РОЗДІЛ 4
МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ

УДК 811.581'373
DOI https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2026.49.27

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ І МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ В ДІАЛОГАХ СУЧАСНИХ КИТАЙСЬКИХ СЕРІАЛІВ (НА МАТЕРІАЛІ «值得爱» ТА «玫瑰的故事»)

FUNCTIONAL AND STYLISTIC FEATURES OF NEOLOGISMS AND YOUTH SLANG IN THE DIALOGUES OF CONTEMPORARY CHINESE TV SERIES (BASED ON “值得爱” AND “玫瑰的故事”)

Байбороша Ю.О.,
orcid.org/0009-0002-4966-4732
студентка IV курсу факультету східних мов
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Цимбал.С.В.,
orcid.org/0000-0002-7367-5354
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри китайської мови та перекладу
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

У цій статті розглянуто функції та стилістичні особливості неологізмів і молодіжного сленгу, що зустрічаються в діалогах сучасних китайських серіалів《值得爱》(Zhídé Ài) та 《玫瑰的故事》(Méiguī de Gùshì). Актуальність цього дослідження полягає в активному оновленні лексичного складу китайської мови під впливом цифрової комунікації, соціальних мереж та мовного середовища молоді, а також поширенні нових слів у медійному дискурсі. Метою цієї статті є виявлення та класифікація неологізмів та молодіжних сленгових одиниць у наративах вибраних телесеріалів, а також аналіз їхніх функціональних та стилістичних характеристик. Матеріалом дослідження стали 250 лексично маркованих реплік із серіалу 《值得爱》 та 105 реплік із 《玫瑰的故事》.

У цьому аналізі було розглянуто нові інтернет-терміни, нові визначення існуючих термінів, скорочення, та молодіжну лексику. Встановлено, що основними механізмами лексичного оновлення в дослідженому матеріалі є семантичне переосмислення, словоскладання, скорочення та поширення одиниць, сформованих або популяризованих у цифровому середовищі. Було визначено соціально-ідентифікуючі функції, експресивно-оцінювальні функції, функції колективізації, сатиричні функції та соціокультурні функції досліджуваної лексики. З’ясовано, що в 《值得爱》 виразніше представлена лексика цифрової культури, блогінгу та медійної самопрезентації, тоді як у 《玫瑰的故事》 переважають семантично переосмислені одиниці, оцінний сленг і ситуативні номінації. Результати дослідження засвідчують рухливість меж між неологізмами, інтернет-лексикою та молодіжним сленгом у сучасній китайській мові. Перспективи подальших досліджень пов’язані з розширенням корпусу серіалів та зіставленням серіального мовлення з комунікацією носіїв китайської мови в соціальних мережах.

Ключові слова: неологізми, молодіжний сленг, сучасна китайська мова, китайський кінодискурс, інтернет-лексика, серіальний діалог.

The article examines the functions and stylistic features of neologisms and youth slang found in the dialogues of the contemporary Chinese television series 《值得爱》 (*Zhídé Ài*) and 《玫瑰的故事》 (*Méiguī de Gùshi*). The relevance of the study is determined by the active renewal of the Chinese lexicon under the influence of digital communication, social media, and youth language, as well as by the spread of new lexical units in media discourse. The aim of the article is to identify and classify neologisms and youth slang units in the dialogues of the selected television series and to analyse their functional and stylistic characteristics. The research material comprises 250 lexically marked utterances from 《值得爱》 and 105 utterances from 《玫瑰的故事》.

The analysis covers new Internet-related terms, new meanings of existing lexical units, abbreviations, and youth vocabulary. It has been established that the main mechanisms of lexical innovation in the analysed material include semantic reinterpretation, compounding, abbreviation, and the spread of lexical units created or popularised in the digital environment. The study identifies the social-identifying, expressive-evaluative, group-identifying, ironic, and sociocultural functions of the analysed vocabulary. It has been found that 《值得爱》 features a more prominent use of vocabulary associated with digital culture, blogging, and media self-presentation, whereas 《玫瑰的故事》 contains a greater proportion of semantically reinterpreted units, evaluative slang, and context-specific expressions. The results demonstrate the fluid boundaries between neologisms, Internet vocabulary, and youth slang in contemporary Chinese. Further research may focus on expanding the corpus of television series and comparing scripted television dialogue with the communication of native Chinese speakers on social media.

