

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

**ФАКУЛЬТЕТ СХІДНИХ МОВ**

Кафедра китайської мови і перекладу

**ЛІНГВІСТИЧНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО  
КИТАЙСЬКОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ  
(НА МАТЕРІАЛІ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ)**

*Курсовий проєкт*

*з напрямку підготовки*

*035.065.01 Мова і література (китайська)*

*студентки IV курсу, МЛКБ-І-21*

**Ігнатко Олени Сергіївни**

*Науковий керівник:*

*кандидат філологічних наук, доцент  
кафедри китайської мови і перекладу*

*Цимбал С.В.*

Київ – 2025

## **ЗМІСТ**

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП</b>                                                                       | <b>3</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ</b>                       | <b>5</b>  |
| 1.1 Поняття дискурсу та його різновиди                                             | 5         |
| 1.2 Інтернет-дискурс: визначення та основні характеристики                         | 7         |
| 1.3 Особливості китайськомовного інтернет-дискурсу                                 | 9         |
| <b>РОЗДІЛ 2. МЕМИ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ</b> | <b>17</b> |
| 2. 1 Аналіз мовних і стилістичних особливостей китайських інтернет-мемів           | 20        |
| <b>ВИСНОВКИ</b>                                                                    | <b>35</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>                                                  | <b>38</b> |

## ВСТУП

Сьогодні інтернет став невід'ємною частиною життя більшості людей. Ми не тільки шукаємо там інформацію, а й активно спілкуємося, ділимося думками, створюємо контент. У цьому середовищі сформувався особливий тип мовлення — інтернет-дискурс, який має свої правила, стиль і навіть гумор. Одним із найяскравіших прикладів такого дискурсу є інтернет-меми. Вони короткі, дотепні, часто іронічні, і дуже швидко поширюються серед користувачів. Саме через меми можна побачити, як змінюється мова, як вона адаптується до нових умов і як мовці намагаються висловити свої емоції, думки й реакції в максимально стислому вигляді.

Китайськомовний інтернет-дискурс має свої особливості. Через поєднання ієрогліфічної системи письма, культурних традицій і сучасних тенденцій китайські меми можуть виглядати зовсім інакше, ніж, наприклад, англomовні чи українські. У них активно використовуються мовна гра, омоніми, скорочення, фонетичні заміни та елементи сленгу. Це робить китайські меми дуже цікавим матеріалом для лінгвістичного аналізу.

**Актуальність теми** даного дослідження зумовлена впливом цифрових технологій на мову. У китайському інтернет-просторі меми стали не лише засобом гумору, а й формою культурної комунікації. Їхнє вивчення є важливим для розуміння сучасної мовної ситуації в Китаї, адже меми можуть передавати не тільки емоції чи думки, але й відображати культурні настрої, соціальні проблеми та мовну креативність.

**Об'єктом** даної курсової роботи є китайські інтернет-меми як частина сучасного інтернет-дискурсу.

**Предметом** даної курсової роботи є лінгвістично-стилістичні особливості даних інтернет-мемів.

**Метою** даної курсової роботи є аналіз лінгвістичних та стилістичних особливостей характерних для сучасних китайських інтернет-мемів.

Для досягнення цієї мети я поставила перед собою кілька **завдань**:

- Вивчити поняття інтернет-дискурсу
- Розглянути особливості китайського інтернет-простору
- Зібрати приклади актуальних мемів
- Провести їхній лінгвістичний аналіз
- Здійснити класифікацію за тематичним принципом

**Методи дослідження.** У процесі роботи було використано описовий метод для характеристики загальних рис інтернет-дискурсу, метод спостереження для збору фактичного мовного матеріалу, а також елементи контекстуального й стилістичного аналізу для виявлення мовних особливостей мемів. Класифікація прикладів здійснювалася за тематичним і функціональним принципами.

**Апробація дослідження.** Основні положення та попередні результати даної курсової роботи були апробовані під час III Всеукраїнського форуму молодих сходознавців у формі тез доповіді на тему «Мем як жанр китайськомовного інтернет-дискурсу».

**Структура дослідження.** Дана робота складається зі вступу, двох розділів (теоретичного й практичного), висновків та списку використаних джерел. У першому розділі розглянуто теоретичні основи поняття інтернет-дискурсу та особливості китайського цифрового простору. У другому — проведено аналіз конкретних прикладів китайськомовних мемів із точки зору їхніх мовних і стилістичних характеристик. Загальна кількість сторінок – ().

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ

### 1.1 Поняття дискурсу та його різновиди

На сьогоднішній день такий термін, як «дискурс» набув багатозначності і використовується в різних гуманітарних науках, зокрема у філософії, соціології та лінгвістиці. У лінгвістиці він найчастіше розглядається як зв'язний текст у поєднанні з екстралінгвістичними – прагматичними, історико та соціокультурними, психологічними та іншими факторами. (Герасімова)

Лінгвістичний термін «дискурс» увійшов у широкий науковий вжиток у 1950-х роках XX століття після публікації статті американського лінгвіста З. Харріса. Він використав це поняття для позначення методу аналізу зв'язного мовлення, що дозволяє розширити межі дескриптивної лінгвістики за рамки окремого речення та встановити взаємозв'язок між мовою та культурою. (Harris)

Одним із перших визначення дискурсу запропонував Т. А. ван Дейк, який розглядав дискурс, як цілісну одиницю мовлення, що формується в певному соціальному контексті. Вчений зазначає, що «дискурс – складне комунікативне явище, яке включає в себе текст (усний чи письмовий) та екстралінгвістичні фактори (цілі адресата, думки, установки, знання про світ), які необхідні для розуміння тексту. В дискурсі відображається менталітет і культура»

Натомість М. Фуко мав своє визначення дискурсу. Він вважав, що дискурсом є сукупність висловлювань, які належать до однієї системи формацій, тому ми можемо говорити про кліматичний дискурс, економічний дискурс, політичний дискурс тощо. Науковець вважає, що кожна наукова дисципліна володіє своїм дискурсом та специфічними знаннями, які пов'язують між собою поняття у вигляді системи. (Корсун)

Тобто загалом дискурс являє собою мовленнєву практику, яка відбувається у певних комунікативних обставинах та визначається суспільними, культурними й прагматичними чинниками.

### Різновиди дискурсу

На даний період розвитку лінгвістики таке поняття, як «дискурс» зазвичай класифікують на підставі різноманітних властивостей та ознак. Наприклад, вже раніше згаданий Т. А ван Дейк, який є представником критичного дискурсивного аналізу виділяє такі різновиди дискурсу:

- Політичний
- Медичний
- Судовий
- Освітній та науковий
- Медіа-дискурс
- Корпоративний текст та мовлення. (Ковальська)

Загалом, тип дискурсу – категорія, що об'єднує тексти, які мають спільну комунікативну мету, використовуються в типовій ситуації спілкування, характеризуються однаковою прагматичною установкою та подібними лінгвістико-стилістичними ознаками.

Сучасний соціум завжди буде вимагати свого визначення «дискурсу» та свою класифікацію цього визначення. Однією з сучасних та повних є класифікація Г. Почепцова, українського письменника та доктора філологічних наук, що включає в себе дев'ять типів дискурсу, а саме:

- Газетний
- Теле- та радіодискурси
- Літературний дискурс
- Рекламний дискурс
- Театральний
- Кінодискурс
- Дискурс у сфері публікрілейшнз (PR)
- Політичний
- Релігійний (фідеїстичний) (Корсун)

Серед сучасних різновидів класифікації «дискурсу» особливої уваги також заслуговує таке визначення, як **інтернет-дискурс**, який розвинувся в межах цифрового спілкування та має низку унікальних характеристик.

