech registers: conversational, colloquial, slang, and media language. Special emphasis is placed on the role of the internet in intensifying lexical creativity and recoding social evaluations through irony, parody, and memetic speech practices.

The third chapter provides a practical analysis of contemporary Chinese internet discourse, focusing on WeChat, Weibo, Douyin, and other platforms. It shows how pejoratives emerge, spread, and evolve in online environments. The chapter also discusses translation challenges and proposes strategies to compensate for cultural specificity, stylistic nuance, and pragmatic tone when translating pejoratives into Ukrainian and English.

In conclusion, the thesis demonstrates that pejorative lexicon in modern Chinese is a complex, dynamic, and culturally embedded communicative tool that reflects evolving social identities and relationships. Its study is essential for understanding both linguistic processes and broader socio-cultural transformations in contemporary China.

Approbation of research results. The main provisions and results of the research were approved in the form of an article (co-authored with the scientific supervisor), which was submitted for publication in a scientific professional publication of category B - "Perspectives and Innovations of Science".