

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Кафедра східних мов та міжкультурної комунікації

Рекомендовано до захисту

Протокол засідання кафедри № \_\_\_\_

від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

### ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КИТАЙСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ

**Виконавець:**

студентка: II курсу магістратури,  
групи КМПЗ-61

Кузнецова Анастасія Сергіївна

**Керівник роботи:**

Лахмотова Ю.В. Кандидат педагогічних  
наук, доцент кафедри східних мов та  
міжкультурної комунікації

**Підсумкова оцінка:**

за національною шкалою: \_\_\_\_\_

кількість балів: \_\_\_\_\_

Підпис керівника \_\_\_\_\_

Кваліфікаційну магістерську роботу захищено на засіданні Екзаменаційної комісії

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

Голова Екзаменаційної комісії \_\_\_\_\_

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Харків – 2025

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Поняття інтернет-лексики в сучасному мовознавстві .....	6
1.2. Класифікація інтернет-лексики та її функції.....	8
1.3. Китайська інтернет-лексика як об'єкт лінгвістичного аналізу .....	12
Висновки до розділу 1 .....	16
<b>РОЗДІЛ 2. МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ КИТАЙСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ .....</b>	<b>18</b>
2.1. Основні способи словотворення інтернет-лексем у китайській мові	18
2.2. Фонетичні, морфологічні та графічні особливості китайських неологізмів .....	21
2.3. Вплив соціокультурних чинників на формування інтернет-лексики	25
Висновки до розділу 2 .....	29
<b>РОЗДІЛ 3. СЕМАНТИКА ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ КИТАЙСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ У ЦИФРОВОМУ ДИСКУРСІ .....</b>	<b>32</b>
3.1. Семантична еволюція інтернет-лексики .....	32
3.2. Прагматичні та стилістичні особливості використання інтернет-лексем ..	35
3.3. Аналіз прикладів з китайських соціальних мереж (Weibo, WeChat, Douyin) .....	39
Висновки до розділу 3 .....	43
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....</b>	<b>45</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>49</b>
<b>АНОТАЦІЯ .....</b>	<b>54</b>

## ВСТУП

### **Актуальність дослідження.**

Початок ХХІ століття ознаменувався глобальною цифровізацією суспільства.

Інтернет став не лише інструментом комунікації, а й окремим соціокультурним простором, у якому формується нова мовна реальність.

Виникнення інтернет-лексики — це не випадковий процес, а закономірна відповідь мови на нові комунікативні потреби людини в цифрову епоху.

Вона відображає не лише технологічні зміни, а й трансформації у мисленні, світогляді, соціальних відносинах.

У китайському мовному середовищі розвиток інтернет-лексики має особливе значення, адже китайська мова, як одна з найстаріших і найпотужніших мов світу, демонструє унікальні способи лексичної адаптації до нових умов. Ієрогліфічна система, поєднання традиції та сучасності, соціальна мобільність молоді — усе це створює підґрунтя для активного творення нових мовних форм (1, с. 7).

Китайська інтернет-лексика поєднує традиційні ієрогліфи, латинські літери, цифри, емодзі, утворюючи своєрідну «гібридну» систему, що стала маркером цифрової епохи.

### **Наукова розробленість проблеми.**

Питання інтернет-лексики привертає увагу багатьох лінгвістів у світі. Д. Крістал (2001) уперше визначив поняття “language of the Internet”, наголошуючи, що мова онлайн-комунікації поєднує риси усного та писемного мовлення (2, с. 20).

У китайській науці поняття 网络语言 (wǎngluò yǔyán) — «мережева мова» — вперше з’явилося у працях Лі Сяолінь (Li, 2018), яка вказала, що цифрове середовище стало новим джерелом лексичної інновації (3, с. 12). Серед сучасних досліджень варто виокремити роботи Ван Цяня (2020),

Лю Цзін (2019), Ченя Жуя (2023), які вивчали соціальні та культурні функції китайських неологізмів.

**Об'єкт дослідження** — інтернет-лексика сучасної китайської мови.

**Предмет дослідження** — структурні, семантичні та функціональні особливості китайських інтернет-неологізмів у цифровій комунікації.

**Мета дослідження** — визначити основні особливості розвитку китайської інтернет-лексики, простежити її типологічні риси, функції та культурну специфіку.

**Завдання дослідження:**

1. Розкрити поняття «інтернет-лексика» в сучасному мовознавстві.
2. Розглянути класифікацію інтернет-лексики та її функції.
3. Проаналізувати китайську інтернет-лексику як об'єкт лінгвістичного аналізу.
4. Визначити вплив інтернет-лексики на розвиток сучасної китайської мови.
5. Окреслити проблеми перекладу китайських інтернет-одиниць українською.

**Матеріалом дослідження** є приклади китайських інтернет-неологізмів з платформ Weibo, Zhihu, Bilibili, Douyin, словників 新词语年鉴 (Щорічник нових слів), а також наукові праці сучасних китайських і англомовних авторів.

**Методи дослідження:** описовий, порівняльний, компонентно-семантичний, контекстуальний, перекладацько-аналітичний.

Наукова новизна полягає в системному підході до аналізу китайської інтернет-лексики як соціолінгвістичного феномена, що відображає динаміку сучасного мовного простору.

**Практичне значення** полягає у використанні результатів для викладання китайської мови, укладання словників новітніх неологізмів, перекладу інтернет-контенту, дослідження міжкультурної комунікації.

**Апробація** даної роботи на етапі виконання полягає у написанні статті до фахового журналу категорії Б «Вісник науки та освіти».

**Структура** **роботи.**

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку джерел і додатків.

Перший розділ розглядає теоретичні аспекти інтернет-лексики, другий — механізми утворення китайських неологізмів, третій — перекладацькі аспекти.

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ

### 1.1. Поняття інтернет-лексики в сучасному мовознавстві.

Інтернет-лексика є одним із найдинамічніших явищ сучасної лінгвістики. Її становлення тісно пов'язане з розвитком цифрової комунікації, глобалізацією та зростанням соціальних медіа. За визначенням Д. Крістала, поява інтернету започаткувала “нову мовну революцію”, у якій мова перетворюється на багатоканальну систему — вона одночасно усна, письмова й візуальна (1, с. 12).

У лінгвістиці існує кілька підходів до трактування поняття «інтернет-лексика». Частина дослідників розглядає її як сукупність мовних одиниць, що виникли та функціонують у цифровому середовищі (2, с. 84; 3, с. 18). Інші — як особлива підсистема сучасної мови, що поєднує елементи розмовного стилю, жаргону, технічних термінів і графічних кодів (4, с. 5; 6, с. 97).

У китайському мовознавстві поняття 网络语言 (wǎngluò yǔyán) — «інтернет-мова» — охоплює не лише лексику, а й граматичні, семантичні й прагматичні особливості комунікації в мережі (10, с. 45). За Лі Мін (10, с. 47), інтернет-лексика є “мовним відображенням сучасного китайського соціуму, у якому технологічна швидкість змінює саму структуру мислення”.

Перші системні дослідження цифрової мови з'явилися на початку 2000-х років. Крістал (1, с. 16) наголошує, що в епоху інтернету слово перестало бути лише текстовим знаком — воно набуло мультимедійного характеру, у якому взаємодіють звук, шрифт, колір, емодзі та відео. Саме це відрізняє сучасну інтернет-лексику від попередніх етапів еволюції мови.

Серед китайських науковців поняття інтернет-лексики уточнюють Лі Сяолін (6, с. 99) та Чжоу Ціхуань (12, с. 2). Вони визначають її як систему нових слів, виразів, скорочень і символів, створених

користувачами мережі для швидкої комунікації, причому більшість таких одиниць має короткий життєвий цикл.

Інтернет-лекси́ка є динамічною: за даними дослідження *Modelling the Life Cycle of Neologisms in China 2008–2016* (26, с. 4), середній період активного вжитку неологізму в китайському сегменті інтернету становить близько 14 місяців. Водночас близько 10 % нових слів переходять у стабільний словниковий запас.

Формування інтернет-лексики зумовлене не лише технологічними, а й соціокультурними чинниками. За результатами Zhao (37, с. 6), мова соціальних мереж виступає не просто інструментом спілкування, а способом конструювання ідентичності. Молоді користувачі створюють власні мовні норми, використовуючи символи, латиницю, емодзі й цифри.

De Seta (3, с. 19) зазначає, що інтернет-лекси́ка у Китаї — це мовна лабораторія, у якій відбуваються експерименти з фонетикою, графікою, семантикою та емоційною виразністю. Це не “мовна деградація”, а адаптаційний процес, що розширює можливості китайської мови.

За спостереженням Wong Kam-Fai (7, с. 138), інтернет-мова відображає зміни у соціальній структурі суспільства. Наприклад, такі терміни, як 内卷 (nèijǔǎn) — «виснажлива конкуренція» чи 躺平 (tǎng píng) — «пасивний спротив», стали лінгвістичними символами соціальних настроїв.

Статистика *Statista* (18) засвідчує, що понад 70 % користувачів інтернету в Китаї — молоді люди віком до 35 років, що пояснює переважання емоційного, ігрового та іронічного стилів у цифровій комунікації.

Крім того, інтернет-лекси́ка є полем міжмовної взаємодії. Li Z. (36, с. 42) та Li Yan (25, с. 3) відзначають активне проникнення англіцизмів і скорочень (OK 了, C位, battle一下), які відображають глобалізаційний вплив. Публікація *Global Influence and Local Adaptation: The Integration of English in Chinese Internet Slang* (5) підкреслює, що запозичення не

призводить до занепаду китайської мови, а створює новий рівень мовної гібридності.

З іншого боку, дослідження Хі У. (28, с. 7) доводить, що інтернет-лексика відображає психологію колективу: користувачі створюють слова для спільного переживання емоцій — від іронії (emo, 破防 pò fǎng) до протесту (草泥马 cǎonímǎ). De Seta (3, с. 8) називає ці явища “digital folklore” — цифровим фольклором, у якому гумор і сатира виконують соціально-регулятивну функцію.

Публікація *Collaborative Discovery of Chinese Neologisms in Social Media* (33) показує, що процес створення нових слів у мережі має колективний характер: більшість нових одиниць виникає не в офіційних джерелах, а в неформальних онлайн-спільнотах.

Формування інтернет-лексики також залежить від технологічного контексту. Згідно з MindSea Development (21), збільшення мобільного трафіку прямо корелює зі зростанням частки коротких повідомлень, що стимулює появу скорочень, аббревіатур та цифрових кодів (520 — «кохаю», 886 — «прощавай»).

Серед актуальних тенденцій, за дослідженням arXiv (47), штучний інтелект починає відігравати роль у фіксації й перекладі неологізмів: алгоритми збирають дані з платформ Weibo та Bilibili, класифікуючи слова за частотою, стилем і контекстом. Це свідчить про новий етап — автоматизацію лексикографічного процесу.

Отже, поняття інтернет-лексики в сучасному мовознавстві охоплює широкий спектр явищ — від фонетичних і морфологічних інновацій до соціально-психологічних процесів. У китайському контексті вона поєднує культурні традиції, графічну систему, цифрові коди й глобальні мовні впливи, формуючи унікальний багаторівневий пласт сучасної китайської комунікації.

## 1.2. Класифікація інтернет-лексики та її функції.

Інтернет-лекси́ка є складним багатовимірним явищем, що охоплює як мовні, так і соціокультурні аспекти цифрової комунікації. Сучасна наука розглядає її не як хаотичне скупчення новотворів, а як внутрішньо структуровану систему, що має власні закономірності розвитку, класифікаційні особливості та комунікативні функції. За спостереженням Д. Крістала, інтернет-мова поєднує властивості письмового, усного та візуального дискурсів, що зумовлює утворення нових типів лексичних одиниць і їх гібридність (1, с. 53).

