

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра японської філології**

**Кваліфікаційна робота магістра з японської філології**

**на тему: «Лексичні особливості японської мови молоді та сленгу, та  
способи їх перекладу на українську мову»**

*Допущено до захисту*  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ року

студентки групи МПяп 51-18  
факультету сходознавства  
освітньо-професійної програми Галузевий  
переклад: японська мова, англійська мова  
за спеціальністю 035 Філологія  
Костишин Наталії Ярославівни

*Завідувач кафедри*  
*японської філології*

Науковий керівник:  
кандидат педагогічних наук, доцент  
Свердлова Тетяна Геннадіївна

\_\_\_\_\_ Пирогов В. Л.

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ СЛЕНГ.....	6
1.1. Етимологія поняття «сленг».....	6
1.2. Види та особливості сленгу.....	13
1.3. Причини появи сленгізмів серед японської молоді та методи їх утворення.....	18
1.4. Сучасні зміни сленгізмів молодіжної мови в Японії.....	22
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРЕННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ ЯПОНСЬКИХ ОДИНИЦЬ СЛЕНГУ.....	27
2.1. Граматичні аспекти перекладу сленгових одиниць.....	29
2.2. Способи утворення сленгових одиниць.....	36
Розділ 3. ЯПОНСЬКИЙ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГ. СЛЕНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	40
3.1. Сленг в соціальних мережах.....	40
3.2. Ексклюзивний сленг в текстових повідомленнях.....	48
3.2.1. Гярумоджі.....	51
3.3. Передача емоцій у повідомленнях за допомогою сленгізмів.....	54
ВИСНОВКИ.....	56
要約.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
70. <a href="https://www.asianlanguageschool.com/10-japanese-slang-words-useful-to-know/">https://www.asianlanguageschool.com/10-japanese-slang-words-useful-to-know/</a> .....	65
71. <a href="http://www.angelfire.com/anime4/jslang/jibiki.htm">http://www.angelfire.com/anime4/jslang/jibiki.htm</a> .....	66
72. <a href="https://www.yaponskii.com/besplatnie-materiali-po-yaponskomu-yaziku/slang/yaponskiy-internet-sleng-kwsk-dd.html">https://www.yaponskii.com/besplatnie-materiali-po-yaponskomu-yaziku/slang/yaponskiy-internet-sleng-kwsk-dd.html</a> .....	66
73. <a href="http://www.amazon.com/Guide-Japanese-Grammar-approach-learning/dp/1469968142">http://www.amazon.com/Guide-Japanese-Grammar-approach-learning/dp/1469968142</a> .....	66
74. <a href="http://www.guidetojapanese.org/grammar_guide.pdf">http://www.guidetojapanese.org/grammar_guide.pdf</a> .....	66
75. <a href="http://itunes.apple.com/app/learning-japanese/id377785100?mt=8">http://itunes.apple.com/app/learning-japanese/id377785100?mt=8</a> .....	66
76. <a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alexisblaze.japanese_grammar">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alexisblaze.japanese_grammar</a> .....	66
77. <a href="https://www.google.com.ua/amp/s/pikabu.ru/story/novyiy_sleng_yaponii__otsukaresss_6192237%3fview=amp">https://www.google.com.ua/amp/s/pikabu.ru/story/novyiy_sleng_yaponii__otsukaresss_6192237%3fview=amp</a> .....	66
78. <a href="https://www.omoshiroi-nihongo.com/http://site/yaponskij-sleng/yaponskij-sleng-i-internet-sleng-yaponii/">https://www.omoshiroi-nihongo.com/http://site/yaponskij-sleng/yaponskij-sleng-i-internet-sleng-yaponii/</a> .....	66
79. <a href="http://www.sakura-house.com/blog/ru/2015/05/10/японский-сленг/">http://www.sakura-house.com/blog/ru/2015/05/10/японский-сленг/</a> .....	66
80. <a href="http://studia-linguistica.knu.ua/derivatizacija-bazovoi-slovotvorchoi-modeli-svij-chuzhij-v-japonskij-movi-z-pogljadu-istorichnoi-dinamiki-form-japonskogo-pisma-diahronichnij-ta-sinhronichnij-aspekti/">http://studia-linguistica.knu.ua/derivatizacija-bazovoi-slovotvorchoi-modeli-svij-chuzhij-v-japonskij-movi-z-pogljadu-istorichnoi-dinamiki-form-japonskogo-pisma-diahronichnij-ta-sinhronichnij-aspekti/</a> .....	66
ДОДАТКИ.....	67
Додаток А.....	67

## ВСТУП

**Актуальність даної магістерської роботи обумовлена** тим, що молодіжна лексика, як в японській мові, так і в інших мовах є однією з найменш вивчених. Оскільки, молодіжна лексика в цивілізованому світі, стрімко змінюється, беручи запозичення з іноземних мов, у теле- і радіопередачах, в друкованих виданнях, в кінематографії, а також на різних форумах і сайтах в Інтернеті. Дана магістерська робота сприяє вирішенню проблеми вивчення молодіжної лексики японців, їх сутності та основних відмінних рис досліджуваного явища.

Мова - могутній засіб спілкування людей для передавання, приймання і використання інформації. Будучи знаряддям спілкування, мова відображає особливості його носіїв, їх культуру а також історію, реагує на всі зміни в суспільстві. Сучасний світ розвивається швидкими кроками і разом з ним в постійному розвитку знаходиться мова кожного суспільства зокрема.

Людське спілкування - один з найважливіших показників освіченості та ерудованості. Від того як буде відбуватися спілкування залежить сприйняття людини суспільством, авторитет у суспільному та у професійній діяльності.

Виникнення особливої молодіжної лексики пов'язується з провідною роллю засобів масової комунікації та відповідним рівнем життя, завдяки чому створюються нові ринки специфічної продукції, що спрямовані перш за все на сучасну молодь.

**Об'єктом дослідження** є сленг, а також його семантичні та функціональні особливості серед японської молоді.

**Предметом дослідження** є сукупність загальнолексичних понять, правил, концепцій і теорій сленгу в японській мові.

**Завдання дослідження:**

- визначити теоретичні поняття молодіжного сленгу в Японії;
- проаналізувати основні чинники виникнення і комунікативні функції, а також проблематику етимології молодіжного жаргону в Японії;
- розкрити словотвірний потенціал сучасного сленгу, вказавши шляхи формування сленгу і джерела його поповнення;
- описати новітні явища у розмовній мові японської молоді;
- виявити специфіку функціонування одиниць досліджуваного явища.

**Наукова новизна даної роботи** полягає в тому, що вперше в японознавстві робиться спроба комплексного вивчення молодіжного сленгу. Лексичні, граматичні, комунікативні особливості японського сленгу в українському мовознавстві до цього часу не описувались.

**Практична значимість** полягає в можливості використання результатів даної роботи в курсах лекцій зі стилістики та лексикології.

**Методи дослідження структури роботи:**

Структурно робота розділена на вступ, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

У вступі наводиться актуальність даної магістерської роботи, предмет та об'єкт її дослідження, методи дослідження, до яких зверталися, а також цілі, поставлені перед написанням роботи.

У першому розділі розглядаються різні концепції сленгу, а також етимологія поняття «сленг». Сленг розглядається як мовне явище, притаманне кожній мові світу. У підпунктах даного розділу більше уваги приділяється видам, особливостям, причинам появи та сучасним змінам сленгізмів молодіжної мови в Японії.

Другий розділ присвячений особливостям, словотворенням та перекладу одиниць сленгу. Наведена низка прикладів граматичних аспектів перекладу сленгізмів відомих вчених та перекладачів. Також в даному розділі описуються способи утворення сленгових одиниць та використання їх у повсякденному житті.

У третьому розділі розглядається найбільш популярна низка сленгових одиниць, а саме інтернет-сленг. У цьому розділі широко описується сленг у соціальних мережах, способи його використання серед населення. Також в даному розділі зібрані найпопулярніші, ексклюзивні приклади сленгізмів у текстових повідомленнях. Наприкінці розділу описується «Гярумоджі». Гярумоджі — це система письма, що була створена японськими школярками для ведення переписки з телефонів. Також Ви можете ознайомитись з способами вираження емоцій у повідомленнях за допомогою сленгових одиниць.

У висновках наводяться основні тези щодо результатів аналізу теоретичної сторони питання та щодо проведеного дослідження. Розглядається, чи було досягнуто поставлених завдань та цілей, про які йшлося у вступі.

