

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНИХ МОВ
Кафедра китайської мови і перекладу

Специфіка мережових сленгізмів та жаргонізмів (на матеріалі 小红书 та 微博)

*Курсовий проєкт
з напрямку підготовки
035.065.01 Мова і література (китайська)
4 курс, МЛКб-2-21-4.0д
Олійник Анни Олегівни
Науковий керівник:
Попова Марія Дмитрівна*

Київ – 2025

ЗМІСТ

Вступ.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕРЕЖЕВИХ СЛЕНГІЗМІВ ТА ЖАРГОНІЗМІВ.....	6
1.1 Визначення та класифікація термінів «жаргонізм» та «сленгізм».....	6
1.2 Основні риси та функції мережових «сленгізмів» та «жаргонізмів».....	9
1.3 Вплив соціальних мереж на розвиток «сленгізмів»та «жаргонізмів».....	11
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВЖИВАННЯ МЕРЕЖЕВИХ СЛЕНГІЗМІВ ТА ЖАРГОНІЗМІВ (НА МАТЕРІАЛІ 小红书 та 微博).....	13
2.1 Комунікативні функції «сленгізмів» та «жаргонізмів».....	13
2.2 Лексичні особливості «сленгізмів»та «жаргонізмів»: широковживанні терміни та їх значення	16
2.3 Стилістичні особливості «сленгізмів»та «жаргонізмів»: вживання гумору та спеціалізованих термінів.....	22
РОЗДІЛ 3. РОЛЬ МЕРЕЖЕВОГО СЛЕНГУ ТА ЖАРГОНУ У ЛІТЕРАТУРНІЙ МОВІ.....	26
3.1 Вплив сленгу та жаргону на офіційну мову	26
3.2 Перспективи розвитку сучасної китайської мови під впливом мережових «сленгізмів»та «жаргонізмів».....	28
Висновки.....	29
Список використаних джерел.....	32

Вступ

В період розвитку комп'ютерних технологій, інтернет-комунікація стає однією із основних методів спілкування між молоддю та професіоналами різних сфер. Наразі уявити життя без Інтернету стає неможливим, він є невід'ємною частиною нашого життя і докорінно змінює мову – основу комунікації та взаєморозуміння між людьми.

Стрімкий розвиток інтернет-комунікації невпинно забезпечує наше спілкування новою лексикою, яка вимагає дослідницького аналізу фахівцями. У випадку китайського інтернет-простору, нова мережева лексика стала провідним засобом уникнення цензури та заборон між інтернет-користувачами. Навіть у рамках обмежень, громадяни Китаю мають можливість вільного спілкування завдяки розвитку інтернет-мови, анонімності та швидкому поширенню інформації. Тому в Китаї все більше людей обговорюють різні питання онлайн. Більш того, багато соціальних проблем в Китаї стали відомими саме завдяки Інтернету [16, 268].

Як і в інших частинах світу, Інтернет у Китаї пропонує користувачам широкий спектр додатків, включаючи електронну пошту, портали новин, відеоплатформи, блоги та соціальні мережі. [16, 267]. Таким чином різноманітність платформ для дослідження мережевої лексики стає все більше, що дає можливість глибокому вивченню нових термінів.

Актуальність дослідження зумовлена потребою аналізу нових лексичних термінів у зв'язку з невпинним розвитком інтернет-комунікацій.

Метою дослідження є аналіз сленгу та жаргону китайсько-мовного інтернет простору, особливості їх вживання та функціонування у мові.

Поставленна мета передбачає вирішення таких **завдань**:

- аналіз теоритичних засад термінів «сленгізм» та «жаргонізм».
- виявити вплив інтернет мереж на розвиток «сленгізмів» та «жаргонізмів».
- визначити комунікативні функції мережевих «сленгізмів» та «жаргонізмів».

– провести аналіз лексико-семантичних особливостей мережових «сленгізмів» та «жаргонізмів».

– дослідити вплив сленгу на офіційну мову.

– розглянути перспективи розвитку сучасної китайської мови під впливом мережових «сленгізмів» та «жаргонізмів».

Об’єктом дослідження є аналіз специфіки «сленгізмів» та «жаргонізмів» у китайсько-мовному інтернет-просторі.

Предметом дослідження є особливості функціонування та вживання мережових «сленгізмів» та «жаргонізмів».

Розділ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕРЕЖЕВИХ СЛЕНГІЗМІВ ТА ЖАРГОНІЗМІВ

1.1 Визначення та класифікація термінів «жаргонізм» та «сленгізм»

Поява нових сленгізмів та жаргонізмів знаходиться у постійному розвитку, адже ці групи слів є незамінним інструментом спілкування у сучасному суспільстві. Виникнення нових термінів додає барв у спілкування і спрощує цей процес загалом. Таким чином, новий розділ лексики є надзвичайно важливим та потребує детального розгляду.

Аналізом понять «сленгізм» та «жаргонізм» займались багато дослідників, таких як: Л. Ставицька, С. Грабяс, Е. Патрідж, Д. Крістал тощо. Однак досі існує складність у диференціації термінів сленг та жаргон. У цьому розділі ми розглянемо визначення двох понять та дійдемо висновку щодо їх відмінностей між собою.

Як зазначає Загнітко Анатолій у своїй праці: жаргон –це різновид загальнонародної мови, що використовується для спілкування окремої відносно стійкої вузької соціальної або професійної групи людей, об'єднаних спільністю зацікавлень, занять, фаховою сферою, соціальним станом, відрізняється від літературної мови специфічною лексикою, акцентуацією тощо [1, с.197]. Автор також наголошує, що основною комунікативною функцією жаргона є – наголошення належності до певної автономної групи шляхом уживання специфічних слів, форм і зворотів [1, с. 198].

У той час дослідник також зазначає, що сленг – це також жаргон, що використовується у відкритих соціальних групах для демонстрації належності до групи [1, с. 713].

Більшість лінгвістів припускається думки, що сленг та жаргон – є рівносильними поняттями, хоча на практиці існують суттєві відмінності, які не можна упускати при дослідженні цієї теми. Так на думку Л. Ставицької «жаргон історично вказує на обмеженість групи його носіїв, а також на вузькість

семантичного поля лексичних одиниць. Мовне середовище спілкування великої кількості людей, яке відрізняється від мовної норми, отримало найменування «сленг» [6, с. 61].

Відтак для кращого розуміння розглянемо приклад: Code Eight, що з англійської «Код вісім», який використовується поціліянтами у англомовних країнах на позначення необхідності негайного підкріплення. Данний вираз є доречним у використанні лише певної професійної групи, тобто у колі поліцейських, за межами яких вираз не несе відповідної логічної навантаженості.

Незважаючи на те, що більшість лінгвістичних словників визначають термін жаргон як синонім поняттю сленг, ми все ж таки можемо дійти висновку, що сленг є більш притаманним широким колам суспільства, тоді як жаргон визначається маловживаністю та вузькістю кола його носіїв.

Тема сленгу є вкрай важливою в китайському інтернет просторі, адже користувачі мережі обмінюються інформацією в умовах вкрай жорсткого контролю, який не дозволяє вільно висловлювати певні думки. Тим не менш вони знаходять вихід у вигляді зашифрованої мови та метафорах, щоб обійти пряму цензуру [26, с. 4].