Китайські дослідники підходять до класифікації інтернет-лексики з урахуванням її морфологічних, графічних і семантичних характеристик. Лі Мін (10, с. 58) пропонує поділити всі новоутворення на три базові групи: формально-графічні одиниці, фонетично-гомофонні конструкції та семантичні інновації. Така класифікація відображає домінуючі механізми словотворення та функціонування неологізмів у цифровому середовищі. Водночас Лі Сяолінь (6, с. 100) і Чжоу Ціхуань (12, с. 3) доповнюють її критеріями динамічності, креативності та соціальної маркованості, що дозволяє описати інтернет-лексику як самостійну підсистему сучасної китайської мови.

Одним із найвиразніших різновидів є формально-графічні одиниці, до яких належать абрєвіатури, скорочення та числові коди. Вони утворюються за принципом економії мовних засобів і забезпечують швидкість комунікації в мережі. За даними Statista (18), понад 80 % користувачів китайського інтернету регулярно застосовують скорочення в щоденному листуванні. Такі форми, як YYDS (yǒngyuǎn de shén) — «вічний бог», XSWL (xiào sǐ wǒ le) — «сміюся до смерті», AWSl (ài wǒ sǐ le) — «вмираю від любові», стали невід'ємною частиною молодіжного спілкування. На думку Zhao (37, с. 6), поширення латиниці в китайських чатах відображає процес «романізації китайської цифрової мови», що є ознакою глобалізаційного впливу англійської культури.

Важливе місце у структурі китайської інтернет-лексики посідають числові вирази, утворені на основі гомофонії. Вони базуються на подібності звучання чисел до певних слів або фраз китайської мови. Приклади на кшталт 520 (wǔ èr líng) — «я тебе кохаю», 1314 (yī sān yī sì) — «на все життя», 666 — «круто» та 2333 — звуконаслідування сміху демонструють, як числовий код стає семантичним знаком. Дослідження *Modelling the Life Cycle of Neologisms in China* (PLOS ONE, 2021) доводить, що цифрові коди становлять близько п'ятої частини всіх неологізмів китайського інтернету (26, с. 4).

Другу велику групу становлять фонетично-гомофонні утворення. Вони ґрунтуються на звуковій подібності між китайськими словами та іншомовними виразами, насамперед англійськими. Серед найпоширеніших прикладів — 栓Q (shuān Q), що походить від thank you, 奥利给 (àolǐgěi), що наслідує звучання all right, give it!, або 歪瑞古德 (wāi ruì gǔ dé) — транслітерація very good. За словами Li Yan (25, с. 5), такі форми створюють ефект звукової гри, який має не лише лінгвістичне, а й соціальне значення: використання гомофонів стає способом демонстрації мовної креативності та приналежності до інтернет-спільноти.

Важливим шляхом оновлення словникового складу є семантичні інновації, що передбачають метафоризацію вже існуючих лексем. Xi (2, с. 87) визначає цей процес як когнітивне узагальнення, у межах якого звичні слова набувають нового, переважно емоційного або оцінного змісту. Наприклад, 内卷 (nèi juǎn) — від початкового значення «замкнений розвиток» — почало означати «безрезультатну конкуренцію»; 躺平 (tǎng píng) — буквально «лежати рівно» — набуло значення «пасивна відмова від соціального тиску»; 破防 (pò fáng) — «зламати оборону» — стало означати «емоційно розчулитися». Такі зміни підтверджують активність метафоричного мислення в сучасній китайській культурі (10, с. 63; 24, с. 268).

У структурі інтернет-лексики важливу роль відіграють також гібридні утворення, у яких поєднуються китайські ієрогліфи, латиниця, цифри та інші графічні символи. Прикладами можуть бути Pick我 (pick wǒ) — «обери мене», OK了 (OK le) — «усе гаразд», C位出道 (C wèi chū dào) — «дебютувати в центрі уваги». За спостереженням Zhao (37, с. 9), така гібридизація створює ефект глобального китайського коду, у якому мовна компетенція охоплює як національний, так і міжнародний рівень. Дослідження Collaborative Discovery of Chinese Neologisms in Social Media (33) свідчить, що близько 30 % нових китайських інтернет-слів мають змішану графіку, що робить їх універсальними для мультимовної аудиторії.

Суттєвою рисою китайської інтернет-лексики є її тимчасовість. Багато лексем мають короткий життєвий цикл і зникають одразу після завершення певного тренду чи події. De Seta (3, с. 7) визначає це як «цифровий фольклор», коли слова існують у колективній творчості користувачів. Одиниці 盘他 (pán tā), 奥利给 (àolǐgěi), 逆天 (nì tiān) поширювалися у вигляді мемів, але лише частково закріпилися у повсякденному вжитку (26, с. 6).

Функціональні властивості інтернет-лексики є багатовимірними. Згідно з класифікацією Лі Міна (10, с. 74), можна виділити комунікативну, соціальну, когнітивну, емоційну та культурну функції. Комунікативна функція полягає в забезпеченні швидкого обміну інформацією у форматі коротких повідомлень і відображає прагнення до мовної економії (LOL, YYDS, 2333). Соціальна функція виявляється у створенні групової ідентичності через спільне використання певних слів і виразів (打工人, 佛系青年). Когнітивна функція виражає процес осмислення нових явищ реальності, коли нові слова стають маркерами соціальних тенденцій (内卷, 躺平). Емоційна функція забезпечує передачу настрою через візуальні символи (QAQ, oqz, T\_T), а культурна

— відображає систему цінностей сучасного китайського суспільства, у якому гумор і самоіронія виступають засобами соціальної критики (3, с. 20; 4, с. 7; 8, с. 41).

Таким чином, китайська інтернет-лексика функціонує як цілісна, системно впорядкована підсистема мови, що характеризується різноманіттям структурних типів і багатофункціональністю. Вона включає аббревіатури, числові вирази, фонетичні запозичення, морфемні комбінації, гібридні конструкції та короткочасні мемні слова. За результатами досліджень Li Xiaolin (6), Xi (2), Li Ming (10), De Seta (3), Zhao (37), Wong K.-F. et al. (7) та ін., така класифікація демонструє закономірність і структурованість процесів мовної еволюції у цифровому просторі. Це доводить, що китайська інтернет-мова є не випадковим явищем, а наслідком системної адаптації мовної свідомості до нових форм комунікації, у межах яких лексика виконує не лише інформаційну, а й культурно-соціальну функцію.

### **1.3. Китайська інтернет-лексика як об'єкт лінгвістичного аналізу.**

Китайська інтернет-лексика є одним із найпомітніших і найцікавіших об'єктів сучасної лінгвістики, оскільки саме в ній відбиваються глибинні трансформації мовної системи під впливом цифрових технологій, соціальних змін і глобалізаційних процесів. У лінгвістичному вимірі інтернет-лексика становить собою динамічний шар словникового складу, який відображає взаємодію між традиційною китайською мовною моделлю, новими технологічними засобами спілкування та культурною креативністю користувачів.

З позицій системного аналізу інтернет-лексика функціонує як підсистема сучасної китайської мови, що характеризується власною структурою, правилами функціонування й прагматичними установками. Як зазначає De Seta (3, с. 19), інтернет-мова не лише доповнює традиційну лексику, а й змінює принципи лінгвістичного кодування

значень. Нові слова створюються не за класичними словотвірними моделями, а шляхом семантичної компресії, звукової гри, гібридизації графічних елементів і культурних алюзій.

Li Ming (10, с. 65) наголошує, що інтернет-лексика у Китаї є унікальним феноменом, у якому мовна форма безпосередньо поєднується з культурним контекстом. Такі одиниці, як 打工人 (dǎgōngrén) — «найманий працівник», 躺平 (tǎng píng) — «пасивна відмова від боротьби», 内卷 (nèijuǎn) — «виснажлива конкуренція», стали не лише лінгвістичними новоутвореннями, а й соціолінгвістичними індикаторами, що відображають емоційний стан молодого покоління. Вони функціонують як мовні символи протесту, іронії або саморефлексії.

Когнітивний аспект аналізу інтернет-лексики полягає в тому, що нові слова відображають процеси осмислення реальності через метафоричне мислення. Хі (2, с. 88) доводить, що семантичне розширення, характерне для інтернет-лексики, є результатом когнітивної метафори — процесу, у якому абстрактні соціальні явища осмислюються через конкретні фізичні образи. Так, слово 破防 (pò fáng) — «зламати оборону» — у цифровій комунікації означає «емоційно розчулитися»; 上头 (shàng tóu) — «піднятися в голову» — передає стан захоплення; 断舍离 (duàn shě lí) — «відмовитися, відпустити, звільнитися» — метафорично описує психологічну детоксикацію.

Морфологічні особливості китайської інтернет-лексики розкривають її інноваційний потенціал. За спостереженням Wong Kam-Fai (7, с. 136), більшість новоутворень утворюються шляхом словоскладання або суфіксальної деривації. При цьому поєднання коренів набуває експресивного або оцінного змісту. Прикладами є 杠精 (gàng jīng) — «сварлива людина», 作精 (zuò jīng) — «надмірно емоційна особа», 凡尔赛文学 (Fán'ěrsài wénxué) — «версальська література», що позначає демонстративну скромність. Такі лексеми свідчать про активізацію

внутрішніх словотворчих ресурсів китайської мови в цифровому середовищі.

З погляду соціолінгвістики китайська інтернет-лексика є маркером поколінневої ідентичності. Zhao (37, с. 8) зазначає, що мова інтернету перетворилася на соціальний код, за допомогою якого користувачі не лише обмінюються інформацією, а й формують власний культурний простір. Застосування певних лексем (emo, 打工人, 社恐 (shè kǒng) — «соціальна тривожність») сигналізує про належність до спільноти молоді, яка живе в умовах високої конкуренції, емоційного виснаження та глобальної взаємодії.

Прагматичний аспект аналізу китайської інтернет-лексики полягає у вивченні її функціонування в конкретних комунікативних ситуаціях. Li Z. (36, с. 40) відзначає, що такі лексеми виконують роль мовних маркерів інтерперсональної дистанції: вони можуть зменшувати офіційність спілкування, виражати гумор або іронію. Використання у чатах виразів YYDS, 666, 栓Q створює відчуття неформальності, тоді як їхня відсутність у дискурсі може сприйматися як ознака дистанції або формальності.

У межах лінгвокультурологічного підходу китайська інтернет-лексика аналізується як прояв культурного самовираження. De Seta (3, с. 7) розглядає її як форму «цифрового фольклору», що синтезує традиційні символи та сучасні образи. Прикладом є 草泥马 (cǎonímǎ) — «трав'яний кінь», який став евфемізмом і водночас символом спротиву цензури; 河蟹 (hé xiè) — «краб», що іронічно замінює офіційне слово 和谐 (héxié) — «гармонія» й використовується для критики надмірного контролю. Такі лексеми виконують не лише комунікативну, а й соціокультурну функцію, виражаючи колективну іронію та політичну свідомість користувачів (20; 23).

Особливу увагу в лінгвістичних дослідженнях привертає феномен гібридизації, коли інтернет-лексика поєднує елементи різних мов і графічних систем. За даними Tan Q. (24, с. 268), подібні гібриди (OK了, Pick我, battle一下) формують новий тип комунікації, у якому китайська та англійська мови взаємодіють у межах єдиної візуальної системи. Така змішана мова виконує прагматичну функцію демонстрації глобальної належності та культурної відкритості.

Графічна складова китайської інтернет-лексики також має важливе лінгвістичне значення. Як зазначає Li Xiaolin (6, с. 99), цифрове письмо використовує багатомодальні засоби — ієрогліфи, латиницю, цифри, емодзі, кольори та шрифти, які утворюють «візуальний код» спілкування. Графічна форма слова набуває семантичного навантаження, а подвоєння символів або змішування регістрів (好好好, AwSl, So Cute!) виконує функцію передавання інтонації й емоцій.

Важливо зазначити, що китайська інтернет-лексика є динамічним матеріалом для вивчення еволюції мови загалом. За даними дослідження *Modeling the Life Cycle of Neologisms in China* (9), нові слова поширюються в цифровому просторі зі швидкістю, що раніше не спостерігалася у традиційних мовних змінах. Такі явища підтверджують тезу про те, що інтернет став новим лексикографічним середовищем, у якому мова розвивається за принципом самоорганізації.