## **1.2 Інтернет-дискурс: визначення та основні характеристики**

Без перебільшення можна сказати, що поява Інтернету внесла великі зміни у способи людського спілкування. Традиційний дискурс, який раніше існував переважно у формах усного та писемного мовлення, поступово почав адаптуватися до нових реалій цифрового середовища, що й спричинило виникнення інтернет-дискурсу – особливого феномена сучасної комунікації.

Як зазначає Кокнова Т.А «Із розвитком суспільства зростає і природна потреба людства в комунікації». (Кокнова, с.54) Тож виникнення такої глобальної мережі, як Інтернет є цілком закономірним кроком в умовах цих зростаючих потреб. Думаю варто зазначити, що поняття «Інтернету» є відносно молодим. Історія Інтернету починається у 1960-х роках у США, коли вчені намагалися об'єднати декілька комп'ютерів для обміну інформацією для підвищення рівня національної безпеки. В результаті цього комп'ютери, що були поєднаними між собою, дуже швидко почали застосовуватись для міжособистісного спілкування. Але ще у 70-ті роки їх застосовували насамперед науковці, що займались розробками у цій науковій площині. У 80-ті роки комп'ютери почали активно застосовувати представники бізнесу, а також деякі університети для викладання дисциплін. У 90-ті роки зі появою різних провайдерів відбулося велике поширення Інтернету у соціумі, він набув великої популярності серед різних соціальних груп та прошарків. З появою Інтернету як глобальної мережі знань та обміну інформацією увагу науковців привернуло поняття Інтернет-дискурсу, в рамках якого відбувається взаємодія віртуальних особистостей, так би мовити їх «життєдіяльність». (Велика)

Сучасна лінгвістика може трактувати поняття «Інтернет-дискурс» по-різному. Наприклад, М. С. Рижков під Інтернет-дискурсом розуміє когнітивно-комунікативний простір Глобальної мережі, де комунікація здійснюється через електронні засоби передачі даних та гіпертекстові механізми структурування й маршрутизації інформації. Вона відбувається за допомогою вербальних і невербальних засобів, а її характерною особливістю є заміна реального образу вигаданим. К. В. Варламова розглядає сучасний Інтернет-дискурс як текст, що функціонує в мережевому середовищі та містить персуазивну комунікативну установку, що імпліцитно виражає суб'єктивну авторську позицію, яка формується з урахуванням психологічних, лінгвістичних і технологічних чинників. (Гудзь) Однак в найчастіше поняття Інтернет-дискурс визначають як комунікативний простір, який формується в мережі Інтернет за допомогою електронних засобів передачі даних. Він не має обмежень щодо часу, простору, гендеру чи раси та здатний впливати на свідомість потенційного адресата для реалізації комунікативних цілей адресанта. (Дзюбак)

Інтернет-дискурсу як новому виду комунікації притаманні риси, що вирізняють його з поміж усіх інших видів дискурсу. Так, Є. Н. Галічніна, розглядаючи комп'ютерно-опосередковане спілкування в цілому, виділяє такі ознаки інтернет-дискурсу:

- 1) *Електронний сигнал як канал спілкування* (головною умовою існування будь-якої моделі комунікації є канал передачі, який забезпечує комунікантам можливість створювати та сприймати інформацію. У мережевій комунікації застосовується штучний канал, де на одному кінці знаходиться комп'ютер, а на іншому – сучасні технології зв'язку);
- 2) *Віртуальність* (знаковий, символічний характер комп'ютерно-опосередкованої взаємодії);

- 3) *Дистанційність* (віддаленість учасників комп'ютерної комунікації один від одного і, як правило, відсутність безпосереднього візуального контакту між ними);
- 4) *Опосередкованість* (дана характеристика комп'ютерного дискурсу випливає з самого поняття «комп'ютерно-опосередкована комунікація», оскільки взаємодія між учасниками здійснюється через технічні та електронні засоби зв'язку);
- 5) *Інтерактивність* (реальна або потенційна);
- 6) *Гіпертекстуальність* (відображає специфіку композиції мережевого тексту, що характеризується нелінійною структурою, де текст складається з окремих блоків, а послідовність їх сприйняття визначається самим користувачем);
- 7) *Креолізованість* (у мережевих текстах поряд із лінгвістичними засобами активно застосовуються й паралінгвістичні елементи, зокрема зображення, фотографії, різноманітні шрифти, кольори, графічні символи тощо);
- 8) *Статусне рівноправ'я* (кожен учасник має певний комунікативний статус, який проявляється, підтримується та моделюється в процесі спілкування за допомогою спеціальних прийомів і навичок);
- 9) *Емоційність* (за нестачі візуального контакту, передача емоцій та почуттів відбувається за допомогою «смайлів» та інших невербальних засобів комунікації);
- 10) *Інтеграція рис різних функціональних стилів* (публіцистичного, наукового, офіційно-ділового, розмовно-побутового та художнього).  
(Мельничук)

Усі вище перелічені властивості є універсальними для Інтернет-дискурсу, незалежно від мови, якою він здійснюється.

### 1.3 Особливості китайськомовного інтернет-дискурсу

Китайськомовний Інтернет-дискурс, як і будь-який інший Інтернет-дискурс, має свої унікальні риси, що зумовлені як особливостями онлайн-комунікації, так і культурними традиціями китайського суспільства. Думаю, варто зазначити, що Інтернет у Китаї з'явився дещо пізніше, ніж в США, наприкінці 1980-х років. Однак з 20 квітня 1994 року він вже почав стабільно функціонувати по країні. Відтоді кількість користувачів зростала надзвичайно швидкими темпами, і вже у 2011 році Китай випередив США за числом Інтернет-підключень. Станом на 30 червня 2016 в країні налічувалося 721 мільйон активних користувачів, що зробило її світовим лідером у цій сфері.

Такий масштабний розвиток цифрового простору вплинув і на саму китайську мову, сприяючи появі її нового різновиду – мережевої китайської мови (кит. 网络用语 wǎngluò yòngyǔ). Вона сформувалася під впливом соціокультурних факторів та специфічної природи онлайн-спілкування, що відбувається за допомогою комп'ютерів та мобільних пристроїв. (Мельничук)

Для іноземців, котрі вирішили взятися за вивчення китайської мови, найефективнішим способом вдосконалення мовних навичок безпосередньо є спілкування з носіями мови. У сучасних умовах хорошою альтернативою живим спілкуванню та зустрічам стали спеціалізовані застосунки та програми, що дали змогу людям не лише практикувати мову, а й брати участь у міжкультурному обміні. Завдяки таким платформам іноземці можуть вивчати особливості сучасної розмовної китайської, а носії мови, у свою чергу, мають змогу вдосконалювати знання іноземних для них мов. Таким чином, онлайн-комунікація відіграє важливу роль у розвитку китайськомовного Інтернет-дискурсу, сприяючи активному поширенню його специфічних мовних та культурних особливостей.