У китайській мові сленгом найчастіше називають термін 俚语 (lǐyǔ), з елементом 俚 (lǐ), що означає невідшліфований або грубий, та 语 (yǔ), що означає мову [21, с. 4]. Проте, з плином часом, дослідники, розвиваючи тему сленгу, все більше доходять висновку, що відповідник «грубий» наразі є не досить доречним у визначенні терміну «сленг». Як зазначає Оксфордський словник англійської мови: «Існує три типи сленгу. Перший тип був застосований в середині XVIII століття, який був спеціальною лексикою, що використовується будь-якою групою людей низького і сумнівного характеру», тобто злочинським жаргоном або відголосом попередніх століть. Ця жила сленгу процвітає і сьогодні в лексиконі злочинного світу, вуличних банд, наркоторговців. Але незабаром після середини XVIII століття значення «сленгу» розширилося і стало включати спеціальну лексику або фразеологію певної професії або заняття: сленг друкарів, сленг торговців овочами, навіть сленг лікарів і юристів. Обидва ці типи сленгу служили багатьом цілям, але

переважною була роль спеціального лексикону, що об'єднує членів субкультури або певних соціальних груп, надаючи їм індивідуальність, відмінну від решти спільноти. Нарешті, на початку XIX століття термін «сленг» став застосовуватися набагато загальніше до будь-якої «мови високого розмовного типу, що вважається нижчою за рівень стандартної освіченої мови і що складається або з нових слів, або з поточних слів, що використовуються в якомусь новому спеціальному значенні». Сьогодні сленг охоплює всі три області: не всяка розмовна або неформальна лексика є сленгом, але весь сленг є розмовним або неформальним» [10, с. 3].

Як нам відомо, китайська мова включає в себе безліч регіональних діалектів, які поєднанні письмовими ієрогліфами. Крім того, кожен з цих основних регіональних різновидів китайської мови можна поділити на дрібні діалекти, деякі з яких настільки локалізовані, що зосереджені в одному ринковому містечку та його сусідніх селах. Видатною особливістю китайської мови є надзвичайна різноманітність мовних форм, які її характеризують. Традиційне розуміння китайського сленгу, тобто 俚语 зосереджується на цьому розмаїтті як на ключовій визначальній рисі [21, с. 7]. Як зазначає дослідник Роберт Луїс Мур: «Місцеві діалекти, особливо в усній формі, зазвичай вважаються менш престижними і асоціюються з неформальним, надзвичайно виразним стилем мовлення. Це, безсумнівно, пояснює, чому традиційна концепція 俚语 пов'язана з яскравими виразами, що характерні для місцевих діалектів – діалектів, які суперечать офіційній мові держави і, як і сленг загалом, вважаються неприйнятними у формальних контекстах» [22].

Та, незважаючи на це, у зв'язку із стрімким розвитком соціальних мереж, китайський сленг втратив своє оригінальне значення та більше не базується на регіональному розмаїтті. Ба більше, сленгові вирази набули нового значення, модернізувались та включають в себе використання латинських літер, цифр, гру слів тощо.

1.2 Основні риси та функції мережевих «сленгізмів» та «жаргонізмів»

Сленг є однією з частин мови, яка так стрімко розвивається. Певні вирази, які були широкоживаними у свій час, наразі втратили свою актуальність, на заміну їм приходять новіші, молодіжні вирази. Як зазначалось раніше, розвиток соціальних мереж також має великий вплив на це. Згідно з цим, дослідити та класифікувати види сленгу є надзвичайно складним завданням.

Завдяки інтернет-мережі, розповсюдження нових виразів відбувається надзвичайно стрімко, згідно з цим, іноді навіть стає неможливим знайти значення певного виразу у словнику. Так, наприклад, 2008 року одна телевізійна програма опитувала перехожих на вулиці. Кореспондент запитав одного юнака про його думку щодо останніх подій, на що він відповів: «А я тут до чого? Я взагалі вийшов купити соєвий соус». С цих пір з'явився новий сленговий вираз «打酱油» (купувати соєвий соус), який означає байдужість, повну незацікавленість у якійсь справі [2, с. 3].

Зважаючи на швидкоплинність сленгу та його різноманітність, дослідники намагаються виокремити його ключові характеристики. Так, М.Р. Ткачівська у своїй статті визначає основні характеристики молодіжного сленгу та особливості молодіжної мови, які дозволяють краще зрозуміти його природу та функції в мовленні. До них належать такі характеристики: економність (лінійне розширення висловлювання), зручність і легкість під час використання молодіжної лексики, певні фонетичні (скорочення й послаблення звуків) і графічно-стилістичні закономірності (скорочення слів, гіперболізація та метафоризація), а також творення нових лексичних одиниць і нових значень слів, розширення старих значень тощо [8, с. 116].

Окрім вище згаданих характеристик також варто виокремити мінливість та адаптивність сленгу. Є.В. Корнєлаєва зазначає: «Важливо звернути увагу на таку рису, притаманну сленгу, як динамічність, короткочасність, нестійкість і перехідність, швидка асиміляція, гумористичність. Сукупність цих рис свідчить про те, що сама мова є динамічною системою, що постійно стрімко розвивається,

збагачуючись новими поняттями, які номінують нові винаходи та явища нашого світу» [3, с. 84].

Водночас різні дослідники пропонують власні підходи до аналізу сленгу. Так, Роберт Л. Мур виокремлює таку низку ключових характеристик сленгу: 1) неформальність, 2) грайливе або уявне використання стандартної лексики, 3) гумор, 4) короткотривалість, 5) доречність у рівноправних стосунках, 6) пов'язаність із контекстами, де гідність високого соціального статусу не визнається, 7) бунтівний характер, 8) асоціація з маргіналізованими та/або відносно безсилими групами (молоддю, військовими, кримінальними угрупованнями тощо), 9) вульгарність [21, с. 1].

Однак не всі ці риси однаково важливі. Неформальність є обов'язковою ознакою будь-якого вислову, який може вважатися сленговим (хоча сама по собі вона ще не є достатньою умовою). Інші риси, наприклад, гумор і вульгарність, можуть характеризувати певний сленговий вираз, але вони не обов'язково притаманні сленгу у всіх його проявах і контекстах [21, с. 2].

Аналізуюче все вище згадане, можна зробити висновок, що сленг є складним та динамічним явищем. Притаманні йому риси та характеристики часто змінюються відповідно до контексту його використання. Проте варто виділити, що його унікальність формують такі риси як швидкоплинність, неформальність, гумористичність, бунтівний характер і тісний зв'язок із певними соціальними групами. Окрім основних характеристик, важливим є й функціональний аспект сленгу.

Однією з ключових функцій сленгу є його ескспресивний характер, як зазначає О.С. Таран: «Найчастіше користувачі відвідують форуми, соцмережі та блоги з метою відволіктися, розважитися, висловити свої враження й емоції щодо певного стимулу, якими є тема/стаття, а це зумовлює емоційно-експресивну лексику та фразеологію, зокрема сленгову» [7, с. 130]. Згідно з цим твердженням, сленг є важливим інструментом у комунікації задля вираження власних думок, емоцій, коментарів з певного приводу.

Також варто згадати ідентифікаційну функцію сленгу, яка слугує засобом самовираження в певних обмежених колах суспільства, причому комунікантами нерідко відтворюються ролі, не властиві їм або нереалізовані ними в реальному житті в умовах соціальної норми [7, с 130].

В контексті китайськомовної мережевої лексики, окремо варто відзначити, що основою функціонування сленгізмів, є створення невимушеної атмосфери спілкування, учасники якого можуть із легкістю виразити свої думки, інколи «обійти» чинні правові «рамки», вербалізувати свою індивідуальність тощо [4, с. 351].

Дійсно, сленг в китайськомовному інтернет-просторі відіграє важливу роль в уникненні цензури громадянами, відтак поява нових виразів зумовлена бажанням вільно висловлювати думки щодо політики. Як наслідок, у китайському кіберпросторі виник новий політичний дискурс. Багато з цих термінів були здебільшого створені молодими критично налаштованими активістами, проте несподівано велика кількість з них почала широко поширюватися [26, с. 4].

1.3 Вплив соціальних мереж на розвиток «сленгізмів» та «жаргонізмів»

Роль Інтернету є невід'ємною складовою у виникненні та поширенні нових термінів. Мережевий простір забезпечує швидкий та зручний обмін інформацією, особливо серед молоді. Поєднання соціальних мереж та молоді провокує неабияку креативність у створенні сленгових виразів, часто це обгрутовується бажанням зекономити час при комунікації та взаємодією із великою кількістю контенту.