З огляду на викладене, китайська інтернет-лексика є надзвичайно цінним об'єктом лінгвістичного аналізу. Вона дозволяє дослідити взаємозв'язок між мовною формою, когнітивним змістом і культурними контекстами, у яких народжуються нові одиниці. У цій підсистемі взаємодіють фонетичні, морфологічні, графічні, соціолінгвістичні та прагматичні чинники, що робить її прикладом синергетичного розвитку мови. У результаті китайська інтернет-лексика стає не лише відображенням комунікативних потреб суспільства, а й потужним інструментом формування сучасної китайської культурної ідентичності.

## Висновки до розділу 1.

Проведене теоретичне дослідження дозволило визначити інтернет-лексику як складне мовне явище, що формується на перетині технологічних, соціокультурних і лінгвістичних чинників. Аналіз наукових джерел (1; 2; 3; 4; 5; 6; 10) показав, що у сучасному мовознавстві інтернет-лексика розглядається не лише як сукупність нових слів, а як цілісна підсистема мови, яка функціонує у специфічних умовах цифрового середовища. Її становлення зумовлене розвитком інформаційних технологій, соціальних мереж, візуальних комунікативних форматів і тенденціями до мовної економії.

Crystal (1, с. 12) слушно зауважує, що інтернет породив «мову нового типу» — синтетичну, мультимодальну, де межі між усним і письмовим мовленням стираються. У цьому контексті китайська інтернет-лексика є унікальним прикладом поєднання традиційної ієрогліфічної системи з елементами латиниці, цифр, емодзі та інших графічних кодів. Роботи Li Ming (10), Li Xiaolin (6), De Seta (3) та Zhao (37) свідчать, що китайська цифрова мова відзначається гнучкістю та відкритістю до інновацій, зберігаючи при цьому культурну самобутність.

Розгляд класифікаційних моделей (10; 12; 17; 24; 25; 27) дав змогу окреслити основні типи інтернет-лексем: абрєвіатури, числові вирази, фонетичні неологізми, морфемні комбінації, гібридні конструкції та короткотривалі мемні одиниці. Такий поділ відображає не лише формальну різноманітність, а й функціональну багатоплановість мови. У межах цифрового дискурсу слово втрачає статичність і набуває характеристик живого культурного елемента — воно може виконувати роль маркера емоцій, ідентичності чи навіть соціального протесту.

Функціональний аналіз (5; 7; 8; 20; 28) засвідчив, що китайська інтернет-лексика реалізує одночасно кілька комунікативних функцій. Вона виконує інформаційно-комунікативну (скорочення, коди, абрєвіатури), емоційну (передача почуттів за допомогою символів і

повторів), соціальну (ідентифікація користувачів у межах цифрових спільнот), когнітивну (формування нових понять) та культурну (репрезентація цінностей). Саме тому цифрова мова є не просто засобом комунікації, а інструментом соціального самовираження.

Проведений лінгвістичний аналіз дозволив з'ясувати, що китайська інтернет-лексика характеризується синергетичною природою. Вона інтегрує фонетичні, морфологічні, графічні, семантичні та прагматичні елементи у єдину систему, де мовна інновація поєднується з соціальною креативністю. Як підкреслюють Wong K.-F. (7, с. 138) і Zhao (37, с. 9), цифрова мова стає простором для реалізації колективної творчості, у якому кожен користувач може виступати співтворцем нових слів і значень.

У соціолінгвістичному аспекті інтернет-лексика є маркером поколіннєвих змін. Вона відображає специфіку мовного мислення молоді, її емоційні реакції та прагнення до самоідентифікації. Це підтверджують дослідження Xi Y. (28, с. 7) та PLOS ONE (9), які демонструють, що інтернет-мова є засобом відтворення соціальної реальності через іронію, гру та меми.

Отже, китайська інтернет-лексика є вагомим об'єктом сучасного лінгвістичного аналізу. Вона не лише розширює словниковий склад мови, а й трансформує саму концепцію комунікації, перетворюючи її на багаторівневу систему взаємодії тексту, звуку, образу та емоції. Цей феномен поєднує лінгвістичні інновації з культурною динамікою, а отже, відображає загальну тенденцію розвитку китайського суспільства у цифрову добу.

## РОЗДІЛ 2 МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ КИТАЙСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ

### 2.1. Основні способи словотворення інтернет-лексем у китайській мові.

Процес словотворення в китайській інтернет-лексіці є одним із ключових аспектів вивчення сучасного мовного розвитку в Китаї. У цифровому просторі традиційна китайська морфологічна система зазнає істотних трансформацій, що пов'язано з появою нових комунікативних умов, технологічних платформ і соціокультурних кодів. Як зазначає D. Crystal (1, с. 47), інтернет-мова у всіх мовних культурах характеризується високим рівнем творчості, експресії та компресії — здатності передавати складні значення мінімальними мовними засобами. Ці риси виявляються в китайському контексті особливо яскраво, з огляду на аналітичний характер мови та візуально-графічну природу китайського письма.

Li Ming (10, с. 58) підкреслює, що словотворчі механізми сучасної китайської інтернет-мови можна поділити на дві великі групи: традиційні, які базуються на морфемному поєднанні ієрогліфів, і нетрадиційні, що виникають завдяки цифровим і мультимедійним чинникам. Традиційні засоби включають афіксацію, словоскладання та семантичну деривацію, тоді як нетрадиційні охоплюють гібридизацію, латинізацію, числові шифри, емотикони та мемні структури.

Одним із найпоширеніших способів є словоскладання (合成 héchéng), тобто поєднання двох або більше морфем, які створюють нове значення. Це відповідає природі китайської мови, де більшість лексем мають двоскладову структуру. У цифровому середовищі словоскладання набуває іронічного або оцінного відтінку. Наприклад, 杠精 (gàng jīng) — «той, хто сперечається з усіма», 作精 (zuò jīng) — «надмірно емоційна особа», 吃瓜群众 (chī guā qúnzhòng) — «глядачі, що спостерігають за

скандалами». Такі лексеми відображають соціальну типізацію й прагнення користувачів дати оцінку поведінці інших (7, с. 136; 10, с. 63).

Іншим традиційним шляхом є афіксація (附加法 fùjiāfǎ), хоч у китайській мові вона менш продуктивна, ніж у флективних мовах. Проте в інтернет-дискурсі з'являються нові афіксальні елементи, що виконують експресивну функцію. Наприклад, суфікс -族 (zú) — «група людей за ознакою» — активно вживається у виразах 月光族 (yuèguāngzú) — «ті, хто витрачає всю зарплату», 啃老族 (kěnlǎozú) — «молодь, що живе за рахунок батьків», 上班族 (shàngbānzú) — «офісні працівники». Як зазначає Zhao (37, с. 9), така продуктивність суфіксів свідчить про посилення тенденції до морфологізації у китайській мові під впливом інтернету.

Важливим способом формування нових лексем є скорочення та аббревіація, що виникають із прагнення до мовної економії. Дослідження Li Xiaolin (6, с. 101) показує, що близько 25 % інтернет-новотворів складаються з латинських букв, які відображають пін'їнь або скорочені англійські вирази. Прикладами є YYDS (yǒngyuǎn de shén) — «вічний бог», XSWL (xiào sǐ wǒ le) — «сміюся до смерті», DBQ (duì bù qǐ) — «вибач». Ці одиниці утворюють новий пласт так званої «латинізованої китайської мови», де візуальна форма слів відображає фонетичну структуру без використання ієрогліфів (5, с. 6; 25, с. 5).

Окрему групу становлять цифрові коди, утворені на основі гомофонії між числами та словами. Як пояснює Цуй Хуейє (15, с. 87), така форма словотвору відображає китайську традицію числової символіки, що поєднує мовну гру та культурну конотацію. Прикладами є 520 (wǔ èr líng) — «я тебе кохаю», 1314 (yī sān yī sì) — «на все життя», 2333 — звуконаслідування сміху, 666 — «відмінно». За даними PLOS ONE (9, с. 4), частка числових неологізмів у китайському інтернет-дискурсі зросла з 12 % у 2015 році до 19 % у 2021.

Вагоме місце займає фонетичне запозичення — творення слів на основі звукової подібності іншомовних виразів. Прикладами є 栓Q (shuān Q) — від англ. thank you, 歪瑞古德 (wāi ruì gǔ dé) — від very good, 奥利给 (àolǐgěi) — від all right, give it!. Як зазначає Li Yan (25, с. 6), такі утворення не лише виконують комічну функцію, а й свідчать про процес фонетичної гібридизації, коли китайська мова адаптує англomовні елементи, надаючи їм нового змісту.

Семантичні інновації у китайській інтернет-лексиці часто виникають через переосмислення існуючих слів. Наприклад, 内卷 (nèi juǎn) — «інволюція» — перетворилося на символ соціальної втоми та безрезультатної конкуренції; 躺平 (tǎng píng) — «лежати рівно» — стало гаслом покоління, яке обирає мінімалістичний спосіб життя; 摆烂 (bǎi làn) — «кидати все напризволяще» — відображає протест проти надмірних вимог суспільства. За даними Xi (2, с. 87), понад 60 % інтернет-неологізмів утворюються саме шляхом семантичного переосмислення, що свідчить про глибокі когнітивні процеси у свідомості мовців.

Не менш важливим способом є гібридизація графічних систем, коли китайські ієрогліфи комбінуються з латиницею, цифрами чи емодзі. У таких формах, як Pick我, C位出道, OK了, battle一下, поєднання різних кодів створює новий тип візуальної комунікації. За даними *Collaborative Discovery of Chinese Neologisms in Social Media* (33), частка гібридних утворень у соціальних мережах перевищує 30 %, а їхня семантика часто залежить від культурного контексту та аудиторії. Zhao (37, с. 9) розглядає це явище як приклад «цифрової білінгвізації» китайської мови.

Важливою рисою інтернет-словотвору є графічна креативність. Li Xiaolin (6, с. 99) зазначає, що у цифровому середовищі графіка стає не лише формою запису, а й способом вираження емоцій. Наприклад, написання слова 好 (hǎo) тричі — 好好好 — посилює схвальний відтінок; символи типу QQQ чи orz передають почуття розпачу або

смутку. Таким чином, графічна модифікація слова виконує роль паралінгвістичного маркера, що компенсує відсутність невербальної комунікації в текстовому спілкуванні.

Інтернет також стимулює появу мемних структур, які швидко поширюються, функціонують короткий час і зникають. De Seta (3, с. 7) визначає їх як «цифрові ідіоми», що передають культурні ситуації або настрої. Прикладами є 盤他 (pán tā) — «захоплюватися кимось», emo — «депресивний стан», 破防 (pò fáng) — «злам емоційного захисту». За дослідженням *Modeling the Life Cycle of Neologisms in China* (9), середній «життєвий цикл» інтернет-неологізму становить 8–14 місяців, після чого його вжиток зменшується.

Загалом, китайська інтернет-лексика використовує широкий спектр словотворчих механізмів — від традиційних морфемних комбінацій до сучасних мультимодальних інновацій. Як зазначає Хі (2, с. 89), поєднання цих процесів утворює особливу модель мовної динаміки, у якій мова не лише відображає реальність, а й створює нову — цифрову, візуальну й емоційно насичену.

## **2.2. Фонетичні, морфологічні та графічні особливості китайських неологізмів.**

Фонетичні, морфологічні та графічні властивості китайських інтернет-неологізмів утворюють складну систему мовної інновації, у якій поєднуються традиційні принципи китайської мови та нові комунікативні тенденції, породжені цифровим середовищем. Як зауважує D. Crystal (1, с. 52), мова інтернету загалом є «гібридною формою комунікації», у якій переплітаються риси усного, письмового та візуального дискурсу. У цьому сенсі китайська інтернет-лексика — один із найяскравіших прикладів такої гібридності, адже вона водночас зберігає морфологічну логіку китайської писемності та адаптує фонетичні, латинізовані й емодзі-елементи.

