

УДК 811.581

Жигалов Игорь Сергеевич

Студент бакалавр

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Луганский государственный педагогический
университет»*

г. Луганск

**ГРАФИЧЕСКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОЙ КИТАЙСКОЙ
ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ: ОТ ИГРЫ С
ИЕРОГЛИФИЧЕСКИМИ КЛЮЧАМИ К СОЗДАНИЮ НОВЫХ
СМЫСЛОВ**

Аннотация

Данная статья посвящена исследованию графических неологизмов китайского языка, используемых в современной интернет-коммуникации, что особенно актуально в условиях активного развития цифровой среды. Автором анализируются лексические единицы, случайным образом отобранные в ходе исследования китайского интернет-дискурса. В работе рассмотрены факторы, влияющие на образование графических неологизмов в китайском языке, выделен ряд их лексико-семантических групп. Делается вывод о том, что графические неологизмы представляют собой не маргинальное явление, а значимый компонент современной китайской лингвокультуре, отражающий фундаментальные процессы взаимодействия языка, технологий и общества в цифровую эпоху.

Annotation

This article is devoted to the study of graphic neologisms in the Chinese language used in contemporary internet communication, which is particularly relevant in the context of the active development of the digital environment. The author analyzes lexical units randomly selected during the study of Chinese internet

discourse. The paper examines the factors influencing the formation of graphic neologisms in the Chinese language and identifies a number of their lexico-semantic groups. It is concluded that graphic neologisms are not a marginal phenomenon but a significant component of contemporary Chinese linguistic culture, reflecting fundamental processes of interaction between language, technology, and society in the digital age.

Ключевые слова: графические неологизмы, китайское иероглифическое письмо, языковая игра, декомпозиция, интернет-коммуникация.

Keywords: graphic neologisms, Chinese character writing, language play, decomposition, internet communication.

Китайский язык, будучи языком изолирующего типа, характеризуется высокой степенью омонимии. В путунхуа – официальном нормализованном варианте китайского языка насчитывается всего 414 слогов без учёта тонов и примерно 1300 с учётом тональных различий. При этом общее количество иероглифов в самом большом иероглифическом словаре «Дацзы» превышает 60 тысяч, что в свою очередь обуславливает уникальность китайской письменной системы.

Китайское иероглифическое письмо представляет собой уникальную знаковую систему, в которой графическая форма неразрывно связана со смыслом и звучанием. Это триединство создаёт исключительно благоприятную среду для языковой игры на графическом уровне. В эпоху цифровых коммуникаций, когда интернет стал основной площадкой для языкового творчества, феномен графических неологизмов переживает новый расцвет. Пользователи китайского интернета, стремясь к креативности и самовыражению, а также сталкиваясь с необходимостью обхода автоматизированных систем цензурирования контента, активно создают неологизмы. Под графическими неологизмами понимаются языковые инновации, создаваемые путём манипуляции с графической формой иероглифа. В основном такие манипуляции представлены декомпозицией

иероглифа на составные части, перекомбинацией его ключей или измененным написанием [1.].

Одним из наиболее ярких проявлений подобной игры с графической формой письма в современном китайском интернете является практика намеренной декомпозиции «нежелательных» или «табуированных» слов с последующим использованием их составных частей как самостоятельных знаков. Например, конструкции «扌 槩», представляющий собой разложение иероглифа 操 (cāo) – слова, которое в определённых контекстах воспринимаются как бранная лексика. Такие комбинации представляют собой «физическую сегментацию» иероглифа, при которой графические элементы, обычно находящиеся в иерархической связи, высвобождаются и обретают определенную самостоятельность. В случае «扌 槩» левая часть (扌, «рука») и правая часть (槩) разъединяются, и их раздельное написание может создавать эффект визуального усиления семантики своей изначальной цельной формы. Важнейшей причиной распространения этой практики является необходимость обхода автоматизированных систем фильтрации контента. В условиях усиления контроля над интернетом пользователи вынуждены искать обходные пути для выражения эмоций [2.].

Помимо декомпозиции, графические неологизмы создаются путём нестандартной комбинации существующих ключей. Например, иероглиф 酒 jǐu «вино» содержит ключ «вода» (氵). Замена ключа на «травы» (艹) даёт несуществующий, но потенциально читаемый иероглиф 茜, который, например, в рекламном слогане может намекать на содержание трав в составе напитка. Особенно ярко эта тенденция проявляется в названиях брендов и слоганах. Для записи названия десерта моти (móti) производители иногда «изобретают» иероглифы, комбинируя ключи так, чтобы они не только передавали звучание, но и визуально намекали на значение: один знак содержит указание на кунжут, другой на сладкий картофель, а

дополнительный ключ 米 («рис») напоминает о том, что продукт сделан из риса. Хотя таких иероглифов нет в стандартных словарях, их значение интуитивно понятно носителям языка благодаря использованию узнаваемых графических компонентов [2., 3.].

Следует также отметить, что интернет-неологизмы часто демонстрируют семантическую непрозрачность, которая коррелирует с узнаваемостью и запоминаемостью. Пользователь, впервые сталкивающийся с данным явлением или человек не осведомленный об особенностях колорита китайской культуры, не может понять его значения без дополнительного контекста. Хотя, именно эта сложность делает эти формы эффективными и как опознавательные знаки для членов определённого общества или группы, а также создает ощущение принадлежности для тех «кто в теме» [1., 5.].

Неологизмы занимают важное место в системе языка и выполняют ряд социокультурных функций многообразны. Во-первых, это игровая функция: языковое творчество как самоценность, интеллектуальное развлечение, приносящее удовольствие самим процессом конструирования и расшифровки, как способ творческого самовыражения. [4.] Также можно выделить идентификационную функцию: способность расшифровать эти знаки сигнализирует о принадлежности к определённому сообществу «посвящённых», разделяющих общие ценности, юмор и эстетические предпочтения.

Таким образом, графические неологизмы в современной китайской коммуникации – это не просто курьёз или «порча языка», а сложное, динамично развивающееся явление, отражающее фундаментальные процессы взаимодействия языка, технологий и общества в цифровую эпоху. Основными типами этого явления являются декомпозиция существующих иероглифов, нестандартные комбинации ключей. И хотя не редко движущей силой для образования неологизмов выступает необходимость обхода цензуры, они как явление представляют собой результат стремления к творческому самовыражению, потребности в маркерах групповой идентичности и желания

комментировать социально чувствительные темы. Понимание этого явления необходимо для адекватного анализа современной китайской лингвокультуры и её адаптации к вызовам XXI века.

Литература

1. **Воронина, М.К.** Тенденции развития китайской Интернет-лексики / М.К. Воронина, С.Ю. Глушкова, Р.Р. Хайрутдинов. – Текст: электронный // Казанский вестник молодых ученых. – 2019. – №3. <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-kitayskoj-internet-leksiki> (дата обращения: 16.04.2026). – Режим доступа: Научная электронная библиотека cyberlenink.ru.
2. **Лавренюк, Е.В.** Анализ экстралингвистических аспектов образования неологизмов в китайском языке / Е. В. Лавренюк. Текст: электронный // Балтийский гуманитарный журнал. – 2016. – № 4 (17). – С. 80-83. <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-ekstralingvisticheskikh-aspektov-obrazovaniya-neologizmov-v-kitayskom-yazyke/viewer> (дата обращения: 16.04.2026). – Режим доступа: Научная электронная библиотека cyberlenink.ru.
3. **Лавренюк, Е.В.** Неологизмы в современном китайском языке / Е. В. Лавренюк. Текст: электронный // Научный диалог. – 2016. – № 7 (55). – С. 56-67. <https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmy-v-sovremennom-kitayskom-yazyke> (дата обращения: 16.04.2026). – Режим доступа: Научная электронная библиотека cyberlenink.ru.
4. **Тихонова, Е.В.** Неологизмы в китайском языке: пути появления и классификация / Е. В. Тихонова, Ю. П. Леонтьева. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 18 (98). – С. 536-538.
5. **Хаматова, А.А.** Тенденции развития лексики китайского языка в начале XXI века / А.А. Хаматова. Текст: непосредственный // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2012. – № 4 (21). – С. 9–13.