Китайськомовний Інтернет-дискурс має доволі широкий спектр у розумінні його основних характеристик. Наприклад, ось деякі з найбільш характерних особливостей китайськомовного Інтернет-дискурсу:

- 1) **Скорочення та аббревіатури.** Важливою особливістю китайськомовного Інтернет-дискурсу є широке використання скорочень та аббревіатур, що дозволяє економити час і скорочувати довжину повідомлень. Як зазначає Є. Чижевська, для ефективного спілкування з носіями китайської мови необхідно не лише знати найпоширеніші скорочення, а й розуміти їхній контекст використання. (Чижевська)

У Китаї така тенденція має дві основні причини. По-перше, Інтернет у КНР все ще залишається відносно дорогим задоволенням, і тому користувачі змушені оптимізувати свій час перебування в мережі. Це стимулює скорочення слів та речень, що наближує онлайн-спілкування до розмовного стилю. Наприклад, TAXI (від кит. 太可惜 tài kěxī) означає «дуже жаль», BS може позначати як «дурниці» (від англ. bullshit), так і «зневагу» (від кит. 鄙视 bǐshì), а PP (від кит. 飘飘 piāopiāo) перекладається як «милий». По-друге, значний вплив на мовлення користувачів має державна цензура, відома як «Велика китайська вогняна стіна» 防火长城 fǎnghuǒ chángchéng (англ. Great Firewall of China). Спочатку вона застосовувалася для фільтрування ненормативної лексики, але на початку 2000-х років під обмеження стали потрапляти також і політично чутливі терміни. У відповідь на це користувачі розробили схему омонімів та аббревіатур для обходу цензури. Наприклад, 河蟹 héxiè («річковий краб») використовується замість 和谐 héxié («гармонія») для критики концепції «гармонійного суспільства», яку просуває уряд. Аббревіатура GCD є омофоном 共产党 gòngchǎn dǎng («комуністична партія»), а вираз 功夫网 gōngfu wǎng («кунг-фу Мережа») натякає на цензуру, оскільки його піньїнь збігається з аббревіатурою GFW (Great Firewall of China). (Мельничук)

- 2) **Символічне використання цифр.** Деякою мірою дану рису китайськомовного Інтернет-дискурсу можна віднести до попередньої, адже їхня ціль є доволі схожою. Виникнення цифрових аббревіатур в китайській мові було зумовлено обмеженою кількістю символів у текстових

повідомленнях і соціальних мережах, що змушувало користувачів шукати ефективні способи скорочення слів та фраз.

Існує кілька основних причин поширення цифрових аббревіатур у китайській мові. Наприклад:

1. *Культурні традиції* – коли числа використовують для вираження певних ідей та концепцій. Тому часто числа «6» та «8» використовують для вираження щастя та процвітання («666» – «дуже добре», «супер»); (Кравченко)
  2. *Гомофонія* – коли цифри можуть мати схоже звучання з певними словами, наприклад «520» (wǔ èr líng) вимовляється подібно до «я тебе кохаю» (кит. 我爱你 wǒ ài nǐ) або «995» (jiǔ jiǔ wǔ), що звучить подібно до «допоможи мені» (кит. 救救我 jiù jiù wǒ) (Білянїна)
  3. *Інтернет-сленг* – числові скорочення стали популярними в онлайн-спілкуванні через їхню зручність та швидкість;
  4. *Обхід цензури* – цифри часто можуть використовуватися для заміни заборонених слів, наприклад, «64» натякає на події 4 червня в Китаї.
- 3) **Використання емотиконів.** Емотикони або ж просто емоджі – маленькі символи або піктограми, що часто використовуються молоддю для вираження емоцій, настроїв та ідей в текстових повідомленнях, коментарях або соціальних медіа. В більшості їх можна побачити в різних месенджерах та соціальних мережах, таких як WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram тощо. На сьогоднішній день емоджі вже стали невід’ємною частиною китайськомовного інтернет дискурсу, що допомагає передавати не тільки емоції та настрої, але й навіть культурні відтінки у письмовому спілкуванні. У Китаї вони відомі під загальною назвою Бяоцін (кит. 表情 biǎo qíng – «вираз обличчя»), і можуть включати в себе різні смайлики, стікери, зображення тощо. Цілі набори тематичних емоджі називають Бяоцінбао (кит. 表情包 biǎo qíng bāo).

Окрім стандартних емоджі, в китайському інтернет-спілкуванні часто можуть використовуватися комбінації символів, які графічно передають

емоції, наприклад: (ノ ∇ ヲ) або (☹ ? ☹), а також ієрогліфи, що набули нового значення. Наприклад, 囧 (jiǒng) виражає збентеження чи шок, а 呆 (méi) є підсиленням варіантом 呆 (dāi – «дурний»).

- 4) **Використання каламбурів та гри слів.** Каламбури та гра слів є важливою частиною китайськомовного Інтернет-дискурсу, допомагаючи створювати гумористичний ефект, виражаючи кмітливість та творчість. Вони використовуються не лише у повсякденному спілкуванні, але також й у серйозних дискусіях, наприклад, під час обговорення політичних чи наукових тем.

Основою для створення каламбурів у китайській мові є омонімія – звуковий збіг двох або більше слів. Це дозволяє грати зі значеннями ієрогліфів, поєднуючи їх у несподіваних контекстах. Наприклад, популярний каламбур «肥肠包子铺, 一天三百六» (féicháng bāozǐpù, yìtiān sānbǎi liù) буквально означає «будка з пухлими булочками, триста шістдесят на день». В даному випадку «肥肠» (féicháng) може означати як «жирна ковбаса», так і «велика кількість», а «三百六» (sānbǎi liù) інтерпретується як «нічого особливого» або «повний оборот». Завдяки цій грі вислів натякає на популярність магазину.

Ще одним прикладом мовної гри є фраза 五颜六色 (wǔ yán liù sè), що дослівно перекладається, як «п'ять кольорів та шість відтінків». Насправді ж вона означає «яскравий, різнокольоровий, жвавий» і часто використовується для опису життя великого міста або модних трендів.

Особливу роль у формуванні китайських каламбурів відіграє система введення тексту пін'їнь. Оскільки користувачі вводять слова латиницею, а потім обирають потрібний ієрогліф зі списку, часто трапляються випадкові омофонічні заміни. Наприклад, замість слова 版主 (bǎnzhǔ – «модератор») система могла спершу запропонувати слово 斑竹 (bānzhú – «бамбук»). Це призвело до того, що слово «бамбук» почали навмисно використовувати для позначення модераторів. (Мельничук)

5) **Використання інтернет-мемів.** Мемі, у сучасному китайському Інтернет-дискурсі, також відіграють чималу роль, впливаючи на мову, стиль спілкування та навіть появу нових форм сленгу. Вони не лише відображають суспільні реалії, а й стають інструментом для творчого самовираження та гумору.

У китайському інтернеті мемі можуть бути у вигляді зображень, відео, аудіофайлів або фраз, що набувають популярності та стають частиною цифрової культури. Наприклад, мем "葛优躺" (Gě Yōu tǎng) – «лежати, як Ге Йов» – описує стан втоми чи безнадії, посиляючись на позу китайського актора Ге Йов, який лежить на дивані у відомій сцені популярного ситкому 1993 року «我爱我家» (wǒ ài wǒ jiā - укр. «Я люблю свою сім'ю»).