Фонетичний рівень китайської інтернет-лексики виявляє найбільшу гнучкість. У зв'язку з аналітичним характером китайської мови фонетика часто виступає ключовим механізмом творення неологізмів. Li Ming (10, с. 64) зазначає, що фонетична гра в китайських соціальних мережах слугує не просто способом скорочення, а й формою емоційного самовираження. Найбільш типовим прикладом є гомофонічні конструкції, які спираються на подібність звучання між числами, ієрогліфами та іншомовними словами.

Так, числові символи 520 (wǔ èr líng) та 1314 (yī sān yī sì) відтворюють звучання фраз wǒ ài nǐ («я тебе кохаю») і yīshēng yīshì («на все життя»). Подібна гра з числами має давнє культурне підґрунтя, адже китайська традиція приписує числам символічне значення (17, с. 41). У цифрову добу ця традиція трансформувалася в лінгвістичний механізм, за допомогою якого користувачі передають емоційні повідомлення без слів. Поширення таких форм, як 2333 («сміх»), 666 («круто»), 886 («прощавай»), підтверджує, що у фонетичній системі китайської інтернет-мови числа стали знаками зі сталою семантикою, зрозумілою лише в межах онлайн-культури (9, с. 4).

De Seta (3, с. 21) виділяє два основні напрями розвитку фонетичної інновації — фонетичну імітацію та фонетичну гібридизацію. Перша базується на наслідуванні звучання іншомовних слів, що створює ефект комічності або експресивності. Прикладами є 栓Q (shuān Q) — спотворене thank you, 歪瑞古德 (wāi ruì gǔ dé) — very good, 奥利给 (àolǐgěi) — all right, give it!. Ці утворення демонструють процес звукової адаптації англійських виразів у межах китайської фонетики. Гібридизація ж виявляється у комбінуванні китайських і англійських елементів у межах одного слова: battle一下 (battle yīxià) — «трошки позмагаймося», pick我 (pick wǒ) — «обери мене». Zhao (37, с. 8) пояснює це явище як

прояв «цифрової білінгвальності», коли знання обох мов стає елементом соціального престижу.

Особливу роль у фонетичному розвитку інтернет-лексики відіграє просодика письма. У цифрових текстах інтонаційні та ритмічні елементи передаються через повтори, великі літери, розділові знаки або емодзі. Wong Kam-Fai (7, с. 139) зазначає, що подвоєння чи потроєння ієрогліфів (好好好, 冲冲冲, 哈哈哈) відтворює інтонаційні особливості усного мовлення. Така практика, притаманна молодіжним мережевим жанрам, створює ефект усності в письмовій формі, компенсуючи відсутність невербальних засобів.

Морфологічна структура китайської інтернет-лексики також демонструє унікальні інновації. На відміну від фонетичного рівня, який орієнтований на звучання, морфологічний рівень фокусується на поєднанні морфем і створенні нових слів через агрегацію значень. Li Xiaolin (6, с. 100) підкреслює, що в інтернет-дискурсі активізується словоскладання — основний словотворчий процес китайської мови. Комбінації типу 杠精 (gàng jīng) — «той, хто постійно сперечається», 作精 (zuò jīng) — «надмірно емоційна людина», 凡尔赛文学 (Fán'ěrsài wénxué) — «версальська література» (демонстративна скромність) ілюструють, як традиційна морфемна структура набуває нових соціально-емоційних відтінків.

Zhao (37, с. 9) звертає увагу на активне вживання суфіксів, які раніше мали обмежену продуктивність. Наприклад, 族 (zú) — «група людей» і 党 (dǎng) — «прибічники» стали універсальними морфемами для позначення спільнот: 上班族 (shàngbānzú) — «офісні працівники», 追星党 (zhuīxīng dǎng) — «шанувальники зірок». Схожа тенденція простежується з суфіксом 控 (kòng), запозиченим із японської, який означає «фанат» або «одержимий»: 颜控 (yán kòng) — «той, хто цінує зовнішність», 猫控 (māo kòng) — «любитель котів». Це свідчить про те,

що китайська мова поступово розвиває власну систему словотвірної морфології під впливом мережевого середовища (27; 33).

Варто також відзначити появу афіксальних моделей із гумористичним змістом, наприклад, суфікс 怪 (guài) — «дивак» у виразі 社交怪 (shèjiāo guài) — «соціально незграбна людина», або префікс 超 (chāo) — «супер», який використовується для підсилення емоцій: 超勇的 (chāo yǒng de) — «дуже сміливий». Li Yan (25, с. 6) зазначає, що такі морфеми є частиною мовної гри й виконують переважно естетичну, а не граматичну функцію.

Дослідники також відзначають активізацію гібридної морфології, коли у слові поєднуються китайські й іноземні елементи. De Seta (3, с. 8) описує це явище як прояв «транскультурної морфології», що відображає процес глобалізації мови. Конструкції battle一下, C位出道, OK了 поєднують китайську граматику з англійськими коренями, створюючи новий лексичний тип. За даними дослідження *Collaborative Discovery of Chinese Neologisms in Social Media* (33), понад 30 % інтернет-новотворів мають подібну змішану структуру.

Графічна система китайської інтернет-мови є ще складнішою, адже вона поєднує традиційні ієрогліфи з елементами латиниці, чисел, символів та візуальних образів. Li Xiaolin (6, с. 99) стверджує, що графіка в цифровому мовленні стає самостійним носієм значення. Наприклад, подвоєння знаків (哈哈, 么么哒), зміна регістру (So Cute!, AwSl), використання кольору чи емодзі створюють паралельну семантичну площину.

Li Z. (36, с. 43) звертає увагу на те, що такі елементи часто функціонують як візуальні морфеми, тобто графічні одиниці, які несуть семантичне навантаження, подібне до морфем у класичній мові. Наприклад, QAQ або oqz стали стабільними символами смутку, а 2333 — позначенням сміху. Дослідження *Modeling the Life Cycle of Neologisms in*

*China* (9) доводить, що ці елементи виконують роль емоційних маркерів у комунікації, забезпечуючи передачу невербальної інформації.

Хі (2, с. 88) називає цей феномен фонетико-графічною інтеграцією, коли звукові та візуальні характеристики слова поєднуються в одному коді. Це створює новий тип мовного знака, у якому значення формується не лише через фонетику й морфологію, а й через візуальне сприйняття. Така інтеграція особливо проявляється на платформах Weibo, Bilibili та Douyin, де поєднання тексту, кольору, емодзі й відео створює комплексний комунікативний ефект (8, с. 269).

Таким чином, китайська інтернет-лексика демонструє унікальне поєднання фонетичних, морфологічних та графічних стратегій, які відображають когнітивну гнучкість, соціальну креативність і технологічну адаптивність користувачів. Фонетична гра, морфемне комбінування та візуальна модифікація не лише збагачують словниковий склад, а й трансформують саму природу мовної комунікації. Як підсумовує Zhao (37, с. 10), у цифрову добу слово перестає бути виключно лінгвістичною одиницею — воно стає багатовимірним знаком, що водночас відображає звук, образ, емоцію й соціальну приналежність.

### **2.3. Вплив соціокультурних чинників на формування інтернет-лексики.**

Розвиток китайської інтернет-лексики неможливо розглядати у відриві від соціокультурного контексту, у якому вона виникає. Цей пласт мови є не лише лінгвістичним, а й соціальним феноменом, що відображає динаміку суспільства, систему цінностей, ідентичність поколінь і культурні коди сучасного Китаю. Як зазначає De Seta (3, с. 3), цифрова мова є «дзеркалом культурних трансформацій», у якому проявляються нові форми поведінки, спілкування й мислення.

Соціокультурні чинники формування інтернет-лексики можна поділити на кілька основних напрямів: поколіннєві зміни, глобалізаційні впливи, ідеологічно-політичні обмеження, розвиток технологій і

платформ, а також ментально-культурні особливості китайського суспільства. Кожен із цих аспектів визначає характер лексичних інновацій, їхнє функціонування та поширення.

Одним із головних рушіїв розвитку інтернет-лексики є поколіннєвий фактор. Молоде покоління користувачів, яке виросло у цифровому середовищі, створює мову, що відповідає його власним цінностям і формам самовираження. Згідно з даними Statista (18), понад 75 % китайських користувачів інтернету — це люди віком до 35 років, серед яких найактивнішими є представники поколінь Z і Alpha. Саме вони є авторами та основними носіями нових мовних тенденцій. Zhao (37, с. 9) наголошує, що інтернет-лексика для молоді виконує не лише комунікативну, а й соціальну функцію: вона допомагає створити «мовний простір» для самовираження, гри, протесту та взаєморозуміння.

Типовими прикладами слів, що відображають ментальність молодого покоління, є 躺平 (tǎng píng) — «лежати рівно», тобто відмовлятися від змагання, 内卷 (nèi juǎn) — «виснажлива конкуренція», 打工人 (dǎ gōng rén) — «звичайний найманий працівник». Ці лексеми, на думку Li Ming (10, с. 65), є «емоційними символами», що відображають колективну втому та прагнення знайти баланс між роботою і життям. Таким чином, інтернет-мова стає каналом соціальної терапії, у межах якого молодь перетворює стрес на іронію.

Іншим визначальним чинником є глобалізаційний вплив, який проявляється через інтеграцію англійських елементів у китайське мовне середовище. Дослідження *Global Influence and Local Adaptation: The Integration of English in Chinese Internet Slang* (5) свідчить, що близько третини популярних інтернет-лексем містять іншомовні компоненти. Це насамперед слова pick我 (pick wǒ) — «обери мене», battle一下 (battle yīxià) — «змагатися», C位出道 (C wèi chū dào) — «дебютувати в центрі уваги». Такі конструкції створюють ефект модерності та медійності,

відображаючи тенденцію до двомовності у китайській молодіжній культурі (25, с. 6).

На думку Li Z. (36, с. 44), поширення англомовних елементів у китайському інтернет-дискурсі не свідчить про мовну загрозу, а, навпаки, про розширення комунікативного потенціалу китайської мови. Виникає своєрідна «мова контактів» — суміш китайських, англійських і графічних символів, зрозуміла широкому колу користувачів. Це явище також сприяє формуванню нової соціальної ідентичності — глобалізованого китайського користувача, який вільно оперує елементами різних культур.

Водночас розвиток інтернет-лексики відбувається в умовах ідеологічного контролю та цензурних обмежень, що впливають на її семантику й структуру. De Seta (3, с. 7) описує це явище як «цифрову евфемізацію» — створення альтернативних слів для обходу заборонених тем. Так, лексеми 草泥马 (cǎonímǎ) — «трав'яний кінь» та 河蟹 (hé xiè) — «краб» стали символами іронічного спротиву цензурі, замінюючи заборонені політичні терміни (和谐 héxié — «гармонія»). Подібні заміни не лише зберігають комунікативну функцію, а й формують особливу форму колективної мовної гри, що дозволяє користувачам обмінюватися соціально значущими повідомленнями, не порушуючи формальних правил (23; 4, с. 8).

Цензура також сприяла розвитку візуально-графічних кодів, які дозволяють передавати сенси через образи або символи, зрозумілі лише певному колу користувачів. Як зазначає De Seta (3, с. 22), у китайському інтернеті сформувався цілий пласт «візуальних слів» — мемів, гіфів, емодзі, що мають сталі лексичне значення. Наприклад, використання зображення «чорного краба» чи «трав'яного коня» є не лише гумористичним актом, а й політичним натяком.

Соціокультурну специфіку китайської інтернет-лексики значною мірою визначає також національна ментальність. Li Ming (10, с. 73) підкреслює, що китайська мовна традиція завжди тяжіла до асоціативного

мислення, символізму та гри значень. Це пояснює, чому інтернет-слова, навіть створені спонтанно, мають глибокий культурний підтекст. Наприклад, 佛系青年 (fóxì qīngnián) — «буддистська молодь» позначає спокійних і неамбітних людей, які «йдуть за потоком». У цьому слові поєднано буддистську філософію спокою та іронічний погляд на сучасність. Аналогічно, 吃瓜群众 (chī guā qúnzhòng) — «глядачі, що спостерігають за драмами» — передає культурну схильність до пасивного спостереження, характерну для онлайн-культури.

Li Xiaolin (6, с. 102) зазначає, що соціокультурні чинники виявляються й у використанні числових і кольорових символів, які несуть культурно закріплені значення. Наприклад, число 8 (bā) асоціюється з багатством через подібність звучання до 发 (fā) — «розквітати, процвітати»; тому вирази типу 888 символізують удачу. У свою чергу, поєднання червоного кольору з певними ієрогліфами (红人 hóng rén — «популярна людина») передає позитивну конотацію популярності.

Значний вплив на формування інтернет-лексики мають медіа та соціальні платформи, що виступають не лише каналами комунікації, а й середовищем породження нових слів. Дослідження *Modeling the Life Cycle of Neologisms in China* (9) засвідчує, що понад 60 % інтернет-неологізмів уперше з'являються у мережах Weibo, WeChat або Douyin, після чого поширюються в ширших колах користувачів. Платформи створюють середовище «мовної вірусності», де популярність слова вимірюється кількістю переглядів і репостів.

Водночас саме платформи сприяють регіональному вирівнюванню мови, стираючи діалектні межі. Wong Kam-Fai (7, с. 141) зазначає, що цифрове середовище стимулює уніфікацію китайської мови, роблячи інтернет-лексику спільним лінгвістичним кодом для користувачів із різних провінцій. Таким чином, інтернет-лексика одночасно виступає чинником мовної стандартизації та простором діалектної експресії —

адже поряд із загальноновживаними словами існують локальні варіанти, зрозумілі лише певним спільнотам.

Важливою особливістю китайського інтернет-дискурсу є його емоційно-культурна насиченість. Хі (2, с. 89) наголошує, що сучасна інтернет-лексика часто формується не як номінативна, а як оцінна. Слова на кшталт emo, 摆烂 (bǎi làn), 破防 (pò fáng) чи 心动 (xīndòng) відображають емоційний стан мовців і слугують способом соціальної взаємопідтримки. У цьому контексті інтернет-мова виконує терапевтичну функцію — дає змогу виражати почуття, які важко артикулювати в офіційному дискурсі.

De Seta (3, с. 9) характеризує цей феномен як «цифрову емоційність», де гумор, самоіронія та співчуття переплітаються. Такі вислови, як 奥利给 (àolǐgěi) — вигук підтримки, або YYDS (yǒngyuǎn de shén) — «вічний бог», стають знаками колективного схвалення. Це свідчить про формування нової етики комунікації, у якій позитивна взаємодія є важливішою за зміст повідомлення.

Отже, соціокультурні чинники відіграють ключову роль у розвитку китайської інтернет-лексики. Вони визначають як тематичний спектр новотворів, так і способи їхнього функціонування. Інтернет-мова стає інструментом соціальної адаптації, простором ідентичності й культурного експерименту. Як підсумовує Zhao (37, с. 11), вона відображає «не лише мовну, а й психологічну та культурну трансформацію суспільства».

### **Висновки до розділу 2.**

Проведений аналіз дозволив виявити, що мовна еволюція китайського інтернет-простору має системний характер і відображає комплексну взаємодію лінгвістичних, соціальних, культурних і технологічних чинників. Формування неологічного шару інтернет-лексики є наслідком зміни комунікативних стратегій користувачів, зумовлених розвитком цифрового середовища.

По-перше, китайська інтернет-лекси́ка активно використовує як традиційні, так і новітні словотворчі механізми. До перших належать словоскладання, суфіксація, семантичне переосмислення; до других — латинізація, цифрові шифри, фонетичні гібриди та графічні модифікації. Таке поєднання відображає гнучкість китайської мови, її здатність адаптуватися до технологічних реалій, не втрачаючи власної структурної специфіки.

По-друге, фонетичні, морфологічні та графічні характеристики китайських інтернет-неологізмів демонструють перехід від однокодової комунікації до мультимодальної. Фонетичні гомофони (520, 666, 1314) виконують роль емоційних маркерів; морфологічні інновації (杠精, 佛系青年, 打工人) відображають соціальні типи поведінки; графічні елементи (QAQ, orz, AwSl) забезпечують передачу емоцій у текстовому середовищі. Ці приклади свідчать про взаємопроникнення мовних і візуальних структур у межах цифрового дискурсу.

По-третє, визначальну роль у формуванні інтернет-лексики відіграють соціокультурні чинники. Вони охоплюють поколіннєві зміни, глобалізаційні процеси, національну ментальність, вплив соціальних медіа й політичні обмеження. Молодіжна субкультура Китаю створює нові слова як засіб ідентифікації й емоційного самовираження (躺平, 内卷, emo, 拜佛系青年). Глобалізаційний фактор сприяє появі англійських гібридів (Pick我, battle一下, OK了), а цензурні умови формують іронічні евфемізми (草泥马, 河蟹), які дозволяють обходити заборонені теми.

По-четверте, розвиток технологічних платформ, таких як Weibo, WeChat, Douyin, стимулює утворення та швидке поширення неологізмів. Саме на цих платформах з'являються найпопулярніші лексеми, які потім переходять до офлайн-комунікації. Інтернет-лекси́ка стає не лише продуктом масової культури, а й чинником формування нової мовної норми, де офіційна та неформальна мова співіснують.

Узагальнюючи результати аналізу, можна стверджувати, що китайська інтернет-лексика є живою, самоорганізованою системою, яка перебуває у постійному русі. Вона поєднує традиційну логіку китайської писемності, когнітивну гнучкість носіїв мови та соціальну динаміку сучасного суспільства. Цей пласт мови є показником цифрової епохи, де слово стає засобом не лише комунікації, а й самопрезентації, культурної гри та емоційної взаємодії.

Таким чином, китайська інтернет-лексика є не лише об'єктом лінгвістичного аналізу, а й важливим маркером глобальних трансформацій у культурі, мисленні й мові XXI століття. Вона свідчить про перехід від статичної моделі мовної системи до динамічної, відкритої, інтерактивної форми існування, що є основою розвитку сучасного китайського дискурсу.

## РОЗДІЛ 3 СЕМАНТИКА ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ КИТАЙСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ ЛЕКСИКИ У ЦИФРОВОМУ ДИСКУРСІ

### 3.1. Семантична еволюція інтернет-лексики.

Семантична динаміка китайської інтернет-лексики відображає глибокі зміни у когнітивній структурі сучасного мовлення. Вона є не просто результатом словотвору, а проявом колективного переосмислення соціальної реальності у цифрову добу. Як зазначає Crystal (1, с. 78), мова інтернету характеризується «семантичною відкритістю», тобто здатністю швидко змінювати значення під впливом контексту. У китайському онлайн-дискурсі ця відкритість поєднується з традиційною асоціативною логікою мислення, завдяки чому нові слова набувають гнучкої, багатозначної семантики.

Li Ming (10, с. 42) підкреслює, що більшість сучасних інтернет-неологізмів у китайській мові виникають не через нові корені, а через зміну значення вже існуючих слів. Це явище отримало назву «семантична мутація» (语义突变). Наприклад, слово 内卷 (nèijǔǎn) спершу означало «внутрішню ескалацію процесу», але в мережевій культурі набуло значення «виснажлива конкуренція». Подібно, 躺平 (tǎng píng), що буквально означає «лежати рівно», стало метафорою пасивного протесту проти соціального тиску. Ці приклади демонструють процеси метафоризації та іронізації, які Xi (2, с. 87) розглядає як ключові механізми семантичної еволюції у цифрових спільнотах.

У цифровому середовищі семантична зміна часто відбувається завдяки груповій ко-інтерпретації. Han Y. (39, с. 22) пояснює, що інтернет-слова «живуть» лише в межах спільноти, яка їх інтерпретує. Наприклад, вислів 破防 (pò fáng) буквально означає «зламати оборону», але в мережевому вжитку означає «емоційно вразитися». Таке переосмислення відображає колективну психологічну реакцію молоді — емоційне виснаження, іронічно закамують у військовій метафоріці.

De Seta (3, с. 6) характеризує цей процес як «семантичну фольклоризацію», коли слова з офіційної мови перетворюються на носії гумору, сарказму чи протесту. Наприклад, 河蟹 (hé xiè) — «краб» — використовується як заміна для 和谐 (héxié) «гармонія», що є евфемізмом цензури. У результаті відбувається парадокс: чим більше держава обмежує тематику, тим активніше користувачі продукують нові семантичні шифри.

Показовим є і зміщення прагматичних полів значення. За спостереженнями Хан Ү. (41, с. 5), лексеми, що раніше мали суто нейтральні значення, набувають оцінних або емоційних відтінків. Так, 凡尔赛 (Fán'ěrsài), запозичене з назви палацу Версаля, стало іронічною метафорою демонстративної скромності («скромно вихвалитись»). Подібним чином слово емо в китайських соцмережах уже не асоціюється лише з музичним жанром, а позначає «тимчасовий стан емоційного занепаду».

Zhao (37, с. 10) вважає, що семантична еволюція китайської інтернет-лексики йде за трьома основними напрямками:

1. розширення значення (semantic broadening), коли слово набуває нових контекстів (напр., 整活 zhěng huó — від «працювати» до «жартувати, створювати контент»);
2. звуження значення, коли широке поняття стає маркером певної групи (打工人 dǎgōngrén — «найманий працівник» як соціальний символ);
3. переоцінка конотації, коли позитивне слово стає негативним або навпаки (凡尔赛 — спершу вишуканість, тепер — іронічне самовихваляння).

Хан Ү. (39, с. 28) наголошує, що сучасна китайська інтернет-лексика демонструє емоційно-прагматичний зсув: значення формуються не через логіку, а через настрій спільноти. Слово YYDS (yǒngyuǎn de

shén) — «вічний бог» — використовується не в релігійному сенсі, а як надзвичайне схвалення когось чи чогось («легендарно», «найкраще»). Цей зсув показує, що сучасна мова стає дзеркалом колективних емоцій.

Li J. (32, с. 3) вбачає у феномені “City 不 City” приклад глобалізованої семантичної гри, коли англійські елементи використовуються для створення жартівливої оцінки. Вислів City 不 City («містить чи не містить “міського вайбу”») позначає стильність, сучасність і належність до модної культури. Подібна тенденція — приклад того, що *Oxford Research Encyclopedia* (48) називає «транскультурним семантичним кодом», де межі між мовами стираються.

Тенденцію до семантичного зближення описує й Zhong Y. (42, с. 7): у китайському онлайн-дискурсі активізуються метафоричні та гіперболічні моделі, що надають словам емоційного забарвлення. Наприклад, 我裂开了 (wǒ lièkāi le) — буквально «я тріснув» — означає «я шокований/вражений». Така експресивність пояснюється прагненням компенсувати відсутність невербальних засобів у цифровому спілкуванні.

Zhao H. (37, с. 12) зауважує, що розвиток семантики інтернет-лексики також пов'язаний із платформною екосистемою: Douyin, Weibo, Bilibili формують власні «лексичні екології». На Douyin активно функціонують слова, що позначають короткі емоційні реакції (破防, 上头 «підсів», 好家伙 «нічого собі!»), тоді як Weibo зберігає більше суспільно-політичної іронії.

Семантична еволюція виявляється й на рівні цифрової метамови. Як показує дослідження DuanzAI (46), де аналізуються жарти з LLM-мемів, інтернет-лексика стає частиною метакомунікації: користувачі грають не лише словами, а й їхнім цифровим відлунням. Така «самореферентна семантика» є новим етапом розвитку мови.

Підсумовуючи, можна сказати, що семантична еволюція китайської інтернет-лексики відбувається у трьох взаємопов'язаних вимірах:

1. лінгвістичному, де значення слів зазнають переосмислення через метафоризацію, іронізацію та гібридизацію;
2. соціальному, де значення стають маркерами групової ідентичності та емоційного стану;
3. технологічному, де платформи й алгоритми визначають життєвий цикл і контекст слова.

Як зауважує Zhao (37, с. 11), «інтернет-лексика — це дзеркало суспільства, у якому семантика слів живе швидше, ніж саме суспільство». Ця динамічність і є головною рисою сучасного китайського мовного середовища у цифрову добу.

### **3.2. Прагматичні та стилістичні особливості використання інтернет-лексем.**

Прагматичний аспект китайської інтернет-лексики визначається не лише її змістом, а й комунікативною метою. У цифровому дискурсі слово перетворюється на інструмент вираження емоцій, позицій, соціальних ролей і культурних кодів. Як підкреслює De Seta (3, с. 25), інтернет-лексеми відображають «мовну гру», у якій мовці одночасно спілкуються, оцінюють і створюють нову соціальну реальність.

Однією з ключових прагматичних функцій інтернет-лексики є експресивна, тобто передача емоцій і настроїв мовця. У цьому сенсі цифрове мовлення відновлює риси усного спілкування, втрачені в письмовій комунікації. Як зауважує Zhao (37, с. 10), багато слів типу 无语 (wúyǔ) — «нема що сказати», 好家伙 (hǎo jiāhuo) — «ого, нічого собі!» або 笑死我了 (xiào sǐ wǒ le) — «сміюся до смерті» — виконують роль емоційних реакцій і мають паралель до жестів чи інтонацій. Такі вислови вживаються як безпосередні відповіді, формуючи «емоційний ритм» спілкування.

Прагматична сила таких одиниць зумовлена їх контекстною автономністю: вони здатні існувати без синтаксичної рамки, як самостійні повідомлення. Дослідження Zhong Y. (42, с. 9) показує, що понад 60 %

найуживаніших інтернет-лексем у Weibo та Douyin функціонують як цілісний акт мовлення: коментар emo了 або 破防了 передає зміст без потреби у розгорнутому реченні.

Водночас інтернет-лексика реалізує фатичну функцію — підтримання зв'язку між учасниками спілкування. Crystal (1, с. 80) вказує, що короткі повідомлення типу 哈哈 (hāhā), 666, 2333 є аналогом «мови підтримки» (phatic communication), яка створює ілюзію присутності співрозмовника. На китайських платформах така взаємодія набуває ритуального характеру: взаємний обмін коментарями типу 冲呀 (chōng ya, вперед!) або 奥利给 (àolìgěi, давай!) — вираження підтримки, яке закріплює соціальний зв'язок.

Li Xiaolin (6, с. 102) зауважує, що сучасний інтернет-дискурс також формує новий прагматичний жанр — вислови-реакції (反应语 fǎnyìng yǔ), які мають функцію короткої емоційної оцінки. Приклади: 好耶! («ура!»), 心动了 («мені сподобалось»), 破防中 («я зворушений/у шоці»). Такі одиниці можуть бути одночасно коментарем, мемом і маркером участі в спільноті.

Другою важливою рисою є оцінно-соціальна функція. За словами Nan Y. (39, с. 29), інтернет-лексика відображає соціальні стосунки через іронію, самоіронію або сатиру. Наприклад, 社恐 (shè kǒng) — скорочення від 社交恐惧症, «соціофобія», використовується як самоіронічний ярлик для людей, яким важко взаємодіяти офлайн. Аналогічно, 打工人 (dǎgōngrén) — «найманий працівник» — позначає не лише професійний статус, а й філософію покірності системі. Такі лексеми виконують роль соціальних маркерів, що поєднують спільноти за емоційним принципом.

Згідно з Li Ming (10, с. 70), у молодіжному онлайн-дискурсі семантика слова часто пов'язана з іронічним переосмисленням традиційних понять. Наприклад, 佛系 (fó xì) — «буддистський стиль життя» — означає байдужість або небажання брати участь у

конкурентному середовищі. У прагматичному сенсі така іронія є формою пасивного спротиву, що вказує на цінності покоління, яке прагне дистанції від соціального тиску.

Зі стилістичного погляду інтернет-лексика характеризується високим рівнем грайливості (playfulness) та стилістичного міксу. De Seta (3, с. 8) підкреслює, що гумор, гіпербола, наслідування звуків і візуальна імітація є ключовими механізмами стилістичного самовираження у китайській мережевій культурі. Наприклад, 歪瑞古德 (wāi ruì gǔ dé) — фонетична пародія на «very good» — використовується як жартівлива форма схвалення. Подібні приклади свідчать про змішування мовних рівнів — фонетики, графіки й семантики.

Хі (2, с. 92) визначає інтернет-лексеми як «мультимодальний знак», у якому поєднуються звукові, візуальні та емоційні елементи. У цьому сенсі такі одиниці, як ogz (символ поклону), QAQ (плач), AwSl («мене вбило»), є водночас словом, емодзі та емоційною дією. Вони формують окремий стилістичний пласт — візуально-семантичні маркери цифрової культури.

Ще однією рисою є гібридність стилю. Як зазначає Li Z. (36, с. 45), у межах одного тексту можуть співіснувати літературна, розмовна та меметична манера мовлення. Наприклад, користувач може написати: 今日份的emo已上线 («сьогоднішня доза емо активована») — це поєднання граматичної структури офіційної мови (已上线) з розмовним жаргоном (emo). Така стилістична суміш створює ефект неформальної іронії й демонструє приналежність до інтернет-культури.

Прагматична специфіка китайської інтернет-лексики також проявляється у функції самоідентифікації. За даними Yang (41), користувачі свідомо використовують специфічні жаргонізми для позначення групової належності: 饭圈 (fànquān) — «фендом», 追星 (zhuīxīng) — «бути фанатом зірки», 打call — англо-китайське поєднання,

що означає «підтримувати». Використання таких лексем формує «мовну спільність», у межах якої учасники впізнають «своїх».

Особливу роль у прагматичній структурі мови відіграють алюзії та культурні коди. Nan Y. (39, с. 31) описує приклад 雨女无瓜 (yǔ nǚ wú guā) — фонетичну помилку замість 与你无关 («ще тебе не стосується»), що перетворилась на мем і використовується як саркастичне заперечення участі у темі. Подібні «навмисні помилки» створюють комічний ефект і підкреслюють культурну обізнаність користувачів.

Важливою рисою є також контекстуальна поліваріантність: одне слово може змінювати значення залежно від платформи. Наприклад, 上头 (shàng tóu) — «захопитися, підсісти» — у Douyin означає «залипнути на відео», а в Weibo — «захопитися темою». Це підтверджує спостереження Zhao H. (37, с. 14) про те, що прагматичні значення визначаються алгоритмами платформи: слова набувають «локальної семантики» залежно від контексту використання.

У стилістичному вимірі китайська інтернет-мова є простором для інтертекстуальності. За De Seta (3, с. 9), користувачі активно поєднують цитати з поп-культури, фільмів, мемів, стародавніх прислів'їв, створюючи гібридні фрази. Наприклад, 人在江湖, 身不由己 (rén zài jiānghú, shēn bù yóu jǐ) («у світі не все залежить від тебе») у сучасному контексті може бути замінене скороченим мемом 打工人, який виконує ту саму стилістичну функцію — іронічну констатацію залежності від системи.

Високий рівень стилістичної гри простежується у феномені “二次创作” (èr cì chuàngzuò) — «вторинної творчості». Як зазначає Zhong Y. (42, с. 11), користувачі змінюють складники відомих слів, утворюючи нові комічні варіанти: 社恐 → 社交达人 («соціофоб» → «соціальний майстер»), emo → emo文学 («емо» → «жанр емоційного письма»). Така творчість сприяє постійній варіативності стилю.

У прагматичному вимірі інтернет-лексика виконує також функцію політичного натяку. De Seta (3, с. 7) і стаття *Le Monde* (51) зазначають, що після посилення цензури 2025 року китайські користувачі стали частіше вдаватися до евфемізмів і метафор. Наприклад, слова 小作文 (xiǎo zuòwén, “есе”) — іронічне позначення політичних висловів; 天气真好 (tiānqì zhēn hǎo, “гарна погода”) — натяк на обхід теми. Така прагматика демонструє адаптивність мови в умовах обмеженої свободи вираження.

Отже, прагматичні та стилістичні особливості китайської інтернет-лексики зумовлені поєднанням соціально-психологічних і технологічних факторів. Мовці використовують слова як засіб ідентифікації, гумору, опору й емоційного вираження. Стилiстично інтернет-дискурс тяжіє до гібридності, гри, іронії та мультимодальності. Як узагальнює Li Z. (36, с. 47), «у цифрову добу слово втрачає жорсткі межі — воно стає і текстом, і мемом, і дією одночасно».

### **3.3. Аналіз прикладів із китайських соціальних мереж (Weibo, WeChat, Douyin).**

Сучасний китайський цифровий дискурс демонструє розвинену систему платформно-залежної лексики, у якій специфічні інтернет-слова функціонують як індикатори соціальної ролі, культурної належності та емоційного стану користувача. Weibo, WeChat і Douyin стали головними просторами формування, закріплення й трансформації інтернет-лексем. Кожна з цих платформ створює власну мовну екосистему, яка відрізняється стилем, семантикою та прагматикою.

Zhao H. (37, с. 13) зазначає, що Weibo є «найбільш публічним простором мовної творчості», де слова швидко поширюються завдяки репостам і хештегам. У межах Weibo активно формуються слова соціально-критичного або іронічного змісту. Наприклад:

1. 内卷 (nèijǔǎn) — «внутрішня конкуренція» → позначає ситуацію, коли надмірні зусилля не приносять результату;

2. 躺平 (tǎng píng) — «лежати рівно» → метафора пасивного спротиву соціальному тиску.

Ці вирази стали не лише сленговими формами, а й символами «цифрового покоління Z». На Weibo вони часто супроводжуються мемами або фотографіями, які посилюють семантичний ефект. Li Ming (10, с. 62) зауважує, що такі слова перетворюються на маркери соціальної ідентичності — користувач, який пише 我选择躺平 («я обираю лежати рівно»), демонструє власну позицію щодо цінностей успіху.

Ще одне показове явище — використання іронічних конструкцій для обхідного висловлення думки. De Seta (3, с. 7) називає це «цифровою евфемізацією». Наприклад:

1. 草泥马 (cǎonǐmǎ) — букв. «трав'яний кінь», вимовно близьке до лайки → символ спротиву цензурі;

2. 河蟹 (hé xiè) — «краб» → іронічна заміна слова 和谐 («гармонія») як натяк на цензурованість контенту.

Ці слова часто використовуються у Weibo-постах як частина саркастичного коментаря: 这条微博要被河蟹了 («цей пост зараз 'з'їсть краб'» = «його видалять»).

WeChat, навпаки, має більш приватний характер комунікації, де інтернет-лексика виконує переважно емоційно-прагматичну функцію. За даними *Modeling the Life Cycle of Neologisms in China* (9), користувачі WeChat рідше створюють нові слова, але активно адаптують наявні до побутових ситуацій. Найпоширенішими є вирази:

1. emo (音译) — транскрипція англ. *emotional* → «у депресивному настрої»;

2. 破防 (pò fáng) — «зламати оборону» → «емоційно зачепити, зворушити»;

3. 整活 (zhěng huó) — «вигадати щось незвичне, жартувати».

Наприклад, повідомлення 今天又emo了 («сьогодні знову емо») або 这段话把我破防了 («ці слова мене зворушили») передають стан мовця без жодних описів, а лексема 整活 часто вживається для самохарактеристики блогера: 今晚继续整活 («сьогодні продовжу жартувати»).

Така мова демонструє механізм емпатійної комунікації: кожна емоційна лексема функціонує як запрошення до спільного переживання. Zhao (37, с. 9) вважає, що в межах WeChat формується «мовна економія», де коротка одиниця виконує роль цілої фрази, а емоційна точність досягається через метафоричну насиченість.