Також дана магістерська робота містить резюме іноземною мовою, де зібрано основні тези даної праці та коротко наведено головні ствердження та припущення, до яких ми прийшли під час написання даної магістерської роботи.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ СЛЕНГ

### 1.1. Етимологія поняття «сленг»

Поняття «сленг» - це ряд слів а також виразів, що зародилися у відокремленої групи людей, найбільш поширено спостерігається серед молоді. Сленг розвивається, змінюється дуже швидко, він може як легко утворитися, так і легко зникнути. Ці всі зміни відбуваються для спрощення усної мови. Сленг - дуже живе та динамічне утворення. Його використовують у різних сферах суспільного життя.

За однією з версій, англ. slang походить від sling (метати, кидати). У таких випадках згадують архаїчне to sling one's jaw — говорити щось буйне і образливе. Згідно іншої версії, "сленг" сходить до slanguage, причому початкова буква s нібито додана до language в результаті зникнення слова thieves; тобто спочатку йшлося про злодійську мову thieves' language.

Сленг за своїми лексико-семантичними особливостями належить до специфічних засобів мовного спілкування, за допомогою яких реалізується людська необхідність й здатність ототожнювати власну особистість із різноманітними соціальними угрупованнями, а звідси витікає невинний процес утворення соціолектів. З погляду ідентифікації поняття, «сленг» є більш ширшим за своїм значення, аніж жаргон чи аргю. У деяких джерелах, де не відбувається синонімічного використання цих визначень, жаргон та аргю вважають підпорядкованими частинами цілого мовного явища - сленгу.

Сленг характеризується більш менш яскраво вираженим фамільярним забарвленням переважної більшості слів і словосполучень. Ця властивість сленгу обмежує стилістичні межі його вживання.

Фамільярне емоційне забарвлення багатьох слів і виразів сленгу відрізняється великою різноманітністю відтінків (жартівлива, іронічна, глузлива, зневажлива, презирлива, груба і навіть досить вульгарна). Жаргон – соціолект (один з різновидів соціальних діалектів), який відрізняється від літературної мови використанням специфічної, експресивно забарвленої лексики, синонімічної до слів загального вжитку, а також фразеології, часом особливостями вимови. При перекладі жаргонізмів використовується описовий переклад, тлумачення і роз'яснення предметно-логічного значення.

Залежно від сфери вживання сленг можна підрозділити на загальновідомий і загальноживаний (General Slang) і маловідомий і вузьковживаний (Special Slang).

Багато слів і виразів сленгу незрозумілі або малозрозумілі для основної маси населення (особливо в період їх виникнення і переходу в ширшу сферу вживання), тому що вони пов'язані з своєрідною формою виразу, наприклад, при численних випадках перенесення значення (фігурального вживання), такого характерного для сленгу.

Незрозумілість може також бути результатом того, що ці сленгізми є запозиченнями з діалектів і жаргонів іноземних мов. Сленг включає різні слова і словосполучення, за допомогою яких люди можуть ототожнювати себе з певними соціальними і професійними групами.

Сленг — це яскравий, експресивний шар нелітературної лексики, стиль мови, яка займає місце, прямо протилежне формальній мові. Сленг — це жива, рухома мова, яка йде в ногу з часом і реагує на будь-які зміни в житті країни і суспільства.

Сленгові номінації за своєю природою можна віднести до окремих лексично-стилістичних утворень. Сленгові новоутворення можуть носити стилістично нейтральний та стилістично знижений характер. Саме ці поняття

являють собою підґрунтя для встановлення взаємозв'язку між культурою мовлення та сленговою лексикою. Стилістично нейтральні сленгізми не засмічують мови, а стилістично низькі вважаються явищем деструктивним. У переважній більшості випадків, коли йдеться про молодіжний сленг, люди звертаються саме до тих лексичних одиниць, які є стилістично зниженими. Якраз через це виникає нерозуміння молодіжної субмови, її заперечення, що одночасно провокує вживання не лише даних лексем, але і перехід на нецензурну лексику.

Труднощі розкриття походження терміну поглиблюється, його багатозначністю та різними трактуваннями сленгу, авторами словників та спеціальних досліджень. В Японії сленг виник не так давно, приблизно в 1950 роках тому, що Японія довгий час була закритою від інших країн. На думку дослідників, сленг є вторинним утворенням порівняно з жаргонами й арго, що адаптує до своїх потреб запозичені одиниці. Значення слова «сленг» близьке до поняття «розмовна мова», але на відміну від них воно має суттєве соціальне маркування.

Тлумачний словник Т.Ф.Єфремової наводить таку дефініцію «сленгу»:

«Сленг - сукупність слів і виразів, уживаних представниками певних груп, професій і т.п., що складає шар розмовної лексики, який не відповідає нормам літературної мови» [13, 425с.] .

Із лінгвістичної точки зору найбільш вдалим є формулювання, наведене дослідницею В.О.Чеховська:

«Сленг - це стиль мови, що посідає місце, антитетичне занадто формальній, офіційній мові» [37, 94с.] .

Використання сленгу — розповсюджене явище у всіх сучасних мовах. І, хоча сленг для кожної соціальної групи свій, багато сленгових слів знайомі абсолютно всім носіям мови. Суспільство потребує нової лексики, що буде називати та описувати культурні і соціальні явища як можна точніше та лаконічніше. Саме тому сленг набуває широкого розповсюдження. Так,



наприклад, учителі чудово розуміють сленг школярів і використовують деякі його елементи у своєму спілкуванні.

Основними ознаками сленгу є:

- емоційність;
- невимушеність;
- неофіційність;
- коротка форма.

Емоційність сленгу пояснюється тим, що нове слово (або набуття вже існуючим словом нового значення) реалізує потребу виразити те чи інше переживання, емоцію. Окрім того, в контексті інтернет-сленгу, який розглядатиметься далі у даній роботі, сленгові лексичні одиниці не рідко покликані виражати емоцію мовця, оскільки текстова переписка не дозволяє виразити переживання за допомогою невербального спілкування.

Невимушеність — ще один показник сленгу, оскільки сленгові слова використовуються найчастіше саме у неформальному спілкуванні. Не рідко саме їх використання задає тон бесіди, підказує, що можна розслабитись та виразити свої думки і переживання максимально просто і доступно.

Із попереднього пункту випливає ще одна характеристика — неофіційність сленгу. Сленгові слова не зустрінеш у документах, на серйозних засіданнях чи під час ділових переговорів. Використання такої лексики вимагає умов невимушеного неофіційного спілкування, інакше застосування сленгу буде недоречним, грубим а також фамільярним.

Оскільки сленг — явище розмовного стилю, його важливою характеристикою є коротка та лаконічна форма вираження, зручна для вживання в соціумі. В контексті інтернет-сленгу це можуть бути аббревіатури, скорочення, передача цілого смислового повідомлення за допомогою мінімальної кількості графічних знаків, приміром, емоджі чи піктограм.

Сленгові слова виникають у колективі щоб виділити важливі для даного колективу побутові поняття. Молоді люди, часто захоплюючись чимось,

використовують слово "чудовий", але їм треба більше схожих за значенням слів, можливо, з різними емоційними відтінками, щоб більш точно передати свої почуття.

Говорячи про сленгові слова, варто виділи основні способи їх створення:

- калька;
- напівкалька;
- фонетична мімікрія.

Калька, або цей спосіб ще називають калькуванням, це утворення нового слова, фрази чи фразеологізму через буквальний переклад відповідного іншомовного елемента. У свою чергу, напівкалька — неповний переклад з іншої мови: частина слова або вислову перекладається, а частина залишається без перекладу.

Фонетична мімікрія — імітування звучання того чи іншого слова іноземною мовою. Цей спосіб творення сленгових слів часто використовується японцями. І, не дивлячись на те, що інтернет-сленг існує виключно у письмовій формі, велика кількість аббревіатур і скорочень утворилися саме на основі звучання слів, особливостей їх вимови чи співзвучності.

В японській лінгвістиці існує декілька визначень сленгу під терміном «молодіжна мова» (вакамоно або вакамоно-котоба) в широкому сенсі на думку Лапової Е.Б: «сукупність фонетичних, лексичних та граматичних особливостей мови неформального спілкування молоді, що належить до певної вікової категорії». У вузькому сенсі цього терміна мається на увазі лише лексика, використовувану молоддю в умовах невимушеного спілкування [20, с. 11] .