Одним із важливих аспектів сучасного сленгу є його інтернаціоналізація. Тенденції глобалізації, спричинені інтернетом, призвели до того, що сленг перестає бути локальним явищем. Зараз молоді люди з різних країн активно обмінюються не тільки культурними символами, але й мовними елементами. Це призвело до створення так званого «глобального сленгу», який складається зі слів та виразів, які зрозумілі у різних країнах і культурах [9, с. 89].

До найбільш популярних соціальних мереж Китаю належать такі:

- 1) Weibo – китайський сервіс мікроблогів, який є одним з найбільш популярних в Китаї.
- 2) WeChat – мобільний додаток для обміну текстовими та голосовими повідомленнями між користувачами.
- 3) Douyin – застосунок для створення та поширення коротких відео, а також проведення відео-трансляцій.
- 4) Xiaohongshu – це платформа, що поєднує функції соціальної мережі та торгового майданчика.
- 5) Bilibili – китайський відеохостинг.

Під впливом інтернет-мережі, китайська мова піддається трансформації у різних аспектах, що спрощує спілкування між її користувачами. Це призводить до появи нетипових для китайської мови змін. До прикладу, у китайському інтернет-просторі поширилась звичка додавання англомовних суфіксів до ієрогліфів: 寒 ing –розслаблятись, 期待 ing –очікувати, 关注 ing –підписуватись [5, с. 209].

Виникнення нових виразів також відбувається під впливом вірусних відео та нових трендів в мережевому просторі. Нові терміни набувають неабиякої популярності та широко вживаються молоддю. До прикладу останнім часом в інтернет-мережі «завірусився» термін 绿茶, який перекладається як «зелений чай» та набув значення для опису дівчини, яка користується увагою чоловіків та одночасно негативно відгукується про людей своєї ж статті.

Опитування, проведене 2015-го року Китайським молодіжним соціологічним центром через веб-сайти Myny China та Wenjuan, показало, що 89,8% респондентів використовують мережеві слова в повсякденному житті. 64,2% вважають, що інтернет-сленг серйозно «проникає» в китайську мову, а 46% висловили занепокоєння щодо його шкідливого впливу. Серед опитаних люди, народжені у 1980-х роках, склали 45,3%, у 1990-х – 21,9%, у 2000-х – 1% [36].

Попри широку популярність сленгу, деякі експерти все ж вважають, що він засмічує мову та потребує регулювання, зокрема заступник голови Китайської асоціації документальної літератури Лі Міншен заявив, що мережеву мову,

безумовно, потрібно очищати, але це не слід робити шляхом адміністративного втручання. Потрібно довіряти здатності громадян розрізняти та протистояти негативним впливам [36].

Висновок до першого розділу

У першому розділі було розглянуто визначення та класифікацію термінів сленгізм та жаргонізм, а також їх основні риси та функції в межах сучасного спілкування, зокрема в інтернет-мережі. Проаналізовано погляди різних науковців щодо диференціації термінів сленг та жаргон, що дозволило визначити відмінності між двома поняттями: жаргон має обмежене коло носіїв, часто пов'язане спільною сферою діяльності чи соціальною групою, тоді як сленг є більш поширеним та вживаним у різних колах суспільства. Окрему увагу приділено впливу соціальних мереж на розвиток «сленгізмів» та «жаргонізмів», де ми дійшли висновку, що поєднання соціальних мереж та їх цільової аудиторії, молоді, провокує створення нових сучасних виразів. З'ясовано, що «сленгізми» стали важливим інструментом в мережевому просторі для вільного вираження думок в умовах сурової цензури. Таким чином, можемо дійти висновку, що «сленгізми» та «жаргонізми» є не лише частинами неформальної мови, а також важливими соціолінгвістичними інструментами у суспільстві.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВЖИВАННЯ МЕРЕЖЕВИХ СЛЕНГІЗМІВ ТА ЖАРГОНІЗМІВ (НА МАТЕРІАЛІ 小红书 та 微博)

2.1 Комунікативні функції «сленгізмів» та «жаргонізмів»

Комунікативні функції сленгу та жаргону доцільно розділити на такі критерії: експресивність, криптичність, економічність, гумористичність та ідентифікаційність.

Експресивна функція виконує важливу роль у функціонуванні сленгу, оскільки допомагає передавати особисті почуття, настрої чи ставлення до певної ситуації

чи особи. Молодь часто вдається до сленгу щоб додати своєму мовленню емоційної забарвленості, яка додає розмові жвавості, близькості та невимушеності.

Розглянемо декілька сучасних китайських сленгових емоційно-забарвлених виразів: AWSL (啊我死了) – я помираю, що виражає сильне захоплення чимось або кимось (AWSL! 这只小狗太可爱!); 377, що співзвучно з 生气气 та вказує на злість щодо чогось (他伤了我的心, 我 377); 我也是醉了 – я п'яний, що означає вираз «у мене немає слів» (他又迟到了两个小时, 甚至连一句道歉都没有说... 我也是醉了!); 雨女无瓜, що співзвучно з виразом 与你无干 та має значення «це не твоя справа» (别问那么多, 雨女无瓜!).

Наступною важливою функцією є криптичність, тобто закодованість. Молоді інтернет-користувачі активно висловлюють свою думку щодо соціально-політичних подій у Китаї, обговорюючи їх на форумах, у чатах і блогах. Щоб уникнути цензури, вони використовують закодовані сленгові вирази, які дозволяють їм вільніше висловлюватися та зберігати можливість обговорень. У результаті в китайському кіберпросторі виникають і поширюються нові лексичні форми, що маскують критику влади та соціальні проблеми під, на перший погляд, безневинні вислови. Наведемо декілька таких прикладів:

1) 河蟹 – слово, буквально перекладається як «краб», але в інтернет-середовищі набуло сатиричного значення. Через свою схожість у вимові зі словом «гармонія» (和谐 héxié), термін отримав жартівливе значення цензури. Він був вигаданий китайськими інтернет-користувачами як відповідь на офіційне виправдання цензури, буцімто заради збереження «гармонійного суспільства», цю ідею запропонував экс-президент Ху Цзіньтао [26, с. 11]. Щоб уникнути прямого згадування цензури, користувачі інтернету почали вживати закодовані вислови, до прикладу «контент закрабили» (被河蟹 bèi héxiè) або «його гармонізували» (被和谐 bèi héxié), з натяком на те, що на щось наклали цензуру.

2) GFW/ 防火长城 – іронічна назва, яку китайські інтернет-користувачі придумали для державної схеми інтернет-цензури. Ця система контролює й блокує доступ до певного контенту та інформації, її назву асоціюють з Великою

китайською стіною як символом захисту від зовнішнього впливу, скорочено система відома як GFW (Great Firewall) [26, с. 36]. Щоб уникнути цих обмежень, користувачі повинні наче «перелізти стіну» (翻墙), використовуючи певні сервіси, щоб приховати свою справжню IP-адресу.

3) 喝茶 – завуальований вислів, що в китайському розмовному контексті означає виклик до поліції для неофіційної розмови або допиту, такий «чай» насправді є способом тиску з боку правоохоронних органів, під час якого людей розпитують про їх політичну активність або громадянську позицію [26, с. 58]. Часто метою є залякування, та надання усного попередження щодо їх дій. Людей, які пройшли через таку процедуру, називають «тими, хто пив чай» (被喝茶), натякаючи на їхній досвід зіткнення з системою. Такі події траплялися під час Всесвітньої виставки 2010 року, річниці розгону протестів на площі Тяньаньмень та Жасминової революції, наприклад, у 2014 році письменник Мурон Сюецунь, спілкуючись із затриманими активістами, публічно оголосив про свою підтримку, незабаром після цього сам був викликаний «на чай» до поліції [26, с. 58].