Китайські інтернет-користувачі також активно використовують каламбури в мемах, спираючись на омоніми, що додає гумористичного ефекту. Ба більше, навіть традиційні китайські фразеологізми 成语 (chéngyǔ) стали основою для мемів. Такі вирази, як "盲人摸象" (máng rén mō xiàng) – «сліпа людина мацає слона» (позначає необґрунтовані висновки) – можуть отримувати нове комічне забарвлення в онлайн-дискусіях. У жартівливій формі навіть порівнюють давні китайські ідіоми з сучасними мемами, підкреслюючи їхню роль у передачі культурного та соціального досвіду.

Однак, перш ніж аналізувати функціонування мемів у китайськомовному інтернет-дискурсі, на нашу думку, доцільно буде звернутися до походження самого терміну «мем».

Вперше таке поняття, як «мем» побачило світ ще у минулому столітті, а якщо бути точнішим, у 1976 році в книзі британського біолога Річарда Докінза «Егоїстичний ген». (Dawkins) Не дивлячись на те, що дана праця була присвячена скоріше біологічним наукам, дане поняття (за аналогією з геном) увійшло у західну культурологію та семіотику. (Чернікова) Професор Докінз визначив мем як «одиницю передавання культурної інформації», яка володіє здатністю до самостійної реплікації – поширення в соціумі від людини (носія) до людини

(реципієнта) (Dawkins). Також він був переконаний, що меми мають різну тривалість існування. Деякі можуть бути мати більшу живучість, інші – меншу. Все це пояснюється їхньою психологічною привабливістю і тому деякі меми можуть протриматися сотні або й тисячі років (в приклад Річард Докінз наводить нам уявлення про Бога), а деякі можуть мати лише короткочасний ефект та не надовго залишатися у мемофонді. (Кирилюк)

У сучасному розумінні, особливо в умовах цифрової епохи, меми – це одиниці контенту (наприклад, зображення, фрази, відео тощо), що швидко поширюються та набувають популярності в Інтернеті. В собі вони можуть містити інтернет-сленг, гумор та особливий стиль виразності, що робить їх легко впізнаваними. Однак, хоч інтернет-сленг і може бути мемом, меми це не завжди інтернет-сленг. Як і сленг, вони є об'єктами моди та «вірусного» поширення, та на відміну від лексичних одиниць сленгу, вони володіють об'ємнішою семантикою. (Дзюбіна)

## **Висновки до Розділу 1**

У Розділі 1 було розглянуто базові теоретичні поняття, пов'язані з дискурсом, Інтернет-дискурсом, а також було досліджено характерні особливості китайськомовного Інтернет-дискурсу. Спершу було з'ясовано, що дискурс являє собою вид мовної комунікації, який відбувається у певних комунікативних обставинах та визначається суспільними та культурними чинниками. Потім було розглянуто поняття Інтернет-дискурсу, як одного з різновидів дискурсу. Було з'ясовано, що він має свої особливі риси, які виділяють його з поміж інших дискурсів, а саме: віртуальність, дистанційність, опосередкованість, гіпертекстуальність, креолізованість, емоційність тощо. Найбільшої уваги було наділено дослідженню особливостей китайськомовного Інтернет-дискурсу. Наприклад, його виникненню, важливості для іноземців, що вивчають китайську мову, а також було досліджено найбільш характерні особливості даного дискурсу,

зокрема, використання інтернет-мемів, які стали невід'ємною частиною комунікації в Інтернеті. Окрім цього, було більш детально розглянуто походження самого терміну «мем».

## **РОЗДІЛ 2. МЕМИ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ**

У сучасному цифровому суспільстві соціальні мережі відіграють не останню роль. Вони стали основним джерелом для створення, обміну та популяризації інтернет-контенту. А у Китаї, де цифровий простір має свою особливу специфіку через державне регулювання, соціальні мережі відіграють ще важливішу роль у формуванні культурних наративів та соціальних реакцій.

На відміну від західного світу, де більшість користувачів використовують такі платформи, як Facebook, Twitter, Instagram та TikTok, китайський інтернет-простір має свою власну «екосистему». Через політику Великої китайської вогняної стіни (англ. Great Firewall of China), доступ до більшості міжнародних платформ на території Китаю був забороненим. В результаті, це призвело до розвитку локальних альтернатив, які були розраховані саме на китайського користувача, з певними запитами, новинами та відповідними політиками конфіденційності.

Китайські соціальні мережі особливі своєю гнучкістю та швидкою адаптацією до актуальних подій. Кожна платформа має свої аудиторні особливості, функціонал та стиль спілкування, що безпосередньо впливає на те, який контент там виникає, як він трансформується та як поширюється. До прикладу візьмемо інтернет-меми, які є основною темою дослідження. У деяких випадках, наприклад, меми можуть стати засобом гумору та самоіронії, а в інших – формою прихованої критики або колективного протесту.

Враховуючи ці особливості, дослідження китайських мемів неможливе без розуміння середовища, у якому вони виникають. Тож нижче буде наведено перелік деяких основних соціальних мереж Китаю.

### **1. WeChat**

WeChat 微信 (Wēixìn, букв. маленький лист) – одна з найпоширеніших платформ для комунікації в Китаї. WhatsApp вважається аналогом даного

застосунку, однак функції WeChat виходять далеко за рамки можливостей свого аналогу. Окрім функцій месенджера та соціальної мережі дана платформа також має такі можливості, як бронювання транспорту, оплату штрафів за порушення правил ПДР та інші. (Montag)

Найчастіше меми в WeChat поширюються через особисті чати між людьми або через групи. Переважно форматом мемів є зображення або короткі відео з гумористичними підписами. Особливо популярними є стікери (емоджі-пакети), які часто є мемами самі по собі.

## **2. Bilibili**

Bilibili – це популярна китайська відеоплатформа, орієнтована на молодь, яка цікавиться аніме, геймерською культурою, технологіями та сучасними трендами. Bilibili дозволяє переглядати, поширювати, коментувати відео, підписуватися на канали та залишати вподобання. Разом з цим, дана платформа має свої унікальні функції: неінтерактивну підписку, віртуальну валюту у вигляді «монет», як форма подяки авторам контенту, а також Даньму (кит. 弹幕) – коментарі користувачів, які з’являються на екрані поверх відео в реальному часі. (Wang)

Меми на Bilibili часто поширюються у вигляді відеомонтажів, пародій або реакцій, а також як повторювані жарти в даньму-коментарях, що формує внутрішній гумор спільноти. Деякі з цих мемів згодом можуть виходити за межі платформи й набувати популярності в ширшому інтернет-просторі.

## **3. Douyin**

Douyin 抖音 (Dǒu yīn) – китайська версія популярної соціальної мережі TikTok. Це застосунок, який дозволяє користувачам створювати короткі відео з фільтрами, музикою та різними ефектами та ділитися ними з іншими користувачами.

Мемі на Douyin зазвичай базуються на популярних аудіо- та відеошаблонах, які масово копіюються та переробляються користувачами. Такий формат сприяє стрімкому поширенню контенту, однак цей трендовий контент може забуватися так само швидко, як і з'являтися.

#### **4. Sina Weibo**

Sina Weibo 新浪微博(Xīnlàng wēi bó) – одна з найвідоміших та найвпливовіших соціальних платформ у Китаї, яку часто порівнюють одночасно з Twitter та Instagram. Це мікроблогінгова платформа відкритого формату, що дозволяє публікувати короткі повідомлення, фото, відео, коментувати пости та завантажувати мультимедійний контент. Також вона пропонує ігри, додатки, систему медалей та ланцюжки коментарів. (Zhang)

Weibo активно сприяє появі мемів, особливо завдяки функціоналу популярних тем, так званого «гарячого пошуку» (кит. 热搜), а також завдяки високому рівню взаємодії користувачів. Мем-контент часто з'являється на даній платформі у відповідь на соціальні або політичні події, новини чи скандали. Користувачі швидко реагують, створюючи на основі цього нові жарти, ілюстрації чи відео, які в подальшому набувають вірусності.