Key words: neologisms, youth slang, contemporary Chinese language, Chinese screen discourse, Internet vocabulary, television dialogue.

Постановка проблеми. Лексичний склад сучасної китайської мови постійно поповнюється новими одиницями та новими значеннями вже наявних слів. Значну роль у цьому процесі відіграють цифрова комунікація, соціальні мережі та молодіжне мовне середовище, у якому активно поширюються неологізми, інтернет-лексика та сленгові вирази. Такі одиниці характеризуються неформальністю, експресивністю, оцінністю та часто відображають актуальні суспільні й культурні явища.

Китайські серіали становлять цінний матеріал для дослідження цієї лексики, оскільки діалоги персонажів демонструють її функціонування в різних комунікативних ситуаціях. Аналіз неологізмів і молодіжного сленгу в серіалах «值得爱» та «玫瑰的故事» дає змогу простежити їхні значення, стилістичне забарвлення та функції в мовленні персонажів. Актуальність дослідження зумовлена потребою систематизації таких одиниць та визначення їхніх функціонально-стилістичних особливостей у сучасному китайському кінодискурсі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика неологізмів у сучасній китайській мові вже тривалий час перебуває в центрі уваги дослідників. Zhuo Jing-Schmidt і Shu-Kai Hsieh розглядають неологізми ширше за межі окремих новостворених слів, включаючи до цього явища нові способи вживання, словотвірні моделі та інші лексичні інновації, що виникають під впливом соціальних і культурних змін [1, с. 514]. Qingqin Tan у дослідженні китайських неологізмів виокремлює кілька основних джерел їх появи, серед яких нові словотворення, набуття наявними словами нових значень, медійна та інтернет-лексика, діалектні одиниці й іншомовні запозичення [2, с. 260].

Окремий напрям сучасних досліджень становить інтернет-лексика та молодіжне мовлення. Wu Yuxin характеризує 网络流行语 (wǎngluò liúxíngyǔ) як мовні одиниці, для яких властиві компактність словотворення, семантичне розширення, метафоричність і тісний зв'язок із певними соціальними групами. Дослідниця також пов'язує їх поширення з молодіжною аудиторією, цифровими платформами та соціальними мережами [3, с. 182]. Wu Jinjin розглядає інтернет-лексику в контексті молодіжного спілкування та підкреслює, що молоді користувачі виступають активними реципієнтами, поширювачами й творцями таких мовних одиниць [4, с. 1].

Значна увага приділяється й механізмам утворення нової китайської лексики. Antonella Ceccagno визначає словоскладання як один із найпродуктивніших способів формування нових слів у китайській мові та окремо звертає увагу на семантичне переосмислення й інтернетне словотворення [5, с. 207].

Для дослідження функціонування таких одиниць у конкретному комунікативному середовищі перспективним матеріалом виступають діалоги телесеріалів. Ying Li і Wari Wongwaropakorn зазначають, що телевізійні драми є «rich repositories of naturalistic dialogue», тобто багатим джерелом природного діалогічного мовлення [6, с. 2–3]. Автори показують, що серіальні діалоги дають можливість аналізувати мовні одиниці з урахуванням контексту, характеру взаємин між персонажами та конкретної комунікативної ситуації [6, с. 2–3].

Наявні дослідження окреслюють теоретичні підходи до китайської неології, інтернет-лексики, молодіжного мовлення та серіального дискурсу. Водночас функціонально-стилістичні особливості неологізмів і молодіжного сленгу саме в діалогах новітніх китайських серіалів потребують подальшого аналізу на конкретному мовному матеріалі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значну кількість праць, присвячених оновленню лексичного складу китайської мови, окремі аспекти функціонування нової лексики в усному медійному дискурсі залишаються недостатньо дослідженими. У наявних роботах увага часто зосереджується на походженні, структурі та способах творення неологізмів. Зокрема, Qingqin Tan досліджує корпус китайських неологізмів за 2017–2021 роки та виокремлює серед основних джерел їх виникнення новотвори, нові значення наявних слів, одиниці, створені засобами масової інформації, інтернет-неологізми, діалектизми та іншомовні запозичення. Автор також класифікує способи їх утворення на фонетичному, морфологічному й семантичному рівнях [2, с. 260]. Матеріалом цього дослідження стали 1495 одиниць із щорічних звітів 中国语言生活报告 (Zhōngguó Yǔyán Shēnghuó Bàogào) за 2017–2021 роки, сформованих на основі даних Національного корпусу моніторингу мови [2, с. 262]. Отже, така методика дає змогу простежити загальні тенденції розвитку нової китайської лексики, проте не охоплює специфіку її використання персонажами в діалогічному мовленні телесеріалів.