Не менш важливою комунікативною функцією є економічність, яка дозволяє користувачам швидко та без витрати лишнього часу висловлюватись. Часто в китайському мережевому просторі можна зустріти цифрові коди та аббревіатури, наприклад: 56 (无聊) – нудно; 7456 (气死我了) – я такий злий; 360 (想念你) – сумую за тобою; 88 (拜拜) – прощай; 1314 (一生一世) – все життя; DDDD (懂得都懂) – все зрозуміло; XSWL (笑死我了) – дуже смішно; BDWL (不懂就问) – швидке питання; U1S1 (有一说一) – чесно кажучи; SJB (神经病) – божевільний.

Гумористична функція використовується для вираження іронічності чи саркастичності, до прикладу:

1) 吃瓜 – це словосполучення буквально означає «їсти кавун», але його справжнє значення зовсім інше, термін описує людину, що спостерігає за ситуацією зі сторони, не беручи в ній безпосередньої участі, що часто використовується для позначення цікавих людей, спостерігачів драматичних подій або просто перехожих, які стежать за розвитком ситуації [11].

2) 土豪 – цей вираз описує заможну людину, яка має багато грошей, але позбавлена культури та правильних цінностей, проте спочатку цей термін використовувався для позначення місцевих тиранів або заможних землевласників, які мали значні багатства та владу [28]. Згодом його значення змінилося, і тепер воно описує людей, які люблять показово витратити гроші.

3) 嘴替 – буквально «замінник рота», позначає людей в інтернеті, які озвучують те, що багато хто боїться виразити привселюдно. Часто люди мовчать через страх нерозуміння або невміння чітко висловлювати думки, а 嘴替 – це ті, хто влучно, стисло й точно висловлює думки більшості користувачів мережі, це похвальний термін, що визнає культурну освіченість і здатність чітко формулювати думки [23].

4) 剁手 – цей сленговий вираз описує онлайн-покупців, які не контролюють своїх витрат на непотрібні речі. Складається з двох ієрогліфів: 剁 (duò) – «відрубати», «відрізати» та 手 (shǒu) – «рука», що означає наче людина може перестати витратити велику кількість коштів лише в тому випадку як відрубає собі руки [14].

Значення ідентифікаційної функції полягає в позначенні належності людини до певної соціальної, вікової чи професійної групи. Таким чином люди вказують на свою приналежність до конкретної спільноти. До прикладу термін 血 (кров) з геймерського жаргон означає «рівень життя», що залишився в гравця; 送人头, що перекладається як «фідити», також ігровий жаргонізм, який означає навмисно робити свого супротивника сильнішим.

2.2 Лексичні особливості «сленгізмів» та «жаргонізмів»: широковживанні терміни та їх значення

Сучасна китайська мова постійно розвивається та змінюється під впливом цифрових технологій та соціальних медіа. Одними з найвпливовіших платформ, де активно формується та прогресує молодіжна лексика, є 小红书 (Xiaohongshu) та 微博 (Weibo). Вони є не лише засобами комунікації, а й культурними

просторами, у яких виникають та поширюються нові мовні явища, зокрема сленгізми та жаргонізми.

Мова соціальних мереж відображає динаміку суспільних процесів, вплив глобалізації, популярну культуру та особливості цифрової комунікації. У межах цього дослідження буде розглянуто основні групи сленгових і жаргонних виразів, що набули популярності на 小红书 та 微博, їх походження, значення та семантика.

Такі групи можна поділити на:

- 1) Молодіжний сленг (вирази, що відображають світогляд, стиль життя та гумор молоді).
- 2) Інтернет-меми (вирази, що стали популярними завдяки вірусним мемам, блогерам та медіакультурі).
- 3) Професійний жаргон (лексика, що використовується в певних обмежених чи тематичних колах суспільства).

До молодіжного сленгу можна віднести та проаналізувати наступні вирази:

- 1) 内卷(nèijǔǎn) описує ірраціональну внутрішню конкуренцію на роботі чи в навчанні, яка продовжується без зупинки, незважаючи на відсутність реального прогресу [19].

Спочатку термін 内卷 використовувався як технічний термін для опису ситуації у якій збільшення населення не супроводжувалось зростанням продуктивності. На думку користувачів соціальних мереж інтенсивна конкуренція останнього десятиліття не сприяла зростанню економічної ефективності та підвищенню грамотності серед учнів, лише навпаки призводить до втомлення та перенапруження населення. Тому термін 内卷 позначає не лише інтенсивну, але й безглузду конкуренцію.

- 2) 躺平 – термін, який можна коротко перекласти як «просто ляж відпочинь». Насправді за ним криється протест проти жорсткої конкуренції та є своєрідною відповіддю на 内卷. Обираючи 躺平, молодь відмовляється від традиційного шляху – понаднормової праці, підвищень, заробітку та купівлі власного житла, замість цього молоді люди намагаються нейтралізувати тиск зовнішнього

середовища на себе [20]. Молоде покоління вважає, що за гроші неможливо купити щастя, вони прагнуть спокійного та тихого життя, тому термін 躺平 користується великою популярністю серед виснажених працею та навчанням юнаків.

3) 破防了 – термін, який виражає перенасичення емоціями. Його часто використовують як коментар під зворушливими, жалісливими та сумними відео, фото чи розповіддями. Спочатку вираз 破防了 використовувався в геймерському жаргоні, що позначав стіни віртуального світу у який пробились вороги, проте інтернет-користувачі зберегли деякі аспекти первісного значення терміну та надали йому поняття «моральних стін», які були вражені [15].

4) 画饼 (huàbǐng) – цей термін зазвичай використовується для опису гарантії, такої нереалістичної, що обидві сторони розуміють, що вона ніколи не буде втілення в життя [30]. Термін походить від китайської ідіоми «画饼充饥 (huà bǐng chōng jī)», що буквально перекладається як «намалювати торт, щоб втамувати голод» та має значення – тішити себе ілюзіями, обманювати самого себе. Джерела говорять, що ця ідіома виникла внаслідок призначення Лю Юя на посаду міністра, тоді імператор Вень-ді наказав йому відібрати нових чиновників на посаду та звернув увагу на те, що Лу Юй має дивитись не лише на репутацію, але й на користь, яку ті можуть принести, адже «слава деяких людей схожа на намальований на землі пиріг – можна дивитися, але він не втамує голоду».

Сьогодні 画饼 набуло значення пустої обіцянки, яка ніколи не буде виконана, що часто використовується для мотивування працівників для більш ефективної роботи, обіцячи їм фільшові премії та підвищення [30].

5) 刷 (shuā) – буквально означає чистити, чистити зуби (刷牙) або фарбувати, однак з часом, користувачами соцмереж, додалось нове значення – «переглядати щось на екрані» [17]. До прикладу: «刷到了一定要记得点赞评论哇» [39].

6) 刷屏 – поєднання 刷 (shuā) – «гортати» і 屏 (píng) – «екран» означає «заспамити екран», тобто стати вірусним у соцмережах [17]. До прикладу: «救命！朋友圈被这个“中年大叔”刷屏！他谁啊？» [38].

7) 电子榨菜 (diànzǐ zhàcài) – термін, який був придуманий інтернет-користувачами на означення легкого контенту, який ми дивимось на телефоні чи комп'ютері, який створює ненав'язливу атмосферу під час прийому їжі чи перерви між справами [16]. «电子» означає «електронний», а «榨菜» – це «маринований гірчичний корінь», популярна закуска в Китаї, яка часто вживається під час їжі, особливо коли немає великого апетиту, тобто щось просте, але приємне під час насолоди їжею, таким чином виник термін 电子榨菜.

Найбільш вживаними та популярними серед інтернет-користувачів є «інтернет-меми», до них можна віднести:

1) «YYDS» – вираз, що є пінїньською аббревіатурою «永远滴神 (yǒngyuǎn dī shén)», яка означає «вічний бог», в англійській мові має еквівалент «GOAT (Greatest Of All Time)» [18]. Вираз використовується на позначення чогось, що вважається богоподібним, тобто дивовижним, незвичайним та унікальним. Цей термін став вірусним у китайськомовному інтернет-просторі через ситуацію з кіберспортсменом Шайні Руо, який викрикнув своєму кумиру, гравцю «Ліги Легенд», який вийшов на пенсію, «Узі, 永远滴神!» [18].

2) 达咩 (dá miē) – цей вираз походить від мему з плакатом, випущеного пожежно-рятувальною службою Китаю, на якому зображений актор Ву Цзін, відомий своїми мачо-перформансами, який схрестив руки на грудях у вигляді «X» із підписом: «Не займайте смугу руху пожежних машин» [32].

Пізніше користувачі мережі замінили підпис на «Da Mie (达咩)», що звучить подібно до японського слова dame, яке означає «ні», «не можна» або «не треба», тому наразі мем використовується як дотепний спосіб показати небажання, відмову або навіть збентеження [32].

3) 高质量人类 – термін походить від саркастичного мему, коли 29-річний фінансовий консультант Сюй Цінґень опублікував у соцмережі відео, де назвав себе «високоякісним чоловіком людського роду» (人类高质量男性 (rénlèi gāozhiliàng nánxìng)), користувачі інтернету миттєво підхопили цей вираз, висміюючи його дивний вибір слів та надмірну самовпевненість [32].

У відео Сюй виглядав досить незграбно: жирне волосся, великі окуляри та занадто багато вибілюючого тонального крему на обличчі. Крім того, його надмірно формальна лексика, зокрема використання слова «людський рід» (人类) для опису самого себе, лише додавала комічності його образу [32].

Користувачі соцмереж швидко перетворили цей вислів на мем, використовуючи його як жартівливий комплімент для похвали або, навпаки, як саркастичний коментар щодо людей із надто завищеною самооцінкою [32].

4) «City 不 City 啊» – цей вираз, що означає «Місто чи не місто?», стрімко поширився китайськими соцмережами улітку 2024 року. Термін став популярним завдяки американському блогеру Полу Майку Ештону відомому в Китаї як «保保熊», який веде китайськомовний блог [33]. У квітні 2024 року він опублікував відео, де їздив велосипедом по місту та називав себе як «дуже міського» (我是好 city), наслідуючи «шанхайську міську дівчину», яка часто змішує китайські та англійські слова, згодом Ештон почав використовувати цю фразу частіше у своїх гумористичних відео, інколи залучаючи свою сестру. Під час подорожей Китаєм він неодноразово питав сестру, чи є певні місця «міськими чи ні», і зазвичай отримував смішну відповідь: «Це дуже city!», завдяки цьому, вираз «city» перетворилося з іменника на своєрідний прикметник, який описує щось урбаністичне, сучасне, жваве та модне. Цей вислів є жартівливою критикою того, як молодь у Китаї поєднує англійські та китайські слова, щоб звучати більш «стильними» та «сучасними». Ця мовна тенденція перетворилася на інтернет-мем і навіть дійшла до Міністерства закордонних справ Китаю, коли речницю Мао Нін (毛宁) запитали про цей тренд, вона відповіла, що чула про нове використання фрази та вважає це позитивним сигналом того, що іноземці насолоджуються життям у Китаї. Китайська влада та державні ЗМІ також підхопили цей тренд для просування туризму, місцеві туристичні департаменти почали імітувати та адаптувати мем у своїх кампаніях, залучаючи більше мандрівників [33].

5) 电子布洛芬 (diànzǐ bùluòfēn) – цей термін з'явився у 2024 році, після того як шанувальники сказали одному китайському актору та співаку на ім'я Тань

Цзяньці (檀健次), що він є їхнім «电子布洛芬 (цифровим ібупрофеном)», шанувальники пояснили, що це означає, що їм стає краще, коли вони бачуть його, подібно до того як ібупрофен знімає фізичний біль [33]. Цей термін існував ще раніше, набувши популярності за два останні роки серед фанатів розважальних шоу. Наразі цим терміном описують будь-який контент, який знімає стрес та приносить емоційне полегшення і комфорт.

Наступною групою є професійний жаргон, до нього доцільно віднести популярний на сьогодні геймерський жаргон, адже відеоігри є невід'ємною частиною життя серед сучасної китайської молодді, таким чином можна відстежити швидку появу та розвиток «жаргонізмів» геймерського аспекту. До них можна віднести:

1) 肝帝 (gāndì) – буквально означає «Імператор печінки», але в геймерській спільноті це слово використовується для опису гравців, які вкладають величезну кількість часу та зусиль у гру, не використовуючи реальні гроші для прогресу [24]. У цьому контексті слово «肝» означає, що хтось витрачає так багато часу на гру, або на іншу діяльність, що це шкодить здоров'ю, особливо печінці, через безсонні ночі [24].

2) 氪帝 (kèdì) – «Імператор донату», що має антонімічне значення до попереднього терміну та описує гравця, який вкладає реальні гроші в гру, щоб без зусиль перемагати інших [24]. Термін «氪金 (kèjīn)» походить від японського терміну «Kakin» (課金), що означає оплату за ігровий контент, у китайській мові вимова «Kakin» ідентична «氪金 (kèjīn)», тому цей термін широко закріпився в геймерській спільноті [24].

3) 卡 Bug (kǎ bug) – використання багів у грі. Bug – це поширений термін, що позначає помилку чи несправність у відеогрі або будь-якій комп'ютерній програмі. Хоча слово «卡» (kǎ), яке означає «застрягати», «блокувати» або «зупиняти», найчастіше використовується для позначення підвисання чи затримок у грі, проте поєднання 卡 bug набуває значення навмисного використання помилки в грі на свою користь, тобто експлуатації багів.

2.3 Стилiстичнi особливостi «сленгiзмiв» та «жаргонiзмiв»

Мовне iнтернет-середовище надзвичайно стрiмко розвивається та змiнюється, що можна вiдстежити на платформах 小红书 та 微博. Новi сленговi вирази з'являються буквально щодня, стають вiрусними у мережi, а згодом або закрiплюються, або зникають i на заміну їм приходять iншi новi терміни. Сленг є важливим елементом комунікації, який виконує багато важливих функцій, наприклад таких як: передача емоцій, створення гумористичного ефекту та iдентифікація користувачів з певною спільнотою.

Гумористичний ефект сленгiзмiв виражається за допомогою гри слів, омофонів, запозичень iз iнших мов чи кумедних словосполучень. У китайському мережевому просторі багато вiрусних сленгiзмiв утворюються шляхом фонетичних помилок або гумористичних перекручень звичайних виразів.

1) 你有 freestyle 吗? – цей вираз став особливо популярним в Китаї після телевізійної програми, де один з членів журі, китайський репер, декілька раз задав одне й те саме питання одному з учасників: «你有 freestyle 吗?» [27]. Зараз цей вираз використовується, щоб вказати на необхідність бути більш заохоченим, креативним та гнучким в діалозі.

2) 吃土 – цей термін буквально перекладається як «їсти землю», він використовується молоддю в жартівливому тоні, щоб підкреслити скрутне фінансове становище, коли вони витратили всі свої гроші або заощадження [12]. До прикладу: 苦逼大学生月底吃土计划 [38].

3) 真香 – «Це справді чудово», вираз який став популярним завдяки реаліті-шоу «变形计», коли один з учасників відмовлявся пробувати їжу, але покуштувавши вигукнув – «真香» [25]. Наразі цей вираз жартома використовується в ситуаціях, коли хтось раптово змінює думку про щось, попередньо критикувавши і відмовляючись від цього.

Використання таких виразів створює неформальну, легку та невимушену атмосферу спілкування. Гумористичний ефект сленгiзмiв зазвичай досягається

через гіперболу, сарказм, іронію, самоіронію або їхню основу взяту з популярних мемів.

Експресивний стиль у мережевих сленгізмів використовується для передачі яскравості емоцій, що робить їх зрозумілими для інших користувачів без додаткових пояснень. Зазвичай це реалізується через:

1) Метафору та гіперболу: 我沒了 – «я не можу», використовується для вираження переповненості емоціями, зазвичай в позитивному сенсі; 我累了 – буквально перекладається «я втомився», але в молодіжному сленгу набуло значення емоційного, драматично підкресленого, виснаження; 破防了 – темін, який використовують для опису зворушливого контенту.

2) Сарказм та іронію: 凡尔赛 (fán ěr sài) – «версальська література», саркастичний опис вдаваної скромності; 夺笋呐 (duó sǔn na) – «занадто безсоромно», іронічний спосіб сказати, що хтось надто смішний або безсоромний; 社死 (shè sǐ) – «соціальна смерть», іронічний вираз для опису ніякового моменту перед публікою, через який хтось хоче зникнути.

3) Числові коди та скорочення: ННН – означає 哈哈 (hāhāhā), також може мати іронічний або саркастичний віддіток; KSWL – 磕死我了 (kē sǐ wǒle), що перекладається буквально як «збити до смерті», використовується для опису чогось зворушливого, милого або чарівного; 233 – виражає сміх, співзвучно з «哈哈»; 555 – демонструє віддчай завдяки співзвучності із справжнім плачем.

Експресивний стиль сленгізмів грає ключову роль у комунікації, пожвавлюючи розмову та роблячи її простою для розуміння іншими користувачами.

Індетифікаційні сленгізми використовуються в спілкуванні на позначення певних груп людей, наприклад: геймери, молодь, фанати К-рор, працівники різних сфер. Розглянемо кілька прикладів:

1) A 股 – сленгізм кола торговців акціями, даний термін означає акції материкового Китаю, які завжди показують низькі результати, тому термін жартівливо використовується для опису акцій з низькими показниками.

2) 小作文 (xiǎo zuòwén) – «маленький твір», використовується молоддю в соцмережах як насмішка над людьми, які розміщують довгі, жалисливі пости в соцмережах, щоразу як вони засмучені [16].

3) 肥宅快乐水 (fēi zhái kuài lè shuǐ) – «щаслива вода для товстих отаку», використовується для опису нездорової залежності аніме-фанатів від газованих напоїв [13].

4) 爱豆 (àidòu) – «айдол», термін, запозичений К-поп фанатами з англійської мови.

Таким чином, ідентифікаційна роль сленгізмів в комунікації слугує засобом об'єднання в групи певних кол суспільства, створюючи відчуття належності до цієї групи. Завдяки цьому, сленг є не лише мовним засобом, а й важливим аспектом у створенні культурної та соціальної ідентичності.

Однак, не зважаючи на свою роль у комунікації, інтернет-сленг є нестабільним явищем у мережевій мові, адже поява та зникнення нових виразів може відбуватись надзвичайно стрімко, особливо в китайськомовному інтернет-просторі, під впливом соцмереж, вірусних мемів, відео, зображень, популярних відеоігор та шоу. Таким чином, динамічність є важливою характеристикою сленгу, адже вона визначає, які терміни закріплюються на довгі роки, а які зникнуть з ужитку за короткий час.

Окрім вищезгаданих причин, динамічність сленгу також може реалізуватись через вплив суспільних подій, на їх фоні з'являються нові терміни, а якщо проблема вже не актуальна – зникають. Більш того, терміни, які вийшли з ужитку можуть з'являтися знову, трансформуючи своє значення відповідно до актуальних подій.

З огляду на стрімку зміну мережевого сленгу, варто також звернути увагу на особливості його перекладу та сприйняття у міжкультурній комунікації. Переклад китайського мережевого сленгу стає справжнім викликом, адже особливості середовища в якому він з'являється, створює перешкоди при перекладі на іншу мову. Основною задачею при перекладі є збереження початкового сенсу, вкладеного в термін та особливостей культурного контексту. Китайський сленг

також складно піддається адаптації на іншу мову через свій глибший підтекст, гру слів та символізм.

Зважаючи на ці труднощі, доцільно розглянути конкретні приклади перекладу китайського мережевого сленгу.

1) 电子榨菜 (diànzǐ zhàcài) – термін, що описує легкий контент в інтернеті, який можна споживати під час їжі або між справами. Вираз складається з 电子 (електронний) та 榨菜 (маринована гірчиця). У сучасному суспільстві такий «легкий контент» дедалі частіше розглядається як проблема, оскільки сприяє формуванню звички до швидкого споживання інформації. Цю тенденцію обговорюють на різних платформах, і вона отримала назву «швидкий дофамін». Поняття «швидкого дофаміну» стосується не лише легкого контенту, але добре передає сенс виразу 电子榨菜. Воно описує явище, за якого вироблення гормону щастя (дофаміну) стимулюється короткочасними приємними діями, такими як бездумний перегляд соцмереж або нескінченний перегляд коротких відео.

2) 真香 – вираз, що дослівно перекладається як «справді смачно», проте згодом набув значення неочікуваної зміни думки щодо чогось. Тому цей термін доцільно перекласти як «а справді», «а це нічого собі».

3) 肝帝 (gāndì) – термін, який описує гравців відеоігор, які своїми зусиллями покращують свого персонажа у грі, не витрачаючи реальні кошти. Дослівно перекладається як «імператор печінки». Цей термін доцільно перекласти запозиченим з англійської мови словом «гріндер», що має аналогічне значення до 肝帝.

Розглянуті приклади демонструють різні шляхи підходу до перекладу китайського мережевого сленгу. Таким чином, переклад китайських сленгізмів потребує розуміння вихідного контексту та особливостей цільової аудиторії.

Висновки до другого розділу

У другому розділі було детально розглянуто основні комунікативні функції мережових «сленгізмів» та «жаргонізмів», такі як: експресивна, криптична,

екномічна, гумористична та ідентифікаційна. Окрему увагу було приділено розгляду основних груп сленгових і жаргонних виразів, що набули популярності на 小红书 та 微博, їхнє походження, значення та семантику. Також було проаналізовано як саме виражається гумористичний, експресивний та ідентифікаційний стиль сленгізмів. Розглянуто приклади перекладу конкретних сленгових виразів з китайської на українську мову та проаналізовано особливості їх перекладу.

РОЗДІЛ 3.

РОЛЬ МЕРЕЖЕВОГО СЛЕНГУ ТА ЖАРГОНУ У ЛІТЕРАТУРНІЙ МОВІ

3.1 Вплив сленгу та жаргону на офіційну мову

Китайський інтернет-сленг дедалі більше відіграє важливу роль у сучасній мові Китаю. Його чіткість та простота покращують комунікацію між людьми, роблять її більш емоційною та жвавою, допомагають об'єднувати людей за колом спільних інтересів. В умовах цензури Китаю, інтернет мова також допомагає вільно висловлювати свої думки з приводу екстремальних питань.

Інтернет-сленг проникає не лише в комунікацію безпосередньо користувачів інтернет-платформ, а також в офіційне спілкування та медіа. До прикладу терміни 内卷 та 躺平 почали дедалі більше використовувати в офіційних дискусіях та ЗМІ. Прикладом цього слугує заголовок офіційного ЗМІ Китаю People`s Daily «《内卷式》竞争为啥不可取？(读者点题·共同关注)» («Чому «виснажлива конкуренція»у конкуренції є небажаною? (Читачі ставлять питання · Спільна увага)») [37]. У статті активно обговорюється, що в ринковій економіці конкуренція – це нормально і корисно для розвитку, в контексті боротьби з «内卷» також згадується сучасний термін «躺平». Автор статті закликає не відпочивати і нічого не робити (躺平) як спосіб боротьби з виснажливою конкуренцією (内卷), а навпаки змінювати підхід до розвитку та удосконалювати свої можливості. З

огляду на це, можна зробити висновок, що певні сленгові вирази мають активний та позитивний вплив на офіційну мову, збагачуючи її новими лаконічними термінами.