#### **5. Xiaohongshu**

Xiaohongshu 小红书 (Xiǎo hóng shū), що в перекладі буде означати «маленька червона книжка», є однією з найпопулярніших соціальних мереж в Китаї. Дана платформа спеціалізується на онлайн-шопінгу, різних спільнотах та блогах про моду, красу та подорожі. Її часто можуть порівнювати з Instagram і Pinterest, оскільки основним контентом тут є візуальні пости з особистими рекомендаціями, оглядами, лайфхаками тощо. Xiaohongshu спочатку створювався як платформа для обміну враженнями від покупок за кордоном, але з часом перетворився на повноцінну lifestyle-спільноту з інтегрованим маркетплейсом.

Мем-контент також з'являється на даній платформі, але має він більш гумористичний «лайфстайл» формат, тобто, це можуть бути жартівливі дописи про тренди чи буденні ситуації, beauty-фейли тощо.

## **2. 1 Аналіз мовних і стилістичних особливостей китайських інтернет-мемів**

В китайському інтернет-дискурсі зустрічається велика кількість інтернет-мемів, які можуть використовуватися у різні моменти життя. Завдяки ним у китайців є можливість висловити свої думки, описати ситуації, поділитися своїми емоціями з кимось, не використовуючи про цьому слів – просто скинувши стікер чи картинку.

У Китаї термін «мем» перекладається як «模因», однак більш поширеним терміном для цього візуального явища в Інтернеті є «表情包», що по суті перекладається як «пакет виразів обличчя». Ці бяоцінбао можуть бути статичними або анімованими, захоплюючи як текст, так і зображення, тим самим збагачуючи онлайн-комунікацію користувачів. ([Jiaqi](#))

Якщо говорити за китайські інтернет-меми, то варто згадати й найпопулярніші з них. На сьогоднішній день китайський інтернет простір просто рясніє різноманітними мемами, однак найбільш вживаними все ще залишаються два шаблони – меми у вигляді голови панди та з грибною головою. Для створення мемів з цими шаблонами в основному використовуються зображення обличчя якоїсь відомої особистості, саме вони задають емоційного настрою мему, а доповнюється це все текстом, який вже передає всю суть емоції.

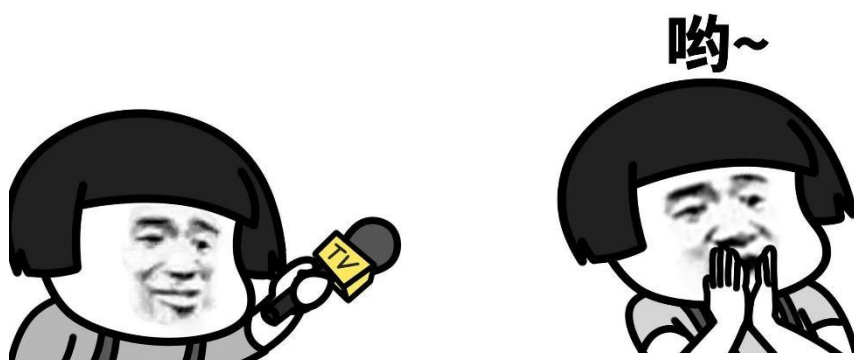
Ото ж, перший шаблон «熊猫头» – «Голова панди» (Рис. 1).



Якщо заглибитися в історію даного мему, то свій початок він бере з єгипетської реклами молочної продукції «Never Say No to Panda» (Рис.3), де панда карала всіх, хто відмовлявся купляти сир її бренду. Гіфки з цієї реклами, зокрема сцена, де панда ламає стіл, стали популярними в Інтернеті.

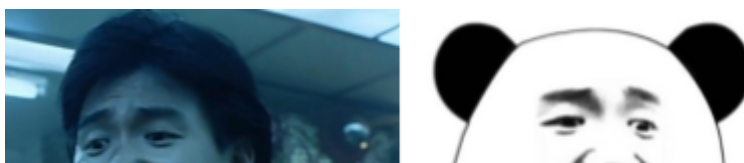
Дійшовши до Китаю цей мем було адаптовано. Користувач, відомий під ніком 毕老师 (вчитель Бі), прибрав обличчя панди і на його місці прифотошопив обличчя південнокорейського актора Чой Сон-кука. Дане зображення майже моментально стало вірусним у мережі і донині все ще не втрачає популярності. На думку китайських користувачів, це пояснюється зручністю шаблону: кругла форма голови й вільний простір дозволяють легко додавати різні обличчя та створювати свої власні меми чи гіфки.

Наступним улюбленим шаблоном мемів китайських користувачів є «蘑菇头» або ж «Грибна голова» (Рис. 4 та 5).



Деякий час назад, тоді ще молодий ілюстратор початківець, Ву Вузе (кит. 吴武泽) перебував у пошуках роботи. Однак пошуки були невдалими, тому він почувався дуже розгубленим. Щоб виразити свій пригнічений стан та емоції він намагався знайти емоджі, який би міг допомогти йому з цим, однак, на жаль, нічого не зміг знайти. Тож він вирішив намалювати його сам. Хоч спочатку цей стікер був лише для обмеженого кола користувачів, згодом він ставав все популярнішим та популярнішим, швидко вийшовши за межі цього кола.

Як вже було згадано раніше, для подібних мемів часто використовують обличчя відомих людей, наприклад учасників культових телешоу та сучасних медіа. Нижче будуть наведені приклади таких випадків.



Гонконгський співак та актор Джекі Чун (кит. 张学友) (Рис.6).

Вже раніше згаданий південнокорейський актор-комік Чой Сон Кук (кит. 崔成国) (Рис.7).

Американський професійний борець Елайджа Берк (кит. 伊莱贾·布克), також відомий як Д'Анджело Дінеро (кит. 德安杰洛·德内罗) (Рис.8).

Також варто зазначити, що не тільки обличчя Елайджи Берка стало популярним в мемах 熊猫头 чи 蘑菇头, але й сам він став доволі популярним мемом в Китаї. Так у 2009 році, після перемоги в матчі TNA, Елайджа продемонстрував надзвичайно кумедний вираз обличчя, що в результаті привело



до створення сотень гумористичних картинок та гіфок з ним.

Ще однією популярною темою жартів у китайському медіапросторі став культ працьовитості та постійної понаднормової роботи. Таке ставлення до роботи у китайців сформувалося під впливом культурних та релігійних цінностей. Хоч твердження про те, що усі китайці – трудоголіки, є стереотипним, однак у ньому є частка правди. За гарної мотивації китайці готові на все. В основному цією мотивацією стають гроші, оскільки соціальний статус у Китаї має велике значення й часто визначається рівнем доходів та витрат. Тож культ працьовитості стає справжнім джерелом натхнення для появи нових жартів та мемів, які часто містять в собі елементи сатири та критики, що підкреслюють негативні сторони перепрацювань.



Переклад: «Я йду з роботи о 9 вечора».