Окремий напрям становлять дослідження 网络流行语 (wǎngluò liúxíngyǔ), значна частина яких пов'язує поширення нових виразів з інтернет-

комунікацією та молодіжним середовищем. Wu Yuxin визначає такі одиниці як слова, словосполучення й короткі вислови, що виникають серед користувачів інтернет-платформ, характеризуються високою частотністю протягом певного періоду, залежністю від мережевого контексту, груповою орієнтацією та часовою мінливістю [3, с. 182]. Дослідниця пов'язує їх виникнення із суспільними подіями, психологічними потребами молоді та комунікацією всередині окремих соціальних груп. Молоді мовці використовують такі одиниці для вираження емоцій, самоіронії та формування групової ідентичності [3, с. 182]. На лексичному рівні Wu Yuxin фіксує скорочення, омонімічні та фонетичні трансформації, літерні абревіатури, нові значення вже наявних слів, адаптацію запозичень і поширення діалектної лексики [3, с. 182]. Водночас сама авторка вказує на недостатність комплексних досліджень, які поєднували б аналіз мовних характеристик 网络流行语 (wǎngluò liúxíngyǔ) з іншими аспектами їх функціонування [3, с. 182].

Зв'язок такої лексики з мовленням молоді підтверджує дослідження Wu Jinjin. Авторка розглядає молодь як активного реципієнта, поширювача та творця 网络流行语 (wǎngluò liúxíngyǔ) і наводить приклади одиниць, що переходять із цифрового середовища до повсякденного спілкування, зокрема emo, 给力 (gěilì), 那咋了 (nà zǎ le), YYGQ та 栓Q(shuān Q) [4, с. 1]. У цій праці основна увага спрямована на вплив інтернет-висловів на молодіжну аудиторію, її групову ідентичність, емоційне самовираження та ціннісні орієнтації. Авторка, зокрема, розглядає 躺平 (tǎngpíng) і 佛系 (fóxì) як одиниці, через які проявляється ставлення молоді до соціального тиску [4, с. 1]. Такий підхід підтверджує зв'язок нової лексики з молодіжною комунікацією, проте залишає простір для дослідження її функціонування в художньо змодельованих діалогах персонажів.

Перспективність серіального діалогу як окремого матеріалу лінгвістичного аналізу підтверджують Ying Li та Wari Wongwaropakorn. На матеріалі трьох китайських телесеріалів дослідники аналізують репліки персонажів з урахуванням мовної форми, комунікативної ситуації, взаємин між співрозмовниками та впливу висловлювання на подальший перебіг розмови [6, с. 2–3]. Автори характеризують телевізійні драми як джерело натуралістичного діалогічного матеріалу, придатного для вивчення мовленнєвої поведінки [6, с. 2–3]. Їхня праця, однак, зосереджена на мовленнєвому акті відмови та стратегіях ввічливості, тому лексичні інновації й молодіжний сленг не становлять її окремого предмета.

Зіставлення зазначених напрямів виявляє потребу в дослідженні, яке поєднує аналіз нової китайської лексики, молодіжного мовлення та діалогів новітніх телесеріалів. Особливої уваги потребують випадки переходу інтернет-лексики до повсякденного мовлення персонажів, уживання нових значень наявних слів, модних висловів, скорочень та інших одиниць, пов'язаних із мовленнєвими практиками молодих носіїв китайської мови. Окремим завданням є встановлення їхніх функцій у репліках: вираження емоцій та оцінки, створення комічного або іронічного ефекту, маркування неформальності спілкування, групової належності й особливостей взаємин між персонажами. Саме цей аспект досліджується в статті на матеріалі діалогів серіалів 《值得爱》 (Zhídé Ài) та 《玫瑰的故事》 (Méiguī de Gùshì).

Метастаттіполягаєувиявленніта систематизації неологізмів і одиниць молодіжного сленгу в діалогах китайських серіалів 《值得爱》 (Zhídé Ài) та 《玫瑰的故事》 (Méiguī de Gùshì), а також у визначенні їхніх функціонально-стилістичних особливостей. Для досягнення мети передбачено з'ясувати критерії розмежування неологізмів і молодіжного сленгу, класифікувати відібрані одиниці та проаналізувати їхнє значення, стилістичне забарвлення і функції в мовленні персонажів.