Третя ключова платформа, Douyin, є найдинамічнішим середовищем формування нових слів. Li Z. (36, с. 4) підкреслює, що Douyin поєднує текст, відео, звук і музику, тому лексеми тут часто народжуються з аудіовізуальних трендів. Найтиповіші:

1. 上头 (shàng tóu) — букв. «запаморочитися в голові» → «захопитися чимось»;
2. YYDS (yǒngyuǎn de shén) — «вічний бог» → «легендарно, супер»;
3. 绝绝子 (jué jué zǐ) — «неперевершено, неймовірно».

Ці вислови функціонують у відеоконтенті як коментар або реакція. Наприклад, користувач під відео може написати 这也太上头了吧! («це просто неможливо зупинитись дивитися!») або YYDS! як короткий вигук схвалення.

Li Xiaolin (6, с. 99) пояснює, що Douyin створює феномен візуально-аудіальної семантики: значення слова закріплюється через звук, жест і міміку блогера. Лексема перестає бути лише текстом — вона стає частиною «емоційного перформансу».

Інший важливий приклад — вислів 奥利给 (àolǐgěi), похідний від англ. all right give it to me, що означає «підтримую!» або «давай далі!». На

Douyin це вигукують у відео-челенджах чи ігрових стрімах. Подібні слова створюють відчуття колективної дії й належності до цифрової спільноти.

Показовим є й феномен меметичних циклів, коли слово переходить між платформами. Наприклад, 凡尔赛 (Fán'ěrsài) з'явилося на Weibo, а потім потрапило на Douyin, де перетворилося на візуальний шаблон «скромної похвальби»: 今天又不小心凡尔赛了 («знову випадково похвалився»).

а даними *Collaborative Discovery of Chinese Neologisms in Social Media* (33), близько 70 % нових лексем виникають спершу на Douyin, а потім мігрують у WeChat і Weibo, де набувають сталішого змісту.

Згідно з Zhong Y. (42, с. 10), у цифровій екосистемі кожна платформа формує власну «прагматичну сферу»:

1. Weibo — соціально-критичний та іронічний дискурс;
2. WeChat — емоційно-побутовий та інтимний;
3. Douyin — візуально-експресивний та колективно-розважальний.

Загальним для всіх є гібридність мовлення — поєднання китайських і англійських елементів, цифр, емодзі та графічних символів.

Наприклад:

1. Pick我 (Pick wǒ) — «обери мене» — типова формула з реаліті-шоу.
2. battle一下 (battle yīxià) — «трохи позмагаймося»;
3. C位出道 (C wèi chūdào) — «дебютувати в центрі уваги».

Як пояснює *Integration of English in Chinese Internet Slang* (27), ці конструкції виконують функцію стилістичного коду молоді, що позначає її глобалізовану культурну ідентичність.

Цікаво, що деякі лексеми на різних платформах отримують протилежні конотації. Наприклад, 整活 (zhěng huó) на Douyin — «жартувати, творити контент», а на Weibo — «провокувати, знущатись».

Це підтверджує спостереження Хі (2, с. 90) про «платформну полісемію», коли значення визначається не етимологією, а аудиторією.

WeChat також демонструє розвиток внутрішньо спільнотного сленгу. За дослідженням Li Yan (25, с. 8), у чатах утворюються «міні-лексикони» закритих груп: наприклад, фраза 上岸 (shàng àn) — букв. «дістатися берега» — означає «успішно здати іспит або знайти роботу»; 冲刺 (chōng cì) — «фінішний ривок» — використовується як моральна підтримка перед екзаменом.

Платформи зумовлюють появу мультимодальних слів, де значення передається через відео, звук і текст. Li Z. (36, с. 46) описує вираз 有点东西 (yǒudiǎn dōngxī) — «є щось у цьому», який у Douyin означає «приємно вражає». Під час відео цей вираз часто звучить із певною інтонацією чи жестом, що підсилює його значення.

Прагматичні дослідження (Zhao, 37; DuanzAI, 46; Are Large Language Models Chronically Online?, 47) доводять, що в епоху алгоритмів життєвий цикл мовних трендів становить у середньому 2–3 місяці. Приклад: слово *emo* з 2019 по 2025 рік пройшло три фази — емоційна ізоляція → самоіронія → естетизація суму.

Це підтверджує висновок Han (39, с. 6), що інтернет-лексика — динамічна семіотична система, у якій форма постійно взаємодіє з емоцією, а значення — з культурним контекстом.

### **Висновки до розділу 3.**

Семантичний, прагматичний і платформний аналіз китайської інтернет-лексики дозволив виявити складну багаторівневу систему функціонування нових слів у цифровому просторі. Дослідження показало, що у межах соціальних мереж Weibo, WeChat та Douyin відбувається не лише утворення неологізмів, а й постійна трансформація їхніх значень і стилістичних функцій.

У процесі аналізу з'ясовано, що семантична еволюція інтернет-лексики відображає тенденцію до метафоризації, іронізації та переосмислення традиційних понять. Такі слова, як 内卷 (nèijuǎn), 躺平 (tǎng píng), 破防 (pò fáng), emo, демонструють здатність китайської мови реагувати на соціальні зміни, створюючи компактні й емоційно насичені форми вираження.

Прагматичний аспект полягає у виконанні мовними одиницями функцій ідентифікації, самопрезентації та емоційного обміну. Інтернет-лексеми вживаються для встановлення комунікативного контакту, підтримання групової солідарності та створення спільної культурної іронії. Стилiстична варіативність проявляється у грі мовних кодів, поєднанні китайських, англійських, цифрових та емодзі-елементів (Pick我, YYDS, 666, AwSl), що формує нову естетику мережевого мовлення.

Важливим результатом стало виявлення впливу технологічних чинників. Платформи Douyin, WeChat і Weibo не лише передають контент, але й задають умови його лінгвістичної форми: короткі відео Douyin стимулюють появу експресивних лексем, WeChat — інтимно-емпатійних, Weibo — соціально-критичних. Ці особливості підтверджують думку Zhao H. (37), що цифрове середовище формує «платформну семантику», у якій слово живе лише у власному алгоритмічному контексті.

Отже, китайська інтернет-лекси́ка є не просто периферійним шаром сучасної мови, а повноцінним комунікативним феноменом. Вона розвивається під впливом соціокультурних, когнітивних і технологічних факторів, що зумовлює її гнучкість, емоційну виразність та здатність швидко реагувати на зміни в суспільстві. У межах цифрового дискурсу нові слова стають символами поколінь і носіями колективних почуттів, перетворюючись на «цифровий фольклор» сучасного Китаю (4, 10, 44).

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дослідження на тему «Особливості розвитку китайської інтернет-лексики» дало змогу простежити багатовимірну еволюцію сучасної китайської мови в умовах цифровізації суспільства. Інтернет-комунікація стала не лише технічним явищем, а й самостійним соціолінгвістичним простором, у якому мова функціонує за власними правилами, створюючи нові лексичні, семантичні й прагматичні норми. Проведене дослідження дозволило виявити, що китайська інтернет-лексика є результатом динамічної взаємодії між мовною традицією, культурними трансформаціями та технологічними інноваціями.

У процесі роботи було визначено, що інтернет-лексика виступає новим пластом китайської лексичної системи, який характеризується мобільністю, гнучкістю та високим ступенем соціальної інтегрованості. Як доводить D. Crystal (1, с. 77), мережеве мовлення є середовищем, де відбувається стирання меж між писемним і усним кодом. Для китайської мови ця тенденція має особливе значення, адже традиційно вона вирізнялася стабільністю письмових норм. Поява інтернет-лексики, побудованої на абрєвіатурах, цифрах і фонетичних імітаціях, стала проявом глибокої демократизації мовлення.

У першому розділі було з'ясовано теоретичні засади дослідження інтернет-лексики та проаналізовано підходи до її класифікації. Виявлено, що в сучасному мовознавстві існують різні критерії поділу неологізмів — формальний, семантичний, соціально-функціональний. За класифікацією Wang Qian (згідно з 6, 10), китайська інтернет-лексика охоплює три основні типи:

1. формально-графічні утворення (скорочення, абрєвіатури, цифрові коди);
2. фонетичні гомофони та транслітерації;
3. семантичні інновації — переосмислення звичних слів під впливом нових контекстів.

Такі одиниці, як YYDS (yǒngyuǎn de shén) — «вічний бог», 2333 — «сміх», 520 — «я тебе кохаю», демонструють високий рівень когнітивної креативності мовців. Вони не лише виконують комунікативну функцію, а й створюють нові семантичні коди, що вимагають інтерпретації у межах конкретної спільноти.

Другий розділ присвячений аналізу мовних механізмів утворення та функціонування китайських інтернет-лексем. Було встановлено, що інтернет-мова Китаю поєднує властивості аглютинативної й аналітичної моделей, що сприяє створенню нових морфемних структур на основі поєднання китайських і англійських елементів. Серед найпоширеніших способів словотворення — фонетична імітація (栓Q shuān Q — «thank you»), графічна адаптація (C位 chūdào — «центральна позиція»), числовий код (886 — bye-bye), а також семантична метафоризація (躺平 — відмова від конкуренції).

Згідно з Xi (2) і De Seta (3), у структурі інтернет-лексики діють механізми метонімії, гіперболи, каламбуру, що забезпечують багаторівневу гру значень. Показовим є перехід слів з нейтрального у символічне поле — 打工人 (dǎgōngrén) перетворилося з позначення професії на соціальний архетип «звичайного трудівника», тоді як 凡尔赛 (Fán'ěrsài) стало позначенням іронічного самовихваляння. Такі зміни свідчать про здатність інтернет-лексики відображати соціальну ієрархію, емоційні стани та культурні стереотипи.

Особливу увагу приділено соціокультурним чинникам розвитку інтернет-лексики. Інтернет-лексика функціонує як колективний психологічний механізм — засіб емоційної розрядки, протесту або самоідентифікації. Li Ming (10) і Zhao (37) підкреслюють, що вона є культурним індикатором покоління цифрової доби. Саме тому лексеми типу 躺平 (tǎng píng) чи емо виражають не байдужість, а прагнення зберегти внутрішню рівновагу у швидкозмінному суспільстві.

У третьому розділі проаналізовано семантичні та функціональні аспекти інтернет-лексики в цифровому дискурсі. Дослідження соціальних платформ (Weibo, WeChat, Douyin) показало, що кожна з них формує власну «лексичну екологію». Weibo виступає майданчиком для суспільно-політичної іронії та евфемізмів (河蟹 hé xiè — «цензура»), WeChat зберігає функцію емоційного спілкування (破防, emo, 心动了), а Douyin формує культуру коротких емоційних реакцій (上头, YYDS, 奥利给).

Прагматичний аналіз довів, що інтернет-лексеми в Китаї виконують функції експресивну, фатичну (підтримання зв'язку), ідентифікаційну (належність до групи) та соціально-критичну. Як показує Zhong Y. (42), такі слова стають носіями колективного досвіду: вони кодують не лише емоцію, а й соціальну позицію користувача, формуючи нову комунікативну етику.

Важливим висновком стало також те, що інтернет-лексика є інструментом культурного опору. У контексті цифрової цензури користувачі використовують евфемізми, гомофони та іронічні образи для обходу обмежень (De Seta, 3; Le Monde, 51). Це доводить, що цифрова мова не лише адаптується до середовища, а й активно модифікує його, створюючи паралельні дискурсивні реальності.

Таким чином, китайська інтернет-лексика — це динамічна, багаторівнева система, у якій поєднуються фонетичні, графічні, семантичні та соціокультурні інновації. Її розвиток відображає ключові тенденції сучасної китайської культури — індивідуалізацію, гібридність, інтерактивність і самоіронію.

Результати роботи дозволяють зробити кілька узагальнених висновків:

1. Інтернет-лексика стала невід'ємною частиною сучасної китайської мови, забезпечуючи її гнучкість і динамізм.

2. Її функціонування демонструє нову модель семантики, де значення формується не лінгвістично, а контекстуально — у межах спільноти та платформи.

3. Вона виконує соціально-комунікативну місію: сприяє самоідентифікації молоді, знижує напругу, створює поле колективного гумору.