Даний мем використовується для висміювання практики довгого робочого дня, яка є дуже поширеною в Китаї. На жаль, на даний час це є сумною реальністю багатьох робітників, особливо тих, хто працює в технологічних компаніях чи інших сучасних галузях, де робочий день часто може тривати довше, ніж належні вісім годин. Фраза «晚上九点下班», яка використовується в даному мемі, підкреслює те, що повертатися з роботи після 9 вечора в Китаї вже стало нормою, а не винятком. Також підсилює ефект мему і вигляд маскота, зображеного на фото. Ведмежа з натягнутою посмішкою та скляними очима тут дуже гарно описує відношення кожного працівника щодо такого робочого графіку. Мемі подібного характеру націлені на те, щоб викликати резонанс у людей, що переживали подібне робоче навантаження, і найчастіше використовуються для того, щоб висловити підтримку та розуміння серед працівників.

Виникнення цього та подібних мемів є результатом культури «966», робочого графіку, коли працівники працюють з 9 ранку до 9 вечора, 6 днів на тиждень. Дана практика здобула свою популярність у 2010-х роках і мала велику підтримку серед керівників різних компаній. Ось, наприклад, ще декілька мемів, які описують культуру «996».



Переклад першого мему (Рис. 10): Верхня частина – «我211 – Я 211, 我985 – Я 985»; Нижня частина – «我996 – Я 996, 欢迎加入本司! – Ласкаво просимо до нашої компанії!»

В даному мемі, числа «211» та «985» відносяться до китайських університетів. Це два показники елітної вищої освіти Китаю. Число «996» позначає вже згаданий до цього графік роботи. Як бачимо, в результаті на роботу було взято саме того аксолотля, який був «готовий» працювати за таким графіком. Суттю цього мему є те, що в сучасних умовах роботодавці більше цінують та надають перевагу покірності та трудоголізму, ніж освіті чи кваліфікації. Це, можна сказати, сатира на те, що в реальності працівник, який готовий працювати понаднормово, має більші шанси бути найнятим, ніж той, хто просто має диплом з престижного вишу.

Переклад другого мему (Рис. 11): «我 – Я, 兴趣爱好 – хобі, 996 – понаднормовий графік»

Даний мем відображає конфлікт між жорстокою робочою культурою та особистими бажаннями працівників. Він показує сумну реальність багатьох людей, які через понаднормовий графік роботи змушені жертвувати особистим часом та інтересами.

Якось Джек Ма, засновник компанії Alibaba Group, назвав понаднормову працю «справжнім благословенням», що в результаті викликало шквал критики з боку користувачів та громадськості. Його висловлювання сприйняли як спробу виправдати експлуатацію працівників, через що його слова й образ стали предметом жартів у медіапросторі. Протести проти графіка 996 активно виражаються та поширюються у мемах не лише заради розваги, але й для вираження колективного обурення та солідарності серед працівників.

Переклад: «Особисто я вважаю, що можливість працювати за графіком 996 – це величезне благословення»

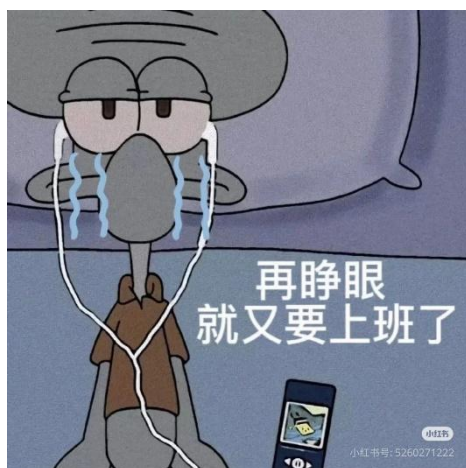
Даний мем є наглядним прикладом висміювання слів Джека Ма про «благословення» понаднормової роботи. Тут зображено самого Джека поруч із втомленим працівником, який тримає на спині величезний годинник – символ виснажливого графіка 996. Його вигляд передає всю ту втому та пригнічення після годин тяжкої праці. У той час як Джек Ма з посмішкою заявляє, що такий режим – це благословення. Все це підкреслює розрив між керівництвом та реальними умовами, в яких опиняються працівники. Через подібні зображення користувачі



висловлюють незгоду праці та закликають умов праці.

з нормалізацією експлуатації до справедливих та людських

Не є дивним те, що після років подібного життя, коли ти за копійки працюєш як кінь годинами, більшість просто втомлюється так жити. Тому зараз серед молоді все частіше набирає популярності рух, який закликає відмовитися



від виснажливої праці заради досягнення «традиційних» цілей, таких як купівля власного житла чи виховання дітей. Молодь прагне зруйнувати систему надмірної



конкуренції та переосмислити трудову культуру в країні. Особливо мілленіали долучаються до течії, яка просуває ідею «лежачого способу життя» як форму протесту проти надмірної зайнятості.

Переклад: «Не хочу ходити на роботу».

Переклад: «Коли я знову відкрию очі, мені знову доведеться йти на роботу».

Переклад: «Чому потрібно знову йти на роботу?»

Переклад: «Було б добре, якби мені не довелося ходити на роботу».

Всі вищенаведені меми (Рис.13-16) є яскравим прикладом того, як китайське суспільство відноситься до роботи у своїй країні. Звісно, у всіх цих мемах потрібно не забувати про контекст, а саме про погані умови праці та понаднормову роботу. Адже без урахування контексту всі ці картинки можна помилково сприйняти як звичайний прояв лінощів та небажання працювати.

Китайська молодь, як і молодь з інших країн, має свої складності в житті, навчанні, роботі та в особистому житті. Нерідко молоді дівчата та хлопці зіштовхуються з жорстокою конкуренцією та постійним тиском, що ускладнює їхнє повсякденне життя. Відсутність мотивації та відчуття безвиході можуть викликати емоційне виснаження, яке в результаті може перейти в депресію. Як наслідок, навіть такі ситуації, породжують нові інтернет-меми, які відображають настрої молоді.



Переклад: «Я в депресії».

Яскравим прикладом такого виду інтернет-мемів є – 我emo了. У китайській культурі з кожним роком все поширенішою стає тенденція депресивного стану, настільки, що навіть у популярних месенджерах з'являється можливість встановити собі статус «Емо», який свідчить про апатію та емоційне виснаження.

Саме слово «емо» походить від «Emotional Hardcore», стилю інді-року, що виник у 1980-х роках. Однак у контексті Інтернету слово «емо» поступово відійшло від свого музичного підґрунтя та стало частіше використовуватися для опису негативного емоційного стану. Варто також зазначити, що в даному випадку запозичене з англійської мови слово «емо» ніяким чином не пов'язане із субкультурою емо.

Як було згадано раніше, зараз молодь Китаю все частіше закликає відмовитися від виснажливої праці та традиційних уявлень про успіх. В результаті цього виникла така інтернет-філософія, як «躺平» (букв.: «лежати рівно»). Цей соціально-культурний феномен утворився як протест проти трудового тиску та суспільного тиску. Однак, варто зазначити, що люди, які дотримуються цієї філософії, не обов'язково ліниві чи бездіяльні – вони просто свідомо знижують свої очікування й темп життя, щоб зберегти своє ментальне здоров'я та хоч трохи контролю над собою в суспільстві, яке вимагає надлюдських зусиль.



Переклад: «努力未必成功 – Зусилля не обов'язково приведуть до успіху, 躺平一定舒服 – А лежати точно буде зручно»

Даний мем із милим хом'ячком іронізує над вибором між зусиллям та комфортом, подаючи це через призму «лінивого» оптимізму. Загалом він гарно ілюструє інтернет-філософію «躺平», він жартує над тим, що старатися – не

гарантія результату, а от відпочинок – це завжди приємно, надійно і без стресу. Тож краще сидіти в теплі, ніж пітніти заради сумнівного майбутнього.

В китайськомовному інтернет просторі також є ще один популярний мем (Рис.19), який містить в собі ієрогліф «躺», і який також часто пов'язують з філософією «躺平».



"葛优躺" (Gě Yōu tǎng) – «лежати, як Ге Йов» – описує стан втоми чи безнадії, посиляючись на позу китайського актора Ге Йов, який лежить на дивані у дуже розслабленій, навіть апатичній позі, у відомій сцені популярного ситкому 1993 року «我爱我家» – «Я люблю свою сім'ю». Даний кадр став справжнім мемом в інтернеті, коли його почали використовувати для іронічного зображення стану повного вигорання, нудьги, депресії або «відключення» від життя.

Не менш цікавим феноменом сучасного китайського інтернет простору є меми, що ґрунтуються на грі слів з ієрогліфами, яка часто виникає через схожість звучання чи написання слів. Завдяки великій кількості омонімів та односкладових слів у китайській мові створюється сприятливе середовище для мовної гри. Тому користувачі не втрачають шансу та активно використовують цю особливість для створення гумористичного чи іронічного контенту.



Що перший (Рис. 20), що другий (Рис. 21) мем мають ідентичний переклад: «鲨了你 – Я вб'ю тебе».

Даний інтернет-мем ґрунтується на такому понятті, як омонімія – явищі, коли слова мають однакове звучання, однак при цьому вони мають різне значення. У цьому випадку відбувається гра слів: ієрогліф 鲨 (shā), що означає «акула», звучить так само, як ієрогліф 杀 (shā) — «вбивати». Тому фраза «鲨了你» використовується як жартівливе або саркастичне «вб'ю тебе». Зазвичай у мемах зображується акула, але можуть також використовуватися й інші образи, як, наприклад, зображено на картинках вище. Зазвичай меми з подібним текстом використовуються для вираження сильних емоцій, часто негативних, хоча нерідко вони можуть мати і більш гумористичне забарвлення.



Інтернет-мем «蟹蟹你» також є прикладом омонімічного явища у китайських мемах. В даному випадку ієрогліф «蟹» (xiè) «краб» має ідентичне звучання з ієрогліфом «谢» (xiè) «дякую». Завдяки цій подібності фраза «谢谢你» («дякую тобі») перетворилася на жартівливу форму «蟹蟹你», де замість «дякую» буквально вживається «краб-краб тобі». Такий мем часто використовується для вираження подяки у більш комічному та легкому стилі.

З популяризацією англійської мови в Китаї, все частіше молодь почала поєднувати її разом з китайською у своєму житті. Таким чином утворився так званий Chinglish. А разом і з ним Chinglish меми, які демонструють в собі унікальний спосіб взаємодії між китайською та англійською мовами в інтернет-культурі.



Даний мем є грою слів та візуальним жартом, що заснований на схожості звучання англійської фрази «see you» та китайського слова «西柚» (xī yòu), що означає «грейпфрут». Зліва зображено сам фрукт з підписом, який читається, як «xī yòu», справа – зображено вже дві половинки грейпфрута з підписом «see you again», що звучить майже так само, як китайське «西柚 again». Таким чином, фраза «see you again» сприймається, як «грейпфрут знову». В цьому якраз таки і полягає суть даного мему.

Після пошуку, збирання та первинного аналізу матеріалу стало очевидно, що дані інтернет-меми суттєво відрізняються між собою за змістом, емоційним забарвленням та мовним оформленням. Тому для кращого розуміння їхньої ролі в інтернет-дискурсі є доцільним впорядкувати зібрані приклади. Для впорядкування та класифікації матеріалу було обрано тематичний підхід, оскільки саме тематика дозволяє краще виявити зв'язок між мовною формою мему та тими соціальними процесами, які він відображає.

В результаті аналізу ми виділили чотири основні групи, а саме:

- Емоційно-реактивні меми,
- Трудова культура,
- Протестні настрої молоді,
- Мовна гра.

Перша зазначена група – **емоційно-реактивні меми**, які використовуються для передачі настрою та внутрішнього стану користувачів, а також для реакцій у спілкуванні. До таких мемів належать популярні 熊猫头表情包 (Рис.1) та 蘑菇头表情 (Рис.4 та 5), а також «我emo了» (Рис.17).

Друга група – меми пов'язані з **трудовою культурою**, зокрема явищем понаднормової праці, робочими графіками «996» та ставленням суспільства до продуктивності. Приклади на кшталт «晚上九点下班» (Рис.9) або «996表情包» (Рис. 10 та 11) ілюструють іронічне ставлення до надмірної праці. Тож загалом меми цієї групи мають іронічне та саркастичне забарвлення та стають непрямою критикою соціальних норм.

Третя категорія – **протестні настрої**, які виражаються через меми, що зображають невдоволення молоді усталеними нормами – це і згаданий раніше стан емоційного виснаження, і явище «躺平», яке передбачає відмову від гонитви за успіхом. Типовими для цієї групи є меми з підписами на кшталт «努力未必成功, 躺平一定舒服» (Рис. 18) або мем «葛优躺» (Рис. 19).

Останню, четверту, групу становлять меми, що побудовані на **мовній грі**. До даної категорії відносяться приклади креативного використання омонімів, подібного звучання й комбінацій китайської та англійської мов, «鲨了你» (Рис.20), «蟹蟹你» (Рис.22) чи Chinglish-мем із грейпфрутом (Рис.24).

Така класифікація дозволила систематизувати матеріал і глибше проаналізувати не лише мовні засоби вираження, а й соціально-культурні моменти, що стоять за тими чи іншими мемами.

## **Висновки до Розділу 2**

У другому розділі було розглянуто комунікативне середовище, в якому функціонують сучасні китайськомовні інтернет-меми, зокрема популярні платформи соціальних мереж — такі як WeChat, Bilibili, Douyin, Sina Weibo та Xiaohongshu. Саме ці ресурси є основними каналами поширення мемів і формують активний інтернет-дискурс серед молоді.

На основі зібраного матеріалу було проведено аналіз найбільш поширених китайських інтернет-мемів. Дослідження показало, що ці меми тісно пов'язані з соціальними настроями, культурними особливостями та мовною креативністю користувачів. З урахуванням змістового наповнення та контексту їхнього використання, меми було класифіковано за тематичним принципом. У результаті було виділено чотири основні групи: емоційно-реактивні меми, меми про трудову культуру, протестні меми та меми, побудовані на мовній грі. Такий поділ дозволив краще зрозуміти функції мемів у сучасному китайському інтернет-дискурсі та виявити типові лінгвістично-стилістичні особливості для кожної з категорій.

## ВИСНОВКИ

У межах цієї курсової роботи було проаналізовано лінгвістично-стилістичні особливості сучасного китайськомовного інтернет-дискурсу, зокрема на прикладі інтернет-мемів як одного з найпоширеніших жанрів комунікації в цифровому середовищі. Виконане дослідження дозволило зробити низку важливих висновків, кожен із яких відповідає завданням, поставленим на початку роботи.