Поняття «молодіжна мова» не обмежується емоційно забарвленою і стилістично зниженою молодіжною лексикою або будь-якими специфічними словосполученнями і виразами. В цілому молодіжний сленг виділяється при взаємодії різних рівнів мови. Іншими словами, під терміном "молодіжний жаргон" розуміється сукупність лексичних, граматичних і графічних явищ, характерних для молодіжної мови.

Благовіщенська О.В. розділяє мову молоді за ознакою соціальної віднесеності на три основні групи: 1) мова учнівської молоді; 2) мова молодих жінок-службовців; 3) мова працюючих молодих чоловіків. Більшою мірою поширені перші і другі групи вакамоного. Лексика, така, наприклад, як студентська (відображає навчальний процес), або молодих жінок-службовців (пов'язана з роботою в тій чи іншій компанії), не має перспектив вийти за межі жаргонного вживання, а слова, що позначають різні предмети побуту, пов'язані з розвагами і т.п., можуть з часом увійти в широкий ужиток і стати частиною загальнонаціональної мови [4, с. 8] .

Молодіжний жаргон характеризується рухливістю і нестійкістю лексичного складу. Кожна нова одиниця молодіжної мови через кілька місяців після своєї появи починає сприйматися молоддю як застаріла і перестає ними активно вживатися. Деякі лексичні одиниці настільки міцно закріпилися в сучасній мові, що кожне нове покоління не може уникнути їх вживання, але також вживає нові слова і створює нові засоби вираження [4, с. 14] .

Іноуе Фуміо розробив детальну класифікацію молодіжної лексики по вживаності. Дана класифікація ґрунтується на двох критеріях: використовуванність / невикористовуваних творцями нових слів цих лексичних одиниць після переходу в іншу вікову категорію і уживана / невикористовуваних цих одиниць наступними поколіннями молоді.

На основі зазначених критеріїв Іноуе Фуміо виділяє чотири групи:

- Ічіджу-рю: ко: го (тимчасові модні слова) - слова, які вживаються певним поколінням молоді, але виходять з ужитку у даного покоління при переході в іншу вікову категорію і не використовуються наступними поколіннями молоді;
- ко: хо: того (слова когорти) - лексичні одиниці, які не виходять з ужитку у покоління-творця при переході в іншу вікову групу, але не успадковуються наступними поколіннями молоді;

- вакамоно-седайго (слова певного покоління молоді) - лексика, яка виходить з ужитку у певної групи студентів при переході в іншу вікову категорію, але продовжує використовуватися в мові наступних поколінь студентів цього ж університету;
- Генг-Хенка (слова із зміненою формою) - лексичні одиниці, які успадковуються наступними поколіннями молоді, але при цьому не припиняють вживатися створив їх поколінням після переходу в іншу вікову групу [15, с. 24] .

Іноуе Фуміо відзначає, що в строгому сенсі під терміном вакамоно (молодіжна мова) слід розуміти вакамоно-седайго (слова певної вікової групи молоді) [15, с. 21] .

Молодіжна мова відрізняється стилістично маркованою лексикою з яскравою емоційно-експресивним забарвленням. Майже всі молодіжні слова несуть в собі великий заряд іронії. У зв'язку з цим у багатьох лінгвістів виникає проблема точного тлумачення жаргонізмів. Кожен, хто використовує в промові жаргонні слова і вирази, вільно збагачує їх своїми смисловими відтінками. Словники молодіжної лексики складаються в основному на базі матеріалу, отриманого в результаті опитування молоді, а отже, не позбавлені суб'єктивізму [4, с. 18] .

Більшість молодіжних сленгів однозначні. Як правило, у однієї лексичної одиниці може бути максимум два значення. У молодіжному мовою спостерігаються дві взаємопов'язані семантичні тенденції. «З одного боку, в молодіжній лексиці функціонує велика кількість точних дублетних синонімів. З іншого боку, кожне слово є гранично функціональним, і, як наслідок, у молодіжній мові виявляються ретельно розроблені окремі семантичні поля. Існування подібних синонімічних рядів і наявність таких семантичних комплексів свідчать про значущість для носіїв жаргону тієї чи іншої реалії: чим більше людині доводиться стикатися з певною ділянкою дійсності, тим більше слів і виразів з'являється в мові для позначення предметів і явищ, що

привертають увагу молоді в даній сфері» - дане дослідження проводила Благовіщенська О.В. у своїй дисертаційній роботі.

У молодіжній сленговій лексиці постійно відбуваються зміни. Тривалість вживання у одних одиниць виявляється порівняно коротким, у інших - більш довгим. Деякі слова і вирази, які не виходять з ужитку протягом довгого часу можуть змінювати своє значення або здобувати нові смислові відтінки [4, с. 21].

Виникнення молодіжного сленгу обумовлено низкою факторів насамперед соціально-психологічного та історичного характеру, але звертають на себе увагу і власне лінгвістичні чинники - наявність у мові молоді не тільки своєрідних, але й особливих значень; недолік вже наявних в стандартній мові засобів порівняння.

Основними комунікативними функціями молодіжного сленгу слід вважати розважальну, «стимулювання бесіди», об'єднавчу, створення образу, алегоричну, пом'якшення висловлювання і зняття стресу, головними з яких є розважальна функція і функція «стимулювання бесіди».

Основною метою створення нових одиниць в молодіжному сленгу є прагнення зробити мову більш експресивною та оригінальною. Молодіжний словотвір, з одного боку, здійснюється в рамках мовної системи і відображає процеси, що відбуваються в загальнонародною мовою, з іншого - виявляє риси, не властиві стандартній мові.

## **1.2. Види та особливості сленгу**

Сленг виникає, як правило, в мові певного соціуму, в певній соціальній професійній групі і тим самим у багатьох випадках вважаються "нестандартними". Наприклад, Е. Партрідж, визначав сленгізм як "слово або фразу, що ще не прийняті в стандартну мову" [46].

Соціопсихологічна мотивація, що зумовлює використання у мовленні сленгових лексичних одиниць, перебуває у площині сміхової, неофіційної

культури. Сміхова культура відповідає рівню довербального, інтелекту, дій та образів (З. Фрейд). Первісне світовідчуття, відбите у мові, відзначається емоційністю, перевагою конкретного над абстрактним, різким протиставленням “свого” та “чужого” тощо.

Переважно таке світовідчуття виявляє себе опосередковано, що підтверджують, наприклад, сленгові номінації на позначення особи за належністю до певної раси: людина, що відрізняється кольором шкіри, очей, вимовою тощо, кваліфікується як чужа, ворожа, що й відображається у відповідних сленгових лексичних одиницях.

Класифікувати сленг можна за різними ознаками. Наприклад, за стилістичними ознаками слова сленгу можна поділити на звичайні, тобто нейтральні, та згрублі (нецензурна лексика). Важливим чинником у творенні сленгових лексем є спорідненість інтересів осіб, які формують різновид цього ненормативного утворення.

У середовищі людей, що мають справу з комп'ютерами, найчастіше використовуються жаргонні слова англomовного походження. Це викликано насамперед тим, що англійська є мовою комп'ютерних технологій.

Свої сленгові новотвори мають люди, які цікавляться автомобілями, книголюби, газетярі, спортсмени та багато ін. До того ж у кожній з названих груп можна виділити свої підгрупи. Наприклад, спортивний сленг поділяється на сленг футболістів, хокеїстів, плавців та ін..

Практично кожна група людей, яких об'єднують спільні інтереси або вік, має свій особливий тип мовлення, що реалізується у сленгових новоутвореннях і притаманний лише цій групі. Групи можуть поділятися на підгрупи не лише за спорідненістю інтересів, а й за середовищем спілкування. Зокрема молодіжний сленг є неоднаковим відповідно до середовищ спілкування. Кожне з таких середовищ має свої відмінності, і сленг озвучує реалії життя саме у цьому оточенні [22, с.354].

Аналізуючи сфери вживання, в яких в тій чи іншій мірі присутній сленг, можна виділити такі лексико-семантичні типи:

1. Назви живого: люди, тварини;
2. Назви продуктів господарської, технічної та соціальної діяльності людини;
3. Назви абстрактних понять: явищ, ситуацій, подій.

Зазначені лексико-семантичні угруповання являють собою розгалужену та багаторівневу організацію груп, тобто:

1. Назви живого: люди, тварини :

- Назви тіла, організму, їх частин, продуктів життєдіяльності;
- Назви людей і тварин.