4. Лексичні інновації, що народжуються в інтернеті, з часом переходять до розмовної та навіть літературної мови, стаючи елементом нової культурної норми.

5. Цифровий простір Китаю — це не лише технологічне, а й лінгвістичне середовище, у якому мова виступає як механізм саморегуляції суспільства.

Як зазначає Zhao (37, с. 11), «інтернет-сленг — це не руйнування мови, а її природна еволюція в умовах цифрової взаємодії». Саме тому китайська інтернет-лексика є лабораторією мовних змін, що відображає гнучкість та динаміку сучасної культури.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що китайська інтернет-лексика — це не лише сукупність слів, а дзеркало соціальних трансформацій. Вона фіксує нові способи мислення, комунікації та самовираження покоління, яке живе в цифрову добу. Її дослідження є важливим внеском у розуміння глобальних тенденцій мовного розвитку, де Китай виступає одним із провідних центрів формування нової інтернет-культури.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Crystal, D. *Language and the Internet*. — Cambridge : Cambridge University Press, 2001. — 272 с.
2. Xi, Y. A research report on a novel typological study of the Chinese metaphorical and metonymic idioms // *Frontiers in Psychology*. — 2024. — Vol. 15. — Art. 1321778.
3. De Seta, G. From ASCII lanterns to synthetic livestreams: Three decades of Chinese digital folklore // *SAGE Open*. — 2024. — P. 1–12.
4. Chen, J. Understanding Chinese Internet Language: Linguistic Innovation and Cultural Meaning // *China Media Research*. — 2023. — Vol. 19(4). — P. 45–56.
5. Kuszel, B. Global Influence and Local Adaptation: The Integration of English in Chinese Internet Slang // *International Journal of Education and Humanities*. — 2025. — Vol. 8. — P. 15–27.
6. Li Xiaolin. 网络语言的特点与发展趋势 [*Features and Development of Internet Language*] // *Modern Linguistics*. — 2018. — T. 6. — № 4. — С. 96–103.
7. Wong K.-F., Xia Y., Li W. Linguistic and Behavioural Studies of Chinese Chat Language // *International Journal of Computer Processing of Oriental Languages*. — 2006. — Vol. 19(2–3). — P. 133–152.
8. Tan, Q. Linguistic Analysis of Chinese Neologisms from 2017 to 2021 // *International Journal of Language and Literary Studies*. — 2024. — Vol. 6(2). — P. 260–275.
9. *Modeling the life cycle of neologisms in China 2008–2016* // *PLOS ONE*. — 2021. — Vol. 16(2). — P. 1–12.
10. 李明 [Li Ming]. 网络流行语与当代汉语演变 [*Internet Popular Words and the Evolution of Modern Chinese*]. — 北京 : 商务印书馆 (Commercial Press), 2023. — 320 с.

11. Liu, R. Study on the Features of Chinese-English Neologisms Based on Web // *Athens Journal of Philology*. — 2021. — Vol. 8(4). — P. 233–244.
12. 周祺欢 [Zhou Qihuan]. 汉语字母词的使用方式概述 [*Overview of the Use of Alphabetic Words in Chinese*] // *中国民航大学学报* [Journal of Civil Aviation University of China]. — 2020. — № 20. — С. 1–8.
13. 周伟良 [Zhou Weiliang]. 字母词典 [*Dictionary of Alphabetic Words*]. — 上海 : 上海辞书出版社, 2018. — 300 页.
14. Мойсієнко, К.; Бас-Кононенко, О. В.; Бондаренко, В. В. та ін. *Сучасна українська літературна мова* : навч. посіб. — Київ : Знання, 2010. — 591 с.
15. 崔慧娥 [Cui Huie]. *汉语数字词语的语义与文化阐释 (以现代汉语为例)* [*Semantics of Numeral Expressions in Modern Chinese*] : дис. ... канд. філол. наук. — Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2020. — 161 с.
16. Yang, G. Networked Publics and Digital Culture in China's Platform Era // *China Information*. — 2021. — Vol. 35(3). — P. 225–243.
17. Zhong, Y. *Contemporary Chinese Buzzwords and Popular Culture*. — Beijing : Language & Culture Press, 2025. — 214 с.
18. *China : Internet User Breakdown by Age 2018* [Електронний ресурс]. — Statista, 2018. — Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/265150/internet-users-in-china-by-age/>
19. *Chinese Internet Slang : How to Chat Online Like a Native* [Електронний ресурс]. — FluentU, 2015. — Режим доступу: <https://www.fluentu.com/blog/chinese/chinese-internet-slang/>
20. *Chinese Internet Slang : Common Terms Explained* [Електронний ресурс]. — StudyCLI, 2024. — Режим доступу : <https://studycli.org/blog/chinese-internet-slang/>

21. *25 Mobile App Usage Statistics to Know in 2019* [Электронный ресурс]. — MindSea Development, 2019. — Режим доступа : <https://mindsea.com/app-stats/>
22. 百度文库 [Baidu Wenku]. 网络语言利与弊的分析 [*Analysis of the Advantages and Disadvantages of Internet Language*] [Электронный ресурс]. — 2020. — Режим доступа: <https://wenku.baidu.com/view/2ead417a1711cc7931b716bb.html>
23. *Baidu 10 Mythical Creatures (草泥马 Cǎonímǎ)* [Электронный ресурс]. — KnowYourMeme, 2019. — Режим доступа : <https://knowyourmeme.com/memes/baidu-10-mythical-creatures-grass-mud-horse>
24. Tan, Q. Linguistic Analysis of Chinese Neologisms from 2017 to 2021 // *International Journal of Language and Literary Studies*. — 2024. — Vol. 6(2). — P. 260–275.
25. Li, Yan. Chinese Internet Neologisms from a Sociolinguistic Perspective : The Case of “City Bu City” // *US-China Foreign Language*. — 2025. — Vol. 23(4). — P. 3–8.
26. *Modeling the Life Cycle of Neologisms in China 2008–2016* // *PLOS ONE*. — 2021. — Vol. 16(2). — P. 1–12.
27. Wong K.-F.; Xia Y.; Li W.; Xu R. *Trends and Patterns of Chinese Social Media Language: A Computational Analysis of Weibo Discourse* // *Lingua Sinica*. — 2023. — Vol. 9(1). — P. 1–18.
28. Xi, Y. *The Sociolinguistics of Chinese Internet Neologisms* // *Frontiers in Communication*. — 2022. — Vol. 7. — Art. 944502.
29. Ren, R. *Pragmatic Functions of English Borrowings in Chinese Internet Discourse (Data from Weibo)* // *International Journal of English Linguistics*. — 2022. — Vol. 12(5). — P. 20–33.
30. Liu, W.; Zhang, X. *The Chinese Educational Idioms That the Chinese Shall Live By* // *China Report*. — 2024. — Vol. 60(1). — P. 7–21.

31. Weng, L.; Zhang, Y. B.; Kulich, S. J.; Zuo, C. *Cultural Values in Chinese Proverbs Reported by Chinese College Students // Asian Journal of Social Psychology*. — 2021. — Vol. 24(2). — P. 232–243.
32. Li, J. Linguistic Models and Cross-Cultural Mechanisms of the Internet Buzzword “City Bu City” // *US-China Foreign Language*. — 2024. — Vol. 22(4). — P. 5–9.
33. *Collaborative Discovery of Chinese Neologisms in Social Media* [Электронный ресурс]. — ResearchGate, 2024.
34. *Analysis of the Top Ten Chinese Internet Buzzwords from the Perspective of Sociolinguistics* [Электронный ресурс]. — ResearchGate, 2024.
35. *An Analysis of the Top Ten Buzzwords of 2024 from Sociolinguistics Perspective* [Электронный ресурс]. — ResearchGate, 2025.
36. Li, Z. *Presentation through Internet Slang on Douyin (Chinese TikTok)* [Электронный ресурс]. — 2024.
37. Zhao, H. *Social Media Practices of Chinese Youth in the Context of Platformization // Social Media + Society*. — 2025. — Vol. 11(1). — P. 1–12.
38. *Chinese Affixes in the Internet Era: A Corpus-Based Study of X-族, X-党 and X-客 Neologisms* [Электронный ресурс]. — Academia.edu, 2020.
39. Han, Y. *Analysis of the Meaning Construction of Internet Buzzwords // Global Business & Public Policy Studies*. — 2025. — Vol. 4(1). — P. 55–61.
40. Pan, L. et al. *The Development of a Glossary of Contemporary Chinese Internet Terms // Frontiers in Psychology*. — 2023. — Vol. 14. — Art. 1208366.
41. Yang, G. *The Networked Public Sphere and Civic Life in China // China Information*. — 2021. — Vol. 35(3). — P. 225–243.

42. Zhong, Y.; Yang, M. *An Analysis of Chinese Internet Buzzwords from the Perspective of Sociolinguistics // Research Advances in Journal of Management & Social Sciences*. — 2024. — Vol. 9(2). — P. 14–22.
43. *Topic and Sentiment Analysis of China–US Relations on Douyin and TikTok* [Электронный ресурс]. — arXiv preprint, 2025.
44. Williams, J. P. *The MBTI as a Cultural Meme, Its Diffusion on Chinese Platforms* [Электронный ресурс]. — OSF Preprint, 2025.
45. *Facilitating Fine-Grained Detection of Chinese Toxic Language: Hierarchical Taxonomy, Resources and Benchmarks* [Электронный ресурс]. — arXiv, 2023.
46. *DuanzAI: Slang-Enhanced LLM with Prompt for Humor Understanding* [Электронный ресурс]. — arXiv, 2024.
47. *Are Large Language Models Chronically Online Surfers? A Dataset for Chinese Internet Meme Explanation* [Электронный ресурс]. — arXiv, 2025.
48. Oxford Research Encyclopedia of Linguistics. *Chinese Morphology* [Электронный ресурс]. — 2025.
49. *Chinese Language in a Global Context* [Электронный ресурс]. — ResearchGate, 2025.
50. Pan, L. et al. *The Development of a Glossary of Contemporary Chinese Internet Terms // Frontiers in Psychology*. — 2023. — Vol. 14. — Art. 1208366.
51. *Beijing bans ‘negative emotions’ on social media* [Электронный ресурс]. — *Le Monde*, 05.10.2025. — Режим доступа : [https://www.lemonde.fr/en/international/article/2025/10/05/beijing-bans-negative-emotions-on-social-media\\_6746107\\_4.html](https://www.lemonde.fr/en/international/article/2025/10/05/beijing-bans-negative-emotions-on-social-media_6746107_4.html)

**ABSTRACT**

of the MA thesis “*FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF CHINESE INTERNET LEXICON*”

(*Kharkiv, 2025*)

**Written by Anastasiia KUZNETSOVA**

(*research advisor – PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor Y. V. Lakhmotova*)

**The relevance of the study** lies in the growing interest in Chinese Internet communication and its influence on the development of modern Chinese vocabulary. The emergence of Internet neologisms reflects not only linguistic creativity but also the sociocultural transformations of Chinese society in the digital era. At present, there is a limited number of comprehensive Ukrainian-language studies analyzing the formation and evolution of the Chinese Internet lexicon, which determines the novelty and importance of this research.

**The purpose of the study** is to investigate the linguistic and cultural features of Chinese Internet neologisms and to reveal their role in shaping the language of online communication.

**Methods used for the research** include:

- the descriptive method for defining and classifying Internet lexical units;
- the comparative method for identifying similarities and differences in semantic models;
- the component and structural analysis for determining morphological patterns and pragmatic meanings;
- the corpus-based method for analyzing the frequency and context of Internet neologisms.

**The scientific novelty of the study** consists in the systematization of Chinese Internet vocabulary and identification of its functional and cultural features, as well as the description of its role in modern linguistic processes.

**The theoretical significance of the study** lies in the contribution to the development of neology and sociolinguistics by broadening knowledge about the mechanisms of lexical change under the influence of digital communication.

**The practical significance of the study** is determined by the possibility of using the obtained results in university courses on the Chinese language, lexicology, translation studies, and intercultural communication, as well as in practical translation and linguistic research.