По-перше, було з'ясовано зміст поняття інтернет-дискурсу та його ключові характеристики. Інтернет-дискурс розглядається як форма комунікації, що здійснюється у віртуальному середовищі з урахуванням його особливих умов — інтерактивності, гібридності, швидкого обміну інформацією, а також активного використання візуальних і графічних елементів поряд із текстом. Важливою рисою є й те, що інтернет-дискурс часто набуває ігрового, іронічного або провокативного характеру. Його учасники не лише передають інформацію, але й активно конструюють значення через мову, зображення та контекст. Мем як жанр є наочним прикладом цього дискурсу, оскільки він поєднує в собі мовні, візуальні та культурні коди.

По-друге, було розглянуто особливості китайського інтернет-простору, який значною мірою відрізняється від західного сегменту мережі як на рівні технічної інфраструктури, так і на рівні соціокультурної динаміки. Через існування так званої «Великої китайської вогняної стіни» в Китаї сформувалося окреме інформаційне середовище зі своїми платформами — такими як WeChat, Bilibili, Douyin, Sina Weibo, Xiaohongshu та інші. Кожна з цих соціальних мереж виконує функцію не лише каналу комунікації, а й культурного простору, де формуються і поширюються меми. Саме тому китайські інтернет-меми мають локальні особливості — вони тісно пов'язані з китайською мовою, соціальними реаліями та специфікою інтернет-спілкування в межах країни.

По-третє, у практичній частині було зібрано приклади актуальних китайських інтернет-мемів, які стали об'єктом лінгвістичного аналізу. Добір матеріалу здійснювався за принципом випадкової вибірки: до аналізу включалися

ті меми, які найчастіше траплялися у відкритому доступі в соціальних мережах або, на нашу думку, були вартими уваги. Такий підхід дозволив охопити репрезентативну частину мемного контенту та виявити найбільш характерні мовні та стилістичні риси.

По-четверте, було здійснено лінгвістичний аналіз обраних мемів, у якому основну увагу зосереджено на стилістичних прийомах, мовних особливостях та соціальному контексті їхнього використання. Зокрема, було виявлено широке використання сленгових виразів, емоційно забарвленої лексики, омонімії, звукових замінів, а також елементів Chinglish — поєднання китайської та англійської мов. Багато мемів мають іронічний або саркастичний характер, що дозволяє користувачам висловлювати ставлення до таких тем, як трудове навантаження, соціальні очікування, внутрішній дискомфорт або опір загальноприйнятим нормам.

П'ятим кроком стало здійснення класифікації мемів за тематичним принципом, що дало змогу впорядкувати матеріал і виявити чотири основні змістові напрямки, а саме:

1. **Емоційно-реактивні меми**, які відображають внутрішній стан користувачів або використовуються для підсилення реакцій;
2. **Мемі про трудову культуру**, які стосуються культури понаднормової праці та продуктивності в Китаї;
3. **Протестні меми**, що виражають критичне ставлення молоді до тиску з боку суспільства та життєвих стандартів;
4. **Мемі з мовною грою**, в яких використовуються омоніми, схожість звучання або візуальна гра з ієрогліфами.

Такий тематичний поділ допоміг краще розкрити соціальні й комунікативні функції мемів у сучасному китайському суспільстві, а також простежити зв'язок між лінгвістичними засобами та контекстом.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зазначити, що китайські інтернет-меми виконують важливі соціальні функції в сучасному суспільстві. Вони слугують каналом емоційного розвантаження, засобом критики та самоіронії, інструментом соціального протесту, а також способом мовної гри й креативного самовираження. Через такі меми користувачі не лише реагують на події та явища, а й формують нові сенси, транслують настанови та віддзеркалюють актуальні настрої, притаманні китайському молодіжному середовищу.

Загалом, дана курсова робота не посягає на повне дослідження всієї різноманітності китайського інтернет-дискурсу і лише частково показує специфіку інтернет-простору Китаю на основі мемів. Однак, результати цієї роботи можуть бути корисними для подальших досліджень у сфері лінгвістики, культурології та медіадосліджень, а також для кращого розуміння сучасної молодіжної комунікації в Китаї.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1) Dawkins R. The selfish gene / Richard Dawkins. – Oxford : Oxford University Press, 2006. – 360 p.
- 2) Harris Z.S. Discourse Analysis: A Sample Text in Language. Linguistic Society of America. 1952. Vol. 28. No. 4 c. 474
- 3) Jiaqi, H., Alan, R., Jusoh, N. H. M., & Yaccob, Y. WeChat's Biaoqingbao and Generation Z: A Conceptual Framework for Understanding Social and Hedonic Gratifications.
- 4) Montag, C., Becker, B., & Gan, C. (2018). The multipurpose application WeChat: a review on recent research. *Frontiers in psychology*, 9, 2247.
- 5) Wang, G., & Zhang, Y. (2021). From" study with me" to study with you: how activities of Study With Me livestream on Bilibili facilitate SRL community. arXiv preprint arXiv:2108.00637.
- 6) Zhang, L., & Pentina, I. (2012). Motivations and usage patterns of Weibo. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(6), 312-317.
- 7) Біляніна, В. І. (2018). Структурні особливості неологізмів Інтернет-соціолекту у китайській мові. *Львівський філологічний часопис*, (3), 31-35.
- 8) Велика, І. О., & Тупахіна, О. В. (2017). Феномен «Інтернет-дискурс» у сучасній науковій парадигмі. *Science and Education a New Dimension. Philology*, (43), 61-64.
- 9) Герасімова, О. М. (2019). Дискурс як соціолінгвальне явище.
- 10) Гудзь, Н. О. (2013). Інтернет-дискурс–невід’ємна складова сучасної комунікації. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, (70), 228-232.
- 11) Дзюбак, Н. М., & Морараш, Г. В. (2024). Вплив інтернет-дискурсу на формування мовної норми в сучасній українській мові. *Вісник гуманітарних наук*, (2).

- 12) Дзюбіна, О. І. (2016). Класифікація, структура та функціонування Інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. *Молодий вчений*, (2), 375-379.
- 13) Кирилюк, О. (2019). Мовна природа мему.
- 14) Ковальська, Н. (2014). Питання типології дискурсу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Лінгвістика*, (21), 120-123.
- 15) Кокнова, Т. А. (2022). Інтернет дискурс»: визначення поняття і загальні характеристики (діахронічний аспект). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, (57), 53-55.
- 16) Корсун, С. (2025). ДИСКУРС У ЛІНГВІСТИЦІ: ПІДХОДИ ТА ПРОБЛЕМИ. *Collection of scientific papers «SCIENTIA»*, (February 7, 2025; Reykjavík, Iceland), 183-184.
- 17) Кравченко, О. О. (2016). Особливості функціонування сленгізмів у сучасному китайськомовному інтернет-просторі. *Молодий вчений*, (7), 347-352.
- 18) Мельничук, О. В. (2017). Особливості китайськомовного Інтернет-дискурсу. *Молодий вчений*, (4), 157-162.
- 19) Чернікова, О. (2015). Вербальний мем: лінгвістичний аспект. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія «Філологічна»*, (Вип. 51), 354-356.
- 20) Чижевська, Є. (2012). Китайські дослідники про скорочені слова в китайській мові. *Китаєзнавчі дослідження*, (2), 83-89.