2. Назви продуктів господарської, технічної і соціальної діяльності людини:

- Назви продуктів господарської та соціальної діяльності людини;
- Назви матеріальних продуктів діяльності людини.

3. Назви абстрактних понять: явищ, ситуацій, подій:

- Назви стану речей, життєвих обставин;
- Назви фізичного стану і властивостей людини, її організму;
- Назви емоційного стану людини, його виявів;
- Назви властивостей особистості, її поведінки, вчинків;
- Назви процесів передачі інформації, актів мовлення, спілкування;
- Назви творів мистецтва;
- Назви соціального стану, засад, соціальних відносин;
- Оцінно-характеризувальні назви.

Важливим чинником у творенні сленгових лексем є спорідненість інтересів осіб, які формують різновид цього ненормативного утворення, адже сленг — це мова, зумовлена специфікою діяльності членів відповідної соціальної групи. Сленг є неоднаковим відповідно до спілкування.

Кожне з таких середовищ має свої відмінності і сленг озвучує реалії життя саме у цьому оточенні. Отже, за соціальною приналежністю до певної групи людей, часто групи за інтересами або професією, лексичні одиниці сленгу можна поділити, наприклад, на такі, що вживаються:

1. У середовищі людей, що мають справу з комп'ютерами:

Сленг Інтернет мереж, програмістів, ігровий сленг

2. В навчальних закладах:

Шкільний, студентський сленг

3. Серед тих, хто захоплюється спортом:

Сленг плавців, танцюристів, футбольних хуліганів

4. Серед воєнних:

Сленг солдатів, льотчиків

5. В середовищі людей, пов'язаних із публіцистикою:

Сленг ЗМІ, сленг любителів книг

6. В середовищі людей, пов'язаних із законодавством:

Сленг юристів, політичний сленг

7. В середовищі низів суспільства та кримінальному світі:

Сленг наркоманів, злочинців, засуджених.

Практично кожна група людей, яких об'єднують спільні інтереси, має свій особливий тип мовлення, який реалізується у сленгових новоутвореннях і є притаманним лише цій групі.

Приміром, у ЗМІ є власний сленг. Велика роль, яка належить в сучасному суспільстві засобам масової інформації, зумовлює те, що ця сфера є місцем зародження багатьох мовних інновацій, письменники та журналісти нерідко є авторами нових слів і словосполучень. Більшість таких слів-неологізмів пов'язані із різноманітними сферами людської діяльності, в той же час постійно виникають новоутворення, які безпосередньо співвідносяться з самими засобами масової інформації.

Велика роль у суспільстві засобів масової інформації зумовлює не тільки прикріпленість до цієї сфери певної частини інновацій, але й той факт, що вона є сферою зародження значної кількості неологізмів загальномовного характеру, нових словотворчих елементів і головним каналом популяризації інновацій. "Таблоїдизація" медіа зумовлює стилістичну зниженість її мови, широке вживання сленгізмів, соціолектів.

Окрім ЗМІ, є й інші сфери, де активно формується сленг. Приміром, відносно новим фрагментом негативного соціального досвіду можна рахувати наркоманію. Адже саме її поширення викликало чи не найбільший вибух на периферії лексичної системи. І не дивлячись на те, що нові номінативні одиниці сфери наркоманії обмежені у використанні субкультурою наркоманів і



торговців наркотиками, вони стають відомими в зв'язку з широким висвітленням боротьби з наркоманією засобів масової інформації. В зв'язку з нелегальною торгівлею наркотиками особи, пов'язані з цією сферою діяльності, змушені створювати нові слова, притримуючись правила — засекретити свою справу.

Сленг має широкий діапазон вживання. Багато людей, а особливо молодь вживає сленг у своїй мові, тому що бажає бути сучасною, стильною. Інші користуються сленгом як засобом спілкування, який має відтінок відвертості, неформальності, виражає товариську і легкість спілкування. Молодіжний сленг вирізняється жвавістю, гнучкістю й несподіваною дотепністю.

Досить специфічною групою жаргонізмів молоді у не англомовних країнах є слова англійського походження. Їх можна поділити на кілька підгруп. Перша підгрупа складається зі слів, що і за звучанням, і за семантикою збігаються з англійськими, але графічно передаються літерами місцевої мови.

Другу підгрупу складають англійські слова, які в місцевому молодіжному жаргоні мають трохи інше значення, ніж в англійській мові.

До третьої підгрупи входять англійські слова, які отримали в жаргоні афікси, властиві місцевій мові.

Сленг молоді найбільш жваво реагує на всі події в житті. Він підхоплює і відображає нові явища і сам змінюється в процесі їх перетворень.

Молодь відноситься до тієї категорії населення, що постійно прагне до чогось нового. Школярам та студентам замало тих матеріалів та гаджетів, що є у вільному доступі. Саме з цієї причини вони постійно намагаються створити щось нове, або, принаймні, вдало повторити чиєсь досягнення. Для цього "нового" завжди має бути назва: коротка, зрозуміла і адаптована до того колективу, в якому молодь знаходиться.

Мовознавці створюють спеціальні словники сленгу, але ті стають застарілими вже через рік, оскільки одні сленгові слова швидко виходять з ужитку, а на їх місці одразу з'являються нові. Встигнути за такими швидкими змінами дуже важко, але саме вони показують, наскільки активно розвивається сленг. Але є слова, що не виходять із ужитку протягом десятків років. Дуже вдало це демонструє словник українського молодіжного сленгу, укладачем якого є Світлана Пиркало [29]. Словник було складено ще в 1997 році, але на його сторінках є велика кількість слів, що і зараз активно використовуються.

Отже, молодіжний сленг — нормальне для будь-якої мови явище, яке не потрібно сприймати як спалювання чистої мови. Молодь створює все нові слова, що стають популярними аналогами слів, звичних старшому поколінню. Молодіжний сленг є поки що малодослідженою темою, хоча багато мовознавців вже почали у своїх працях приділяти увагу сленгу, а деякі навіть уклали цілі словники. Дана тема потребує більш детального вивчення, оскільки сленг все більше впливає на зміни літературної мови, а деякі сленгові слова вже стають словами загального вжитку.

### **1.3. Причини появи сленгізмів серед японської молоді та методи їх утворення.**

Сленгізми японської молоді, фундамент яких складають загальнонаціональні фонетичні й граматичні основи мови, існують в окремих більш-менш замкнутих референтних групах. Повнота функціональності цього мовного потоку залежить безпосередньо від історичних подій на даній території поширення.

Для багатьох країн одним із основних джерел словникової бази для створення сленгу є англійська мова. Не є виключенням і Японія, де молодь орієнтується на американців, переймає їх традиції, свята, культуру та особливості спілкування.

Дослідження сленгу проводяться вітчизняними та зарубіжними лінгвістами давно. Передумовою до вивчення сленгу в першій половині 20 століття стали фундаментальні дослідження вченими таких явищ, як просторіччя (В.В. Виноградов), соціальні діалекти (В.М. Жирмунський, Л.П. Якубинський, Є.Д. Поливанов), міське просторіччя (Б.О. Ларін).

Увага філологів до нелітературних форм мови з новою силою проявилася в 90-х рр. ХХ століття, що було зумовлено змінами в мові на тлі політичних, економічних і соціальних перетворень. У цей час відзначається найсильніший вплив жаргонної й просторічної лексики на літературну мову, спричинений

входженням у публічне життя представників різних соціальних груп — носіїв специфічних жаргонів й інших форм не літературного мовлення.

Водночас змінюється й психологічне ставлення людей до мови — норма (насамперед, на лексичному, стилістичному рівні) демократизується, стає більш вразливою щодо не літературних засобів. Еталонне мовне середовище більшою мірою в цей період формують ЗМІ, вони ж виступають джерелом популяризації сленгової та іншої ненормативної лексики.

На такому тлі, а також внаслідок названих екстралінгвістичних причин у мові кінця ХХ-початку ХХІ століття формується якісно нове явище — загальний сленг — особливий лексико-фразеологічний шар, що становить основу сучасного просторіччя, одиниці якого, втративши зв'язок зі своїм джерелом (корпоративним або професійним сленгом), стали поширюватися в усному розмовному мовленні, стаючи, таким чином, загальновідомими й уживаними широким колом носіїв мови незалежно від віку, рівня освіти, професії й інших соціальних характеристик.