Попри позитивні наслідки, існують також і негативні аспекти впливу інтернет-сленгу, оскільки він порушує традиційні норми китайської мови. Зокрема, поява омонімічних слів, які використовуються для створення нових сленгових виразів, часто призводить до непорозумінь, особливо серед старших поколінь. Це створює труднощі для них у сприйнятті нових мовних тенденцій. Оскільки молодь все більше використовує такі терміни, це може мати негативні наслідки, адже молоді люди часто є схильними до новизни, але не завжди здатні оцінити, які терміни корисні, а які «засмічують мову». Така тенденція порушує питання стандартизації китайської мови та її впливу на грамотність населення.

З огляду на це китайський уряд розпочав кампанію «Чистота і ясність» у боротьбі проти словесних каламбурів та омонімів, що є способом свободи вираження думок та відкритої комунікації в інтернет-просторі. У статті The Suardian «Китай посилює боротьбу з «нецивілізованими» онлайн-каламбурами, що використовуються для обговорення чутливих тем» згадуються слова редакційній статті рупора Комуністичної партії People's Daily – «Протягом певного часу різноманітні інтернет-жаргони та меми часто з'являються, залишаючи людей у дедалі більшій плутанині» [31]. Відповідно до цього віцепрезидент Китайського товариства звітної літератури Лі Міншен зазначив, що щодо інтернет-мови необхідно провести очищення, але це не повинно здійснюватися через адміністративне втручання, потрібно вірити в здатність китайців до розрізнення та опору [36].

Китайська інтернет-мова продовжує розвиватись, проте її вплив на офіційну мову є неоднозначним. З одного боку вона сприяє створенню безпечного середовища для висловлення власних думок та ідей, та з іншого боку викликає занепокоєння щодо впливу на грамотність та порушення традиційних мовних норм. Урядові заходи щодо контролю надмірного вживання інтернет-сленгу

можуть допомогти зберегти мовний стандарт, проте варто зберігати баланс між очищенням мови та її розвитком, що відповідає потребам сучасного суспільства.

3.2 Перспективи розвитку сучасної китайської мови під впливом мережевих «сленгізмів» та «жаргонізмів»

Інтернет-сленг та жаргон з'являються внаслідок активного спілкування в соціальних мережах, які є головним джерелом поширення сучасних термінів. Із стрімким розвитком цифрових технологій стає неминучою поява ще більшої кількості мережевих сленгізмів та жаргонізмів. Це зумовлює необхідність їхнього внесення до словників, адже варіативність у сленгу створює труднощі у спілкуванні між поколіннями.

Поповнення словників новими термінами сприяє залученню сленгізмів та жаргонізмів в офіційну китайську мову, такі випадки ми можемо наразі спостерігати в інтернет ЗМІ. Це вказує на те, що сучасні терміни поступово стають новим мовним стандартом.

Проте, одним із негативних можливим наслідків в майбутньому може стати зниження грамотності серед молоді, адже мережевий сленг відзначається своєю економічністю та простотою. Молодь віддає перевагу коротким та лаконічним виразам, таким чином стандарти онлайн-комунікації поступово перетікають в живе спілкування. Оскільки, інтернет-сленг містить багато помилок та каламбурів, він може негативно впливати на здатність молоді до формування зв'язних і грамотних висловлювань, а також послаблювати критичне мислення.

Згідно з проведеним дослідженням у 2021 році кількість неповнолітніх користувачів Інтернету в Китаї досягла 191 мільйона, що забезпечило рівень проникнення Інтернету серед китайських підлітків на рівні 96,8% [29]. Так як основним носієм мережевих сленгізмів є підлітки, неправильне розуміння ними сучасних термінів може негативно вплинути на їхнє психічне здоров'я. Наприклад, популярні інтернет-слова «屌丝» (лузер, бідняк) та «土豪» (багатий) грубо ділять суспільство на «бідних» і «багатих». Це може формувати у підлітків

викривлене уявлення про соціальні відносини, викликати заздрість, невпевненість у собі або, навпаки, манію величч. Деякі підлітки навіть починають хизуватися власним багатством або намагатися виглядати «успішними» в Інтернеті, щоб не відчувати себе «лузерами» [35].

Спрошеність та лаконічність сленгу в свою чергу призводить до втрати виразності та багатогранності мови, що в перспективі може негативно вплинути на мовну культуру загалом.

Проте, для запобігання таким наслідкам, можуть бути запроваджені нові урядові ініціативи, такі як кампанія «Чистота і ясність», які будуть контролювати поширення інтернет-сленгу серед молодді та його вплив на офіційну мову.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі проаналізовано вплив мережевих «сленгізмів» та «жаргонізмів» на літературну китайську мову, на прикладі термінів 內卷 та 躺平 доведено, що інтернет-сленг поступово проникає в офіційні дискусії та ЗМІ. Позитивним наслідком є збагачення мови новими лаконічними термінами, проте також відслідковується негативний вплив на мову, який порушує її стандарт, створює непорозуміння між поколіннями та знижує рівень грамотності серед населення. Також здійснено аналіз перспектив розвитку китайської мови під впливом сленгу та жаргону, окрему увагу приділено негативним наслідкам та способам їх регуляції урядом. Здійснений аналіз доводить, що вплив на офіційну мову є неминучим, що спонукає до укладання нових словників. На заваді до зниження грамотності серед молоді можуть стати урядові ініціативи, які регулюватимуть негативний вплив сленгу на молодь та китайську мову загалом.

ВИСНОВКИ

В ході дослідження ми дійшли наступних висновків. Сленг – є лексикою, яка притамана широким колам суспільства, в той час як жаргон характеризується маловживаністю та вузькістю кола його носіїв.

У китайській мові термін «сленг» зазвичай носить назву 俚语, де 俚 означає «грубий», що є не досить доречним для опису данного терміну. Адже поняття сленгу розширилось та тепер включає в себе не лише лексику людей «низького та сумнівного характеру».

Основними характеристиками сленгу є: економність, зручність та легкість у використанні, скорочення й послаблення звуків, скорочення слів, гіперболізація, та метафоризація, також виникнення нових лексичних одиниць та розширення значень старих. Також можна додати мінливість та адаптивність сленгу.

Одними з основних функцій сленгу є його експресивність, яка є інструментом для вираження думок та емоцій в комунікації, та ідентифікаційність, яка є засобом самовираження.

З погляду на китайськомовний мережевий аспект, важливою функцією сленга також є створення безпечного простору для вираження думок щодо екстримальних тем.

Соціальні мережі є середовищем у яких сленг виникає, розвивається та стрімко поширюється завдяки вірусним відео, новим трендам тощо. До найбільш популярних соціальних мереж Китаю належать:

- 1) Weibo;
- 2) WeChat;
- 3) Douyin;
- 4) Xiaohongshu;
- 5) Bilibili;

Було проаналізовано що до комунікативних функцій сленгу та жаргону входять: експресивність, криптиність, економичність, гумористичність, та ідентифікаційність.

Також розглянуто основні групи сленгових і жаргонних виразів на платформах 小红书 та 微博, їх походження, значення та семантика.

До цих груп належать:

- 1) Молодіжний сленг.
- 2) Інтернет-меми.
- 3) Професійний жаргон.

Стилістичні особливості китайських сленгізмів і жаргонізмів у мережевому середовищі виявляються у їхній здатності створювати гумористичний ефект, виражати емоційний стан та створювати групову ідентичність користувачів. Гумор, іронія, гра слів, числові скорочення, запозичення та меми стають великою частиною онлайн-спілкування, що надає мові динаміки та багатограності. Сленг виконує як експресивну, так і соціальну функцію, що дозволяє молоді та іншим інтернет-користувачам самовиражатися та реагувати на актуальні події.

Динамічний характер сленгу, особливо в китайському цифровому просторі, спричиняє постійну заміну термінів та їх значень, що створює виклики у міжкультурній комунікації. Переклад таких виразів вимагає глибокого розуміння оригінального контексту, емоційного забарвлення та мовної гри, що вимагає ретельної адаптації на іншу мову.

Інтернет-сленг у Китаї виходить за межі онлайн-комунікацій та має значний вплив на сучасну офіційну китайську мову. Його здатність швидко та лаконічно передавати думки, долати цензурні перешкоди та створювати спільноти за інтересами, робить інтернет-мову особливо привабливою для молоді. Проте, зворотнім боком цього є погіршення мовної багатограності, рівня грамотності та відмова від мовних норм.

На прикладі термінів 内卷 та 躺平 можемо побачити як сленг поступово проникає в офіційні дискусії. Проте уряд, турбуючись про чистоту мову, вживає заходів для обмеження впливу сленгу – що, в свою чергу, викликає дискусії щодо межі між мовним регулюванням та свободою вираження.

Отже, майбутнє сучасної китайської мови визначається балансом між вільним самовираженням та збереженням мовної культурної традиції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Загнітко, А. П. Сучасний лінгвістичний словник, 2020.
2. Збірник матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Україна-Китай: діалог культур» та Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції сходознавства» (19 квітня 2018 р., м. Полтава-Старобільськ)
3. Корнєлаєва, Євгенія Валеріївна. «Сленг як об'єкт лінгвістичного дослідження. «Науковий вісник Херсонського державного університету, (35). 2019. с. 80-85.
4. Кравченко, О. О. «Особливості функціонування сленгізмів у сучасному китайськомовному інтернет-просторі. Молодий вчений 7. 2016. с. 347-352.
5. Кравченко, Одарка Олександрівна. «Роль мережі Інтернет у формуванні молодіжного китайського сленгу». Одеський лінгвістичний вісник 7, 2016. с. 207-210.
6. Ставицька, Леся Олексіївна. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. Критика, 2005.
7. Таран, О. С. «Функції сленгізмів у мережевій комунікації». Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія 32 (3). 2018. с. 129-131.
8. Ткачівська, Марія Романівна. «Молодіжний сленг і його класифікації.» Одеський лінгвістичний вісник 6 (2). 2015. с. 114-118.
9. Шліхтенко, Юлія, Сергій Колонюк, and Тетяна Ваколюк. «ВПЛИВ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ». Молодий вчений 6.1 (130.1). 2024. с. 87-91.
10. Ayto, John, and John Simpson. Oxford dictionary of modern slang. Oxford University Press, 2010.
11. China Digital Times. 吃瓜. URL: https://chinadigitaltimes.net/space/%E5%90%83%E7%93%9C?utm_source
12. Chinese4Kids. 20 native Chinese slang words for everyday conversations. URL: <https://chinese4kids.net/20-native-chinese-slang-words-for-everyday-conversations/>

13. GoEast Mandarin. 2023 Chinese Internet Slang: What's Trending Online in China. URL: <https://goeastmandarin.com/2023-chinese-internet-slang/>
14. Huang, A. (27.03.2023). 100 Chinese Slang Words You Won't Learn From Your Textbook [61–70]. Mandarin HQ. URL: <https://mandarinhq.com/2023/04/chinese-slang-7/>
15. LingoAce. (2024). The most complete dictionary of Chinese internet buzzwords in 2024. URL: <https://www.lingoace.com/zh/blog/the-most-complete-dictionary-of-chinese-internet-buzzwords-in-2024-cn/>
16. LingoAce. Chinese Gen Z Internet Slang. URL: <https://www.lingoace.com/blog/chinese-gen-z-internet-slang/>
17. LTL Chengdu. Modern chinese slang words. Brand new for 2024. URL: <https://ltl-chengdu.com/chinese-slang/>
18. Mandarin Blueprint. 50 Chinese slang words to make you sound like a native. URL: <https://www.mandarinblueprint.com/blog/chinese-slang/>
19. MBA 智库百科 . (2025). 内卷 . URL: <https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%86%85%E5%8D%B7>
20. MBA 智库百科 . 躺平 . URL: <https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%BA%BA%E5%B9%B3>
21. Moore, Robert L. «Chinese slang». 2016.
22. Moore, Robert L., Eric Bindler, and David Pandich. «RESEARCH NOTE: Language with attitude: American slang and Chinese lǐyǔ1.« Journal of sociolinguistics 14.4. 2010.
23. Our China Story. (13.01.2024). «嘴替”你听过未?». URL: https://www.ourchinastory.com/cn/9554/%E2%80%9C%E5%98%B4%E6%9B%BF%E2%80%9D%E4%BD%A0%E5%90%AC%E8%BF%87%E6%9C%AA%EF%BC%9F%20?utm_source
24. Oval Branding. The Ultimate Guide of Chinese Internet Slang for Gamers. URL: <https://www.ovalbranding.com/blog/the-ultimate-guide-of-chinese-internet-slang-for-gamers>

25. Pandaist. 12 Essential Chinese Slang Terms You Should Know. URL: <https://pandaist.com/blog/en/12-essential-chinese-slang-terms-you-should-know>
26. Qiang, Xiao, and Perry Link. Decoding the Chinese Internet: A Glossary of Political Slang. China Digital Times Inc, 2015.
27. Sixth tone. An awkward, greasy year: China's top slang of 2017. URL: <https://www.sixthtone.com/news/1001420>
28. Sohu News. (28.08.2014). 国家语言文字工作委员会. 在词典圈, 屌丝也败给了土豪. URL: https://news.sohu.com/20140828/n403837804.shtml?utm_source
29. State Council Information Office of the People's Republic of China. The number of underage internet users in China hit 191 million in 2021. 01.12.2022. URL: http://english.scio.gov.cn/chinavoices/2022-12/01/content_78546330.htm (дата звернення: 04.04.2025).
30. StudyCLI. Chinese internet slang you need to know in 2025. URL: <https://studycli.org/learn-chinese/chinese-internet-slang/>
31. The Guardian. China cracks down on 'uncivilised' online puns used to discuss sensitive topics. 23.10.2024. URL: <https://www.theguardian.com/world/2024/oct/23/china-meme-online-pun-crackdown-rules> (дата звернення: 03.04.2025).
32. The World of Chinese. (2021). Internet slang terms that defined 2021. URL: <https://www.theworldofchinese.com/2021/12/internet-slang-terms-that-defined-2021/>
33. What's On Weibo. Our picks: Top 10 Chinese buzzwords and phrases of 2024 explained. URL: <https://www.whatsonweibo.com/our-picks-top-10-chinese-buzzwords-and-phrases-of-2024-explained/>
34. Yuan, Elaine J. «Language as social practice on the Chinese Internet.» Computer-mediated communication across cultures: International interactions in online environments. IGI Global Scientific Publishing, 2012. 266-281.
35. Zhongtian Lin. How Do Internet Slang and Memes Affect Chinese Teenagers? Communications in Humanities Research. (07.12. 2023)

36. 锦妹, 许 (2015). 64.2%受访者认为当下网络流行语入侵汉语现象严重. URL: https://zqb.cyol.com/html/2015-02/05/nw.D110000zgqnb_20150205_2-07.htm (дата звернення 02.04.2025).
37. 内卷式竞争力陷不可取? (透者点题 共同共注) People's Daily. 28.03.2025. URL: <http://fmance.people.com.cn/n1/2025/0328/c1004-40448380.html> (дата звернення: 03.04.2025).
38. [小红书](#)
39. [微博](#)