Виклад основного матеріалу. Матеріалом дослідження стали лексично марковані репліки персонажів китайських серіалів «值得爱» (Zhídé ài) та «玫瑰的故事» (Méiguī de gùshì). Робочий корпус першого серіалу охоплює 250 реплік з 11 серій, другого 105 реплік із 15 серій. Під час відбору враховано нову розмовну лексику, молодіжний сленг, інтернет-лексику, нові значення наявних слів, скорочення, модні вирази та одиниці, стилістично характерні для молодих персонажів. Кожний приклад аналізувався разом із комунікативною ситуацією, роллю мовця та функцією висловлення.

Робоче розуміння неологізму спирається на підхід Zhuo Jing-Schmidt і Shu-Kai Hsieh, які включають до неологічної сфери «new words, usage, or expression» [1, с. 514]. Qingqin Tan також розглядає нові слова, нові значення вже наявних одиниць і запозичення як складники сучасної китайської неології [2, с. 262]. Це особливо суттєво для серіального діалогу, де лексична інновація часто проявляється через нову семантику звичайного слова. Tan виділяє шість основних джерел сучасних китайських неологізмів: нові утворення, старі слова з новими значеннями, медійні новотвори, інтернет-неологізми, діалектні одиниці та запозичення [2, с. 260].

Для китайської мови продуктивним залишається словоскладання. О. Тихонова пов'язує його провідну роль із тим, що значущі морфеми легко комбінуються в нові одиниці [7, с. 131–132]. М. В. Сова і Т. В. Вечоринська також визначають словоскладання як основний спосіб утворення нової китайської лексики та окремо розглядають афіксацію і морфемну контракцію [8, с. 115]. У досліджуваних діалогах формальна новизна часто поєднується із семантичним перенесенням та експресивністю, тому словотвірний аналіз доповнено функціонально-стилістичним.

Молодіжний сленг відбирався за іншими ознаками: неформальністю, експресивною оцінністю, груповою маркованістю та типовістю для комунікації молодих персонажів. У праці 吴宇欣 (Wú Yǔxīn) 网络流行语 (wǎngluò liúxíngyǔ) визначаються як створені користувачами мережі слова, словосполучення й короткі вислови, для яких характерні залежність від інтернет-середовища, групова орієнтованість і часові коливання [3, с. 183]. Автор пов'язує їх появу із соціальними подіями, молодіжними емоціями, кіно й розважальним контентом, омонімічними переробками та груповим жаргоном [3, с. 183].

У «值得爱» (Zhídé ài) найбільш виразною є група одиниць, пов'язаних із цифровою культурою та молодіжною неформальною комунікацією. У репліці 你别装了 (nǐ bié zhuāng le) дієслово 装 (zhuāng) функціонує в розмовному значенні «прикидатися». Його стилістична роль полягає у прямому викритті співрозмовника. У сцені конфлікту ця коротка форма робить висловлення різким і категоричним. Схожу експресивність має 要脸 (yào liǎn), буквально пов'язане з «обличчям», але в репліці 怎么 你还要脸啊 (zěnme nǐ hái yào liǎn a) воно реалізує значення «мати сором, совість» і використовується для публічного приниження.

Окремий пласт становить інтернет-лексика. Репліка 今晚贴吧见 (jīnwǎn Tiēbā jiàn) містить назву 贴吧 (Tiēbā), що позначає форум Baidu Tieba й одночасно вказує на простір поширення компрометувального контенту. У висловленні 我想让他在微博上跟我互动一波 给我涨涨粉 引引流 (wǒ xiǎng ràng tā zài Wēibó shàng gēn wǒ hùdòng yì bō, gěi wǒ zhǎngzhǎng fěn, yǐnyǐn liú) послідовно з'являються 微博 (Wēibó), 互动一波 (hùdòng yì bō), 涨粉 (zhǎng fěn) та 引流 (yǐnliú). Персонаж описує просування акаунта через взаємодію з популярним блогером. 粉 (fěn) виступає скороченням від 粉丝 (fěnsī), а 引流 (yǐnliú) переносить значення «спрямовувати потік» у сферу залучення онлайн-аудиторії.

Показовою є одиниця 人设 (rénshè) у репліці 你是要破坏我的人设吗 (nǐ shì yào pòhuài wǒ de rénshè ma). Вона походить від 人物设定 (rénwù shèdìng), проте в сучасному медійному вжитку позначає сконструйований публічний образ реальної людини. У сцені акторка захищає власний медійний імідж, тому слово характеризує одночасно професійне середовище, самопрезентацію та залежність публічної особи від очікувань аудиторії. Tan підкреслює, що інтернет сприяє регулярній появі нових одиниць завдяки творчості користувачів, особливо молодшого покоління [2, с. 260]. Jing-Schmidt і Hsieh називають інтернет-неологізми результатом «creativity of grassroots language users» [1, с. 522].

До сленгових дієслів належить 撩 (liāo). У репліці 那你干吗撩我 (nà nǐ gànma liāo wǒ) воно позначає флірт і навмисне романтичне зацікавлення. Наступна репліка пов'язує цей флірт із мільйонами 粉丝 (fěnsī), тобто підписників, через що романтична дія переосмислюється як спосіб отримання цифрової популярності. Одиниця поєднує молодіжну фамільярність із медійним контекстом і демонструє взаємопроникнення приватного та цифрового дискурсів.

Ще одна характерна група представлена експресивними самономінаціями 老娘 (lǎoniáng) і 老子 (lǎozi). У конфліктних сценах вони підсилюють грубість і демонстративну самовпевненість, у дружньому спілкуванні можуть набувати ігрового відтінку. Це підтверджує залежність сленгової функції від адресата й ситуації. Молодіжна лексика в серіалі працює як засіб швидкої соціальної характеристики: коротка форма одночасно передає емоцію, ступінь близькості та позицію мовця.

У «玫瑰的故事» (Méiguī de gùshì) цифрова лексика представлена менш щільно, проте помітними є семантичні переосмислення й ситуативні номінації. Приклад 经济实惠男 (jīngjì shíhuì nán) утворений через перенесення характеристики товару або практичного вибору на людину. Сполука 经济实惠 (jīngjì shíhuì) означає «економний, вигідний, практичний», а компонент 男 (nán) перетворює її на іронічну назву типу чоловіка. Новизна виникає через незвичну сполучуваність і зміну сфери оцінювання. Тихонова зазначає, що наявні компоненти можуть поєднуватися «з новим лексичним значенням» [7, с. 132], що точно описує механізм цієї номінації.

Інший приклад, 树洞 (shùdòng), буквально означає «дупло дерева», однак у сучасній мережевій культурі слово використовується для позначення людини або анонімного простору,

якому довіряють особисті переживання. Репліка 你就是我的树洞 (nǐ jiù shì wǒ de shùdòng) переносить цифрову метафору в інтимну міжособистісну комунікацію. Функціонально одиниця виражає довіру й емоційну близькість. Вона показує, що інтернет-лексика може втрачати вузьку прив'язаність до платформи й входити до побутового мовлення як зрозумілий образ.

Сленгове 宰 (zǎi) у сполуці 宰他一顿 (zǎi tā yí dùn) демонструє інший тип семантичного перенесення. Базове значення дієслова «зарізати» переосмислюється як «змусити когось сильно витратитися, обдерти на гроші». У весільній сцені воно створює жартівливо-агресивну тональність дружнього спілкування. 上头 (shàngtou) також має рухливу семантику: в аналізованій репліці слово описує дію алкоголю, а в ширшому сучасному розмовному вжитку може позначати сильне емоційне захоплення або імпульсивний стан. Tan прямо включає «existing words used with new meanings» до джерел китайських неологізмів [2, с. 260].

Зіставлення матеріалу двох серіалів дозволяє виділити п'ять провідних функцій. Перша функція соціально-ідентифікаційна: 人设 (rénshè), 涨粉 (zhǎng fěn), 引流 (yǐnliú), 粉 (fěn) характеризують персонажів як учасників цифрової та медійної культури. Друга функція експресивно-оцінна: 老娘 (lǎoniáng), 老子 (lǎozi), 装 (zhuāng), 宰 (zǎi) концентрують негативну, жартівливу або фамільярну оцінку. Третя функція групова. Спільне розуміння мережевих і сленгових форм демонструє належність персонажів до одного комунікативного середовища. 吴宇欣 (Wú Yǔxīn) пов'язує мережеві популярні вислови з потребою молодіжних груп у вираженні емоцій, формуванні меж спільноти та групової ідентичності [3, с. 182].

Четверта функція іронічна. 经济实惠男 (jīngjì shíhuìnán) створює комічну типізацію через перенесення рекламної оцінки на людину. 大数据的奴隶 (dà shùjù de núlì), «раб великих даних», іронічно описує залежність від алгоритмів, статистики та цифрових підсумків. 年度盘点 (niándù píndiǎn) відсилає до поширеної практики річних онлайн-підсумків. П'ята функція соціокультурна. 北漂 (běipiāo) стисло називає досвід молодих людей, які живуть і працюють у Пекіні як приїжджі, а 人设 (rénshè) відображає культуру керованого публічного образу. Tan пише, що неологізми дозволяють побачити «the passions and the fashions of this era» [2, с. 260].

Angela Cook характеризує сучасних носіїв китайської мови як таких, що демонструють «flexible, creative, playful approach» до лексичного використання [9, с. 1]. Матеріал серіалів підтверджує цю рису на рівні повсякденного діалогу: нейтральні морфеми отримують нову сполучуваність, слова переходять між професійною, цифровою та приватною сферами, скорочені форми закріплюються в усному мовленні. Унаслідок цього одна одиниця часто поєднує кілька характеристик. 人设 (rénshè) є семантично переосмисленою одиницею, інтернет-терміном і маркером медійної самопрезентації; 撩 (liāo) поєднує нове розмовне значення з молодіжною фамільярністю; 树洞 (shùdòng) переносить мережевий образ у сферу довірливих стосунків.

Сценарний характер телевізійного діалогу потребує обережності: репліки не тотожні спонтанному побутовому мовленню. Проте вони орієнтовані на впізнавану мовленнєву поведінку й дозволяють фіксувати одиниці, зрозумілі масовій аудиторії. Ying Li і Wari Wongwaropakorn називають телевізійні драми «rich repositories of naturalistic dialogue» [6, с. 1] та аналізують репліки з урахуванням форми, контексту, взаємин між співрозмовниками й комунікативного ефекту [6, с. 1]. У нашій роботі той самий принцип застосовано до лексичної інновації: остаточна класифікація залежить від того, хто говорить, кому, у якій ситуації та з якою оцінною метою.

Michael Keane фіксує в розвитку китайської телевізійної драми рух до «contemporary popular reality» [10, с. 82], пов'язаний із репрезентацією сучасних стилів життя та споживчої культури. Лексика «值得爱» (Zhídé ài) і «玫瑰的故事» (Méiguī de gùshì) відповідає цьому зміщенню: діалоги містять номінації блогерства, міграції до мегаполіса, цифрового іміджу, романтичних стратегій та нових моделей соціальної взаємодії. Jing-Schmidt і Hsieh також показують, що інтернет-неологізми можуть переходити з горизонтальної мережевої комунікації до мейнстрімних медіа [1, с. 522]. Серіал у цьому процесі фіксує одиниці на етапі їх широкої соціальної впізнаваності.

Отримані результати свідчать, що функціонально-стилістична специфіка нової лексики в досліджуваних серіалах визначається поєднанням семантичної новизни, соціальної маркованості та прагматичної функції. У «值得爱» (Zhídé ài) домінує лексика цифрової культури та медійної самопрезентації, тоді як у «玫瑰的故事» (Méiguī de gùshì) помітнішими є семантичні перенесення, оцінні сленгові форми й ситуативні номінації. Пряме кількісне зіставлення двох корпусів на цьому етапі обмежене різницею їх обсягу, тому висновки стосуються передусім типів і функцій виявлених одиниць.

Узагальнення матеріалу дає підстави виокремити семантичне переосмислення, словоскладання, скорочення, метафоризацію та засвоєння інтернет-термінів як найбільш релевантні механізми для аналізованої вибірки. Tan пропонує для сучасних китайських неологізмів категорії homophony, compounding, abbreviation, derivative words, words with letters/numbers і rhetorical words [2, с. 268]. У серіальному корпусі формальна модель набуває повного пояснювального значення лише разом із функцією: нова одиниця характеризує мовця, створює оцінку, позначає групову належність або називає нову соціальну практику. Саме ця взаємодія лексичної новизни та стилістичної функції становить головний результат проведеного аналізу.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу виявити та систематизувати неологізми й одиниці молодіжного сленгу в діалогах китайських серіалів 《值得爱》 (Zhídé Ài) та 《玫瑰的故事》 (Méiguī de Gùshì), а також визначити їхні функціонально-стилістичні особливості. Аналіз показав, що значна частина досліджуваної лексики пов'язана з цифровою комунікацією, соціальними мережами, молодіжним середовищем та змінами в повсякденному мовленні. Основними механізмами лексичного оновлення в дослідженому матеріалі є семантичне переосмислення, словоскладання, скорочення та поширення інтернет-лексики.

Установлено, що такі одиниці виконують соціально-ідентифікаційну, експресивно-оцінну, групову, іронічну та соціокультурну функції. Вони передають емоційне ставлення персонажів, характеризують їхнє соціальне й комунікативне середовище, позначають ступінь близькості між співрозмовниками та відображають актуальні цифрові й соціальні практики. До показових прикладів належать 人设 (rénshè), 涨粉 (zhǎng fěn), 引流 (yǐnliú), 撩 (liāo), 北漂 (běipiāo) та 树洞 (shùdòng).

Зіставлення двох серіалів засвідчило, що в 《值得爱》 (Zhídé Ài) виразніше представлена лексика цифрової культури, блогінгу та медійної самопрезентації, тоді як у 《玫瑰的故事》 (Méiguī de Gùshì) помітнішими є семантично переосмислені одиниці, оцінний сленг і ситуативні номінації. Дослідження також показало рухливість меж між неологізмами, інтернет-лексикою та молодіжним сленгом, оскільки окремі одиниці можуть одночасно поєднувати ознаки кількох категорій.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні матеріалу за рахунок інших китайських серіалів, проведенні кількісного аналізу виявленої лексики та зіставленні серіального мовлення з реальною комунікацією носіїв китайської мови в соціальних мережах. Перспективним також є дослідження того, як окремі інтернет-неологізми та сленгові одиниці переходять до повсякденного мовлення і поступово закріплюються в сучасній китайській мові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Jing-Schmidt Z., Hsieh S.-K. Chinese neologisms. *The Routledge Handbook of Chinese Applied Linguistics*. Abingdon, Oxon ; New York, NY : Routledge, 2019. C. 514. URL: https://doi.org/10.4324/9781315625157-34.

2. Tan Q. Linguistic analysis of Chinese neologisms from 2017 to 2021. *International Journal of Language and Literary Studies*. 2024. Т. 6, № 2. С. 260. URL: https://doi.org/10.36892/ijlls.v6i2.1449.

3. 吴宇. 网络流行语的语言特征及传播分析. 教育研究. 2026. Т. 9, № 7. С. 182. URL: https://doi.org/10.32629/er.v9i7.7248.

4. 吴金金. 网络流行语对青少年群体的影响研究. 教育研究与实践. 2025. Т. 1, № 9. URL: https://doi.org/10.63887/jerp.2025.1.9.61.

5. Ceccagno A., Basciano B. Compound headedness in Chinese: an analysis of neologisms. *Morphology*. 2007. Т. 17, № 2. С. 207–231. URL: https://doi.org/10.1007/s11525-008-9119-0.

6. Li Y., Wongwaropakorn W. Analyzing politeness and refusal speech acts in popular Chinese television drama series. *Cogent Arts & Humanities*. 2024. Т. 11, № 1. URL: https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2367327.

7. Тихонова О. Основні моделі утворення неологізмів у китайській мові. *Китайська цивілізація: традиції та сучасність : зб. ст.* Київ, 2009. С. 131–134. URL: https://nasplib.isofts.kiev.ua/handle/123456789/31332.

8. Сова М. В., Вечоринська Т. В. Словотвірно-структурні особливості нової китайської лексики, пов'язаної з пандемією коронавірусу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2021. Т. 2, № 47. С. 113–117. URL: https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.47-2.26.

9. Cook A. A typology of lexical borrowing in Modern Standard Chinese. *Lingua Sinica*. 2018. Т. 4, № 1. URL: https://doi.org/10.1186/s40655-018-0038-7.

10. Keane M. Television Drama in China: Remaking the Market. *Media International Australia*. 2005. Т. 115, № 1. С. 82–93. URL: https://doi.org/10.1177/1329878X0511500109.

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Дата першого надходження статті до видання: 02.09.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 06.11.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 24.11.2026