Зв'язок формування загального сленгу зі змінами, що відбуваються в суспільстві, дозволяє розглядати це явище в контексті найважливіших проблем сучасної соціолінгвістики.

Виділяють два великі етапи розвитку сленгізованої мови у Японії:

I. Етап – початок розвитку сленгу датується у 50-ті роки. В цей час виявлялися прямі залежності динаміки мовного середовища та зростання популярності молодіжної течії.

II. Етап - апогей поширення сленгізмів у мові припадає на 80-ті роки ХХ століття. Саме цей період часу прийнято пов'язувати з початком масштабних соціальних перетворень, що відбувалися в житті цілої країни, а отже й в житті окремих індивідів.

Свобода, що прийшла в ті роки, торкнулась й мови громадян. Таким чином, поява детермінованих засобів соціальної комунікації, що являє собою різноманітні вияви обміну інформацією в суспільстві, уможливила дуже швидко еволюціонування такого поширеного явища, як сленг[9].

Один з найважливіших факторів, який стосується соціального характеру - поява молодого покоління японців, що виріс в епоху високого економічного розвитку (епоха Мейдзі), для якого характерна висока емоційність і прагнення брати участь в тому, що приносить задоволення. Перехід до суспільства споживання стимулював молодь вільно проявити себе в мовному плані. Особлива роль у розвитку молодіжної мови відводиться таким соціальним чинникам, як розвиток системи сервісу (поява ресторанів швидкого харчування, міні-супермаркетів і т.д.), поява в Японії високорозвиненої системи інформації, зокрема, широке використання пейджерів і мобільних телефонів, розвиток загальної культури говоріння (о-шябері бунка) [3, с. 25] .

Всі молодіжні лексичні одиниці тільки дублюють загальнонаціональну лексику. Значне число молодіжних лексичних одиниць виявляється стилістично зниженими синонімами лексем загальнонародної мови. Однак, не для всіх молодіжних слів можна підібрати точні відповідності в загальнонародною мовою. Для пояснення значення таких сленгів доводиться вдаватися до перифразам. У стандартній японській мові неможливо підібрати точний еквівалент для подібних одиниць. Таким чином, можна констатувати наявність в мові молоді понять, не властивих загальнонаціональній японській мові. Іншими словами, однією з цілей створення молодіжних одиниць виявляється компенсація відсутніх в загальнонародній мові слів. У цьому сенсі можна стверджувати, що молодіжний сленг несе лише одну лексичну функцію [3, с. 27] .

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що сленг кожного історичного відрізка відображав головні ознаки часу та мав своє індивідуальне смислове навантаження.

«Сленг - це живий організм, що перебуває в процесі постійних змін і оновлення. Він невпинно запозичує одиниці з жаргонів й інших підсистем мови, а також сам стає постачальником слів просторічного, розмовного ужитку

- така доля чекає популярний сленгізм, який за багаторазового повторення втрачає своє експресивне забарвлення» [14, 4с.] .

Поповнення та розповсюдження сленгу є, по-перше, іноземні мови, з яких власне вони запозичуються та, по-друге, звичайна літературна мова. У другому випадку зміст окремих слів набуває незвичних алогічних тлумачень, відбувається певного роду переінакшення лексичного значення слова.

Інтерпретаційні моделі сленгових одиниць різняться між собою, як лексико-семантичними значеннями, граматичними формами, так і методами словотворення.

Методи утворення сленгізмів мають різні шляхи власного розповсюдження. Це своєрідні вертикальні схеми, що відмінні за напрямком руху сленгу та місцем знаходження його кореня. У сучасному японському сленготворенні прослідковується незвичайний для цього лексичний процес. Суттю цього процесу виступає явище, коли сленгові слова створюються на вершині соціальної піраміди, а потім поширюються до її основи. Рух сленгу згори донизу ефективний в тих випадках, коли письменники, публіцисти, актори популяризують вже існуючий сленг або створюють свої сегменти соціолектів для подальшого їх розповсюдження. О.Д.Швейцер називає сленгові номінації такого роду «синтетичним сленгом» [36, 3с.] .

Отже, сленг багатофункціональний. Перш за все, він дає іронічний ефект - вже за способом словотворення він призначений саме для сленгу. Таким чином, можна стверджувати, що сленг - це невід'ємна частина мови.

Сленг робить мову більш короткою, конкретною, емоційно виразною, а також служить своєрідним знаком приналежності до певного соціального середовища. Істотною відмінністю сленгу є підвищена емоційність, тенденція "стислості" в словах та виразах, а також те, що сленг "обслуговує" вузьке коло людей, яке є дуже актуальним серед молоді.

Отже, сленг виступає специфічним мовним підтипом, який часто розглядають як порушення стандартних мовних норм. Це дуже виразні, іронічні слова та вирази, що слугують для позначення предметів, про які говорять в повсякденному житті, й стали невід'ємними частинами мовного середовища молоді Японії.

#### **1.4. Сучасні зміни сленгізмів молодіжної мови в Японії.**

В сучасній молодіжній мові виділяється особливість єдності усної та письмової мови. Молодь намагається максимально наближати письмову мову до усної. Особливо явно це проглядається в листах, що відправляються по електронній пошті та за допомогою мобільного зв'язку. При читанні подібних текстів створюється враження, що це лише письмова фіксація усного мовлення. Такий ефект досягається за рахунок вживання форм завершеного вигляду з-Тяу частинки дзя; використання заключних частинок са, не, е і т.д., що виражають різні емоції; активного вживання сленгових слів і т.п.

Існує ще одна особливість, яка полягає в тому, що молодь при оформленні письмових текстів вдається до графічних засобів, які не є характерними для спільної мови, таким, як запис слів японського походження за допомогою знаків абетки катакана, а також використання великої кількості так званих емодзі - символічного позначення різних виразів обличчя, дій, станів.

Серед новітніх видозмін в мові японської молоді велику увагу привертає «бум на діалекти» серед старшокласниць. Молодь підбирає діалектні слова для позначення найбільш важливих для неї понять, в першу чергу емоцій. Так, наприклад, використовується ряд префіксів з підсилювальним значенням з різних діалектів, що взагалі є стійкою тенденцією в молодіжній мові Японії [7, с. 10-14] .

З точки зору молоді, введення в мову ухильних виразів додає мові менш категоричний характер і дозволяє встановити дистанцію між суб'єктом мови і

адресатом. Вживання таких невизначених слів можна пояснити невпевненістю молоді в правильному підборі мовних зворотів, щоб не образити співрозмовника або порушити кордони його особистої сфери.

У свою чергу, молодь використовує видозмінені вітання. Це відбувається тому, що в останні роки студенти перестали сприймати університет тільки як навчальний заклад, він став для них місцем, куди вони приходять розважатися і спілкуватися між собою.

Що стосується ступеня ввічливості, то по відношенню до викладачів та старшокурсникам студенти використовують важливий стиль, проте останнім часом навіть при зверненні до «вищестоящим» нерідко стали вживатися фамільярно усічені варіанти вітання *こんにちは* «здрасуйте», такі як *こんにちは* *は* тива і тива: су. Суть даного явища полягає в тому, що, з одного боку, мовець прагне зберегти «субординацію», а з іншого - скоротити дистанцію між собою і «вищестоящим». Ця тенденція безпосередньо пов'язана із стилем спілкування японської молоді тамегуті, або тамего. Спочатку в молодіжній мові словосполучення *ためぐちをきく* мало значення «спілкуватися на рівних з рівними», тобто з друзями-ровесниками, але в даний час цей вираз придбало і інший відтінок - розмовляти фамільярно, без використання важливих форм, навіть в тому випадку, якщо співрозмовником є, старший за віком або за положенням у суспільстві. У цьому сенсі використання тамегуті критикується представниками старших поколінь японського суспільства як один із проявів «розхитування підвалин японської мови» [31, 94-103] .

При існуванні зазначених тенденцій у кожного мовця на «молодіжній мові» існують свої критерії вибору того чи іншого стилю в залежності від співрозмовника і ситуації спілкування, тобто можна говорити і про індивідуальне слововживання. Універсальних правил не існує. Проте тенденція до переходу на менш формальний стиль спілкування досить стійка.

До новітніх особливостей можна віднести мінливий характер молодіжного сленгу. Ця риса є проявом постійного «оновлення» молоді підростаючими дітьми та дорослішанням сьогоденної молоді Японії.

Молодіжний сленг нікому не нав'язується, як, наприклад, літературна мова, він просто існує. Носії молодіжного сленгу, шляхом його використання, намагаються відійти від одноманітного світу дорослих.

Сучасний молодіжний сленг деякі вчені розділяють на підгрупи, що є актуальними лише для певних представників молоді:

- шкільний;
- студентський;
- геймерський;
- комп'ютерний;
- хакерський;
- субкультурний.

Варто відмітити, що між геймерським, комп'ютерним та хакерським сленгом є суттєва різниця. Геймерський сленг використовується не всіма користувачами комп'ютерів, а основний лексичний склад пов'язаний із ігровими термінами та є, здебільшого, запозиченнями з англійської мови. Наприклад, "донатити" (англ. donate) — перераховувати кошти на рахунок інших гравців за їх гарну гру, "голда" (англ. gold) — золото, ігрова валюта.

Хакерський сленг складається з набагато складніших слів, що позначають різні комп'ютерні терміни і процеси, часто пов'язані з нелегальною діяльністю ("хакнути" — зламати, отримати доступ).

Комп'ютерний сленг є найбільш розповсюдженим, оскільки основний його лексичний склад становлять назви програм та операцій, які щоденно використовують користувачі ("юзери"): "вінда" — операційна система Windows, "матка" — материнська плата, "баг" — збій програми та ін..

Що ж стосується шкільного, студентського та субкультурного сленгу, то лексеми цих сленгових груп найчастіше описують людей, їх характеристики та



положення в суспільстві. Також сленгові слова цих груп часто відображають чи описують предмети та явища повсякденного життя і процесу навчання.

Сучасний молодіжний сленг також можна розділити на дві великі групи:

- розмовний сленг;
- інтернет-сленг.

Розмовний сленг використовується в усному спілкуванні. Часто основою для створення сленгових слів стають іноземні слова та цілі фрази рідною мовою, які довго вимовляються та пишуться, але є актуальними для молоді. Своє місце в системі розмовного сленгу займає і лайка, якою не гребують молоді люди.

Інтернет-сленг містить надзвичайно велику кількість слів, пов'язаних із різними інтернет-коміксами, назвами програмного забезпечення та сайтів. Такі популярні в наш час "гуглити", "твітити", "постити", "лайкати", "сьорфити" стали невід'ємною частиною спілкування не тільки молоді, але й людей середнього віку.

До інтернет-сленгу також можна віднести використання літер інших алфавітів та цифр при написанні слів рідної мови. Ще кілька років тому надзвичайно популярно серед молоді було замінювати у словах літеру "ч" на цифру "4", що стало інтернет-трендом, але зараз практично не використовується.

Окремим пластом сленгу є "слова-одноденки", що з'являються завдяки "вірусному" контенту з інтернету, проіснували від одного тижня до кількох місяців і були повністю забуті. Але що цікаво, через кілька років про ці слова згадують знову і починають активно використовувати. Але вже через кілька місяців про них знову забувають.

Як правило, слова, що перестали вважати модними повертаються до вжитку через п'ять-сім, а то і через десять-двадцять років і набувають нового рівня популярності. Саме тому зараз молодь знає ті слова, що їхні батьки чули ще в дитинстві.

Мовознавці створюють спеціальні словники сленгу, але ті стають застарілими вже буквально через рік, оскільки одні сленгові слова швидко виходять з ужитку, а на їх місці одразу з'являються нові. Встигнути за такими швидкими змінами дуже важко, але саме вони показують, наскільки активно розвивається сленг. Але є слова, що не виходять із ужитку протягом десятків років.

Таким чином, мовна компетенція та мовна поведінка цієї вікової групи визначається напрямком розвитку й інших соціальних підсистем мови, зокрема мови розмовної та літературної. Молодіжні сленгові номінації демонструють рівень культурних вподобань, інтересів, смаку та потреб їх носіїв. Фактично сленг відображає особливості світосприйняття та свідомості молоді, що виявляється в саркастично-критичному сприйнятті дійсності та травестіюванні офіційних мовних норм.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРЕННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ ЯПОНСЬКИХ ОДИНИЦЬ СЛЕНГУ.

Однією з основних цілей створення нових одиниць в молодіжній мові є посилення експресивності . Молодіжна мова характеризується не стійкістю та рухливістю лексичних одиниць. Деякі з них дуже закріпились в мові і кожне нове покоління вже не може уникнути їхнього вжитку. Починаючи з давніх часів можна зазначити, що особливості функціонування одиниць сленгу беруть свій початок з епохи Едо. В основі лежить мова міста Кіото плюс діалекти і від тоді почала розвиватися сучасна мова.

На кіотській мові почала розмовляти аристократія а згодом і всі інші класи населення. В Кіото переїхало дуже багато людей різного статусу та різного професійного розшарування, а саме: самураї, роніни (самурай без господаря), люди мистецтва, торговці, купці і багато інших. Завдяки цьому виник сленг адже сленг це характерна риса для будь якої мови в період урбанізації. Почали з'являтися так звані 位相誤 [いそうご][isougo] (фрази помилки)[8]. Цей жаргон виник в епоху Камакура але активно почали вживатись в епоху Едо.

Також в цей період відбулось так зване зловживання часткою [お] [O] [水] — [おみず] [mizu] [omizu] [вода]. Також цю літеру часто додавали до назв частин тіла [お足] [oashi] [нога].Також дуже розвивався самурайський сленг наприклад замість [です] вживали [でござる], досить оригінальними були слова-вітання お早うございます [ohayougozaimas ]"добрий ранок" самураї вживали цю фразу додаючи частку お早うござる [ohayougozaru]. Згодом сленг

почав ще активніше вживатись в мові і на даний момент є її невід'ємною одиницею.

Також згідно з статтею В. Л. Пирогова, ми можемо дійти до висновку, що перші сленгізми в японській мові з'явилися дуже давно, адже японці запозичували безліч слів з китайської мови переробляючи їх.

У даній статті «Дериватизація базової словотворчої моделі «свій-чужий» в японській мові з погляду історичної динаміки форм японського письма: діахронічний та синхронічний аспекти» зроблено спробу дослідити умови зародження і подальшої дериватизації базової словотворчої моделі «свій-чужий» в японській мові на тлі історичної динаміки форм японського письма. Попри те, що Японія і японці вважаються генетично відокремленими від решти світу, їм неодноразово доводилося стикатися із зовнішнім впливом, зокрема, сприймати і засвоювати норми та стереотипи чужих культур і мов, при цьому зберігаючи свою національну цілісність, ідентичність і самобутність, і разом з тим, вдосконалювати свою власну мову і культуру, внаслідок чого, врешті-решт, сформувалася надзвичайно своєрідна й унікальна мова, яку можна охарактеризувати як синкретичну – японо-китайську – з домішками, на сучасному етапі, лексики європейських мов, переважно англійської. Мислення японців піддавалося періодичній реструктуризації впродовж всієї історії становлення і розвитку їхньої цивілізації. І кожного разу в моменти кардинальних трансформацій культури одним із важливих, якщо не головним чинником, була писемність, яка виконувала функцію особливого засобу коригування їхньої культури і менталітету. В останні десятиліття алгоритм мислення японців змінюється, пристосовуючись до умов нового історичного формату (що відповідає синхронічному типу мислення), при цьому японська писемність в значній мірі зберігає традиційну форму, яка відповідає переважно архаїчному типу мислення. В результаті виникають об'єктивні культурно-психологічні протиріччя і водночас з'являється необхідність пошуку виходу із цієї складної ситуації, ймовірно, шляхом подальшого реформування існуючої

системи письма, створення більш адекватної системи письмових знаків, які б відповідали імперативам сучасної суспільно-культурної парадигми.

<http://studia-linguistica.knu.ua/derivatizacija-bazovoi-slovotvorchoi-modeli-svij-chuzhij-v-japonskij-movi-z-pogljadu-istorichnoi-dinamiki-form-japonskogo-pisma-diahronichnij-ta-sinhronichnij-aspekti/>

## **2.1. Граматичні аспекти перекладу сленгових одиниць**

Переклад – надзвичайно складне і багатостороннє явище, описати всі вагомі сторони якого в одному, навіть дуже розгорнутому, визначенні складно, якщо взагалі можливо. В першу чергу варто зазначити, що поняттю переклад притаманна багатозначність і співвідношення з двома окремими поняттями: «переклад як своєрідна інтелектуальна діяльність, тобто процес, і переклад як результат цього процесу, продукт діяльності, інакше кажучи, мовний твір, створений перекладачем» [12, с. 6].

У словнику термінів О.С. Ахманової існує кілька визначень перекладу, але цікавими для нас є наступні два. «Переклад – це передача інформації, що міститься в даному творі мови засобами іншої мови». «Переклад – це пошук в іншій мові таких засобів вираження, які забезпечували б передачу не тільки різноманітної інформації, що міститься в даному мовному творі, але і найбільш повну відповідність нового тексту початкового також і за формою (внутрішньої і зовнішньої), що необхідно у випадку художнього тексту, а також при передачі на іншу мову понять, які не отримали в ньому сталого виразу» [2, с. 316]. У перекладацькому розумінні найближче друге значення. Третє значення, як і зазначено у визначенні, більше відноситься до художнього перекладу, який являє собою окремий випадок перекладацької діяльності.

На думку А.В. Федорова, «перекласти – означає висловити вірно і повно засобами однієї мови те, що вже висловлено раніше засобами іншої мови» [21,

с.14]. Отже, перед перекладачем постають дві основні задачі: правильний переклад і найбільш повна відповідність тексту оригіналу тексту перекладу.

Загально відомим є той факт, що усі мови передають дійсність по-різному, а також по-різному можуть описувати ті ж самі предмети або явища. Представники різних культур висловлюють свої почуття та емоції по-різному і через те не можливо позиціонувати переклад лише як спосіб опису однієї дійсності у іншій мові [24].

«Переклад – це також перевираження. Якщо будь-який мовний твір представляє собою матеріальне оформлення відображення фрагмента дійсності свідомістю індивіда, то переклад є відображенням відображення» [12, с.10].

Таким чином, ми розглянули поняття «переклад» переважно з точки зору опису його як процесу, але під перекладом розуміється не тільки вид мовної (вербальної) діяльності людини, але і її результат [18, с.7]. Тому в якості робочого визначення поняття «переклад» ми можемо прийняти наступне: переклад – це діяльність, яка полягає в варіативності перевираження, перекодуванні тексту, породженого на одній мові, в текст на іншій мові, здійснювана перекладачем, який творчо обирає варіант в залежності від варіативних ресурсів мови, виду перекладу, завдань перекладу, типу тексту і під впливом власної індивідуальності; переклад – це також результат зазначеної вище діяльності.

Загалом, виконання перекладу неможливе без використання граматичних трансформацій. Головною метою граматичних трансформацій є заміна або перебудова структури речення, а також багато інших замін, як на синтаксичному, так і на морфологічному рівні. Використанню граматичних трансформацій притаманні різні причини, як граматичні так і лексичні, однак головним все ж таки є граматичні фактори, а саме різні граматичні структури мов.

Якщо функціональні аналоги або варіантні відповідності відсутні в мові перекладу, перекладач може вдаватися до прийому компенсації втрат, сутність якого полягає в тому, що елементи змісту, втрачені при перекладі одиниці в оригіналі, передаються в тексті перекладу іншим засобом, причому необов'язково в тому ж самому місті, що і в оригіналі. Наприклад розглянемо деякі варіанти перекладу:

### Дієслова

しゃれてる (shareteru) для людей які вивчають рівень N3-N1 це слово асоціюється з おしゃれ (のひと) (oshareru) (no hito), а тобто людина яка класно одягається. Це слово дуже популярне в сучасному суспільстві Японії. Воно популярне на стільки як слово うまみ (umami) синонімічне слову おいしい (oyushi) смачний.

Саме дієслово しゃれてる (しゃれて+いる) або його проста форма しゃれる завжди перекладається як щось класне, хороше.

Наприклад:

A: さやかはいつもかわいい服を着てるね

A: Саяка завжди так круто вдягається (носить крутий одяг)

B: そうね、いつもしゃれてるね！ (Sou ne, itsumo shareteru ne!)

B: так , завжди при параді (тобто класно вдягається).

Наступне しけてる (shiketeru)

Саме дієслово це протилежність слова しゃれる. しける (shikereru) використовуємо коли говоримо про щось жахливе, катастрофічне. Також це слово популярне серед підлітків. Під час гри в комп'ютерних іграх молодь

часто викрикує “しけた” (shikeda) коли пропускають гол чи удар а також “しゃれた”(shareta) коли отримують собі додаткові бали.

A:お母さん、今日の夕飯しけてるね!(Okaasan, kyou no yuuhan shiketeru ne!)

A:Мама, сьогоднішня вечеря м’яко кажучи не дуже

B:そんなこと言うな！(Sonna koto iuna!)

B:Несмій так говорити!

Прикметники

超(chou)、めっちゃ(meccha)、マジで(maji[de])、ガチ(gachi)

В університетах слово «дуже» японською звучало як とても、すごく、ものすごく . Для української мови це являється імпульсивною зв’язкою, а для японської – ні:

X:これ、とてもかわいいね。すごく安かったし、とても便利だよ！本当に！(Kore, totemo kawaii ne. Sugoku yasukatta shi, totemo benri da yo! Hontou ni!)

X:Кльово! На подив дешево, дуже зручно. Правда!

Даний спосіб вимови прийнятний, але не для людей, які живуть в Японії. Від підлітків, скоріш за все ви почуєте:

X:これ、超かわいいね。めっちゃ安かったし、マジで便利だよ！ガチで！(Kore, chou kawaii ne. Meccha yasukatta shi, maji de benri da yo! Gachi de!)

X: Це кльовезна штукенція. Дуже дешева і дуже зручна. Серйозно!

ちょう и めっちゃ можуть бути використані як взаємозамінні слова, якщо тільки ви не перебуваєте в кансайському регіоні, де めっちゃ – ключове слово.

ヤバい(yabai), ウザい(uzai), キモい(kimoi)、ダサイ(dasai), ブス(Busu), ズルい(zurui), びみょう(bimyō), さいてい(saitei)



Ці прикметники часто використовуються як окличні слова. Зауважте, що деякі написані катаканою, в той час, як закінчення дається хіраганою い. Це - найбільш загальний спосіб стилізувати сленгові слова, хоча їх можна писати як на хіраганою, так і катаканою.

Yabai- йдеться, коли відбувається щось погане. Але, що кидає нас, європейців в конфуз, так це те, що слово може бути використано відносно чогось хорошого! Спочатку слово ヤバい використовувалося в 80х, як синонім слову "не кльовий", але в 90-ті воно вже стало синонімічно слову すごい, яке означає слово "круто".

A: ヤバい! 雨降って始めた! (Yabai! Ame futte hajimeta!)

A: Вод блін! І дощ почався!

A: 猫ちゃんの写真みて! (Neko-chan no shashin mite!)

A: Подивися на фото цієї кішечки

При перекладі сленгових одиниць, що не мають безпосередніх відповідностей, перекладач може вдатися до описового перекладу. Недоліком описового перекладу є його громіздкість і багатослівність, тому цей спосіб перекладу застосовується коли можна обійтися порівняно коротким поясненням:

B: ヤバい! かわいい! (Yabai! Kawaii!)

B: О боже мій! Красуня

Uzai- знервований, стурбований. Зазвичай використовується, щоб описати 2-у чи 3-у особу. Також може означати щось похмуре, проблематичне, гучне або турбуюче. Але ніколи це не означає щось хороше за змістом.

A: あっちゃんはいつもツイッターで何人ものツイートをリツイートしてて、うちは読みたくない! ウザい! (Acchan wa itsumo tsuittaa de nan nin mo no tsuiitsu wo ritsuiito shitete, uchi wa yomitakunai! Uzai!)

A: У твіттері: Постійно ретвітять купу народу, яких я навіть не хочу читати!  
Це дратує!

B: そんなにいっぱいだとめっちゃウザいよね。(Sonna ni ippai para meccha uzai)

B: Якщо їх дійсно так багато, як ти кажеш, то це дійсно повинно дратувати

きもい - нудить. Це - скорочена форма від відомого 気持ちわるい, що означає огиду або дійсно поганий живіт. (Але буває так, що є речі, які одночасно і きもい і かわいい одночасно), тому きもい завжди означає огиду.

A: コウイチくんみて! 鼻水出てる! キモイね! (Koichi-kun mite!  
Hanamizu deteru! Kimoi ne!)

A: Подивіться на Коічі! У нього з носа потекло, ну хіба не огидно ?!

B: キモイキモイ! こびとづかんにみえる!

B: Відверни-відверни! Виглядає як кобітодзукан

Dasai- Дефективний, ботан, не кльовий. Японці дивляться на дефективність під іншим кутом зору. Хіпстерські окуляри це РІЧ! Оскільки японський зір - одне з найгірших в світі, то і до людей, які носять окуляри вони ставляться з повагою.

A: 山田くんはクロックスはいてる! ダサくない? (Yamada-kun wa kurokkusu haitteru! Dasakunai?)

A: Ямада-кун надів окуляри. Хіба він не ботан?

B: ダサイよね! (Dasai yo ne!)

B: Так ... ти правий. Виглядає як ботан.

Busu- Потворний, потвора. Походить від слова ぶさいく, просто короткий варіант цього слова. Це слово з дуже серйозним відтінком, тому

навіть жартома його не варто вживати. (Ті, хто дивився ヤマトナデシコ七変化, в курсі проблеми - одна з небагатьох анімація, яку я подивилася більше одного разу).

A: АКВ48 のメンバーの中にかわいい子いる? (AKB48 no menbaa no naka ni kawaii ko iru?)

A: Чи є взагалі миловидні дівчата в АКВ48

B: いや, みんなブス. (Iya, minna busu.)

B: Ні все потвори

Zurui- Несправедливий. Може перекладатися нашим аналогом "Це несправедливо!" "Ні, ні, ні так не можна".

A: 今日は学校サボって、遊園地行った! (Kyou wa gakkou sabotte, yuuenchi itta!)

A: Сьогодні я прогуляв школу і відправився в прекрасний парк!

B: ずるい! (Zurui!)

B: Ах ти падлюка!

Bimyuu- Чи не занадто добре. Щось середнє між добре нам знайомим словом まま і まずい. Звичайно, дане слово має негативний відтінок. Також його використовують як щось менше, ніж ぎりぎり (ледь-ледь).

A: ラーメンバーガー美味しかった? (Raamen baaga oishikatta?)

A: Рамен-бургер сподобався?

B: ううん, びみょうだった(笑) (Uun, bimyou datta.)

B: Не те, щоб зовсім відстій 「сміється」

さいてい - самий низький (підлий, поганий). Також слово означає нижню межу чогось в мат статистику.

A: 最近のポップ音楽きらい. 特にジャスティン・ビーバーさいてい.  
(Saikin no poppu ongaku kirai. Toku ni jasutin biibaa saitei.)

A: Я терпіти не можу нинішню попсу. Особливо Джастіна Бібера. Він взагалі найгірший з усіх

B: あのガキ? ウケるよね! (Ano gaki? Ukeru yo ne!)

B: Ця школота?! Так він взагалі блазень!

Отже, при перекладі сленгу в основному слід притримуватися двох напрямків: пошуком аналогічного відповідника, що володіє приблизно такою ж експресивністю, або ж шляхом підбору найбільш близького за емоційною забарвленістю відповідника з розмовного шару мови.

## 2.2. Способи утворення сленгових одиниць

Сучасними лінгвістами термін «сленг» використовується в декількох значеннях, що ускладнює розуміння специфіки словникового складу мови, що він визначає. Тобто, перш ніж говорити про різноманітність способів словотворення, важливо звернути увагу на основний поділ сленгових одиниць на загальний і спеціальний (general and special).

Загальний сленг знаходиться за межами англійської літературної мови (Standard English), загальнозрозумілі і широко поширені в розмовній мові образні слова і словосполучення емоційно-оцінного забарвлення, які претендують на новизну і оригінальність в цих своїх якостях і виступаючі синонімами слів і словосполучень літературної мови. Спеціальний сленг включає в себе слова і словосполучення того чи іншого класового чи професійного жаргону [10, с. 137].

І. В. Арнольд дає аналогічний спосіб розподілу сленгізмів на загальний і спеціальний. За основу даного поділу вона бере особливості сфери вживання, відзначаючи при цьому, що, згідно з семантичною системою лексичного складу англійської мови, в разі, якщо сленгові слова і вирази позначають нові, але при цьому необхідні поняття, яких немає в словниковому складі мови, то вони

можуть в ньому закріпитися. Однак, якщо значення цих нових слів відрізняються лише новизною, то їх існування не буде особливо тривалим, і вони зникають з мови, таким чином, утворюючи найбільш мінливу частину словникового складу мови [1].

Словник сленгу формується з тих же джерел і засобів, що і мова взагалі і, зокрема, англійська мова. Згідно Е. М. Берестовській «різниця між словотвором в мові в цілому і конкретно утворенням одиниць сленгу складається лише в пропорціях і поєднаннях» [6, с. 33].

У сучасному процесі створення сленгових одиниць виділяють такі способи:

Словоскладання – спосіб утворення, при якому частина одного слова або ціла форма зливається з іншим;

Скорочення – під скороченням розуміють складноскорочені слова, які утворюються з слів і словосполучень шляхом видалення частини складових їх букв або частин слів;

Аффіксація – (від латинського «affixus» – прикріплений) – словотвір за допомогою афіксів шляхом приєднання їх до основи або кореня слова. Афікси не існують поза слів, але супроводжують корінь, сприяючи словозміни або словотвору. Аффіксація, згідно В.Г. Вилюману, в утворенні сленгу грає незначну роль [11]. У процесі утворення сленгових одиниць афіксальних способом втягується досить великий і різноманітний інвентар словотворчих засобів. Більшу частину словотворчих афіксів складають морфеми (суфікси, префікси), взяті в «готовому» вигляді з рідної мови. Залежність сленгу від народної мови проявляється не тільки в складі (наборі) суфіксів, а й в спільності більшості моделей, за якими відбувається комбінування основ і афіксів. Однак, будучи специфічною мовною категорією, сленг не просто повторює закономірності загальнонародного словотворення, йому властиві і

деякі самобутні афікси, сленг дає можливість мовцю самому вигадувати і впроваджувати нові слова;

Конверсія – виражається словами–конверсивами, які передають двобічні суб'єктно–об'єктні відношення в лексико–семантичній системі [16, с. 207];

Метафоризація – один з найпродуктивніших способів утворення сленгових слів. Присутність в молодіжній мови метафор і метонімії можна пояснити прагненням до експресивного способу вираження, до конкретних образів [11, с. 207]. За допомогою метафорики сучасна молодь намагається зв'язати поняття про предмети, явища однієї області з поняттями іншої області, використовуючи накопичений досвід і особисті емоції, відчуття. Метафоризація завжди суб'єктивна, оскільки свобода перенесення залежить від уяви і життєвого досвіду мовця, що фокусує увагу слухача на тих ознаках, які відповідають умовам подібності. Щоб зрозуміти метафору, треба усвідомити, які сторони, властивості позначеного об'єкта актуалізуються в ній і як вони підтримуються створеними асоціаціями;

В.Г. Вилюман в своїх роботах вважає, що основну роль в поповненні сленгової лексики англійської мови відіграє переосмислення слів в результаті їх переносного вживання, звуження і розширення значення. Багато сленгізмів виникають у результаті скорочення, словоскладання. З його спостережень також можна зробити висновок, що запозичення, які зазнали переосмислення і смислової адаптації, також можна вважати ефективним способом словотворення [11].

Англійський сленг своєрідний і неповторний. Він з'являвся і продовжує з'являтися в глибинах самої англійської мови, в різних соціальних сферах і вікових групах як прагнення до виразності, стислості, а іноді як протест проти довгого або набридливого слова, як бажання по–своєму «обізвати» явище, предмет або їх властивості [17]. А серед молоді, яка особливо схильна до утворення сленгу, також явно виражене бажання відокремитися від світу

дорослих, «зашифрувати» свою промову, а також просто бажання зробити свою промову незвичайною на тлі літературної мови.

Багато розмовних слів і вирази–неологізми, які властиві тільки живому спілкуванню, також відносяться до сленгу. Основними якостями цих слів є новизна, свіжість, незвичайність їх вживання – типові особливості неологізмів розмовного типу. Але саме ці особливості і стають причиною того, що такі слова зараховуються до категорії сленгу [48].

З усього вищесказаного можливо зазначити, що ХХ – ХХІ сторіччя можна вважати періодом максимального розвитку та популяризації сленгової мови у світі. Швидкий розвиток та використання сленгу приводить до того, що сучасні мови світу стають більш динамічними, постійно доповнюються та розширюються. Але звісно, як і у будь–якого іншого явища, популяризація використання сленгових одиниць має свої переваги та недоліки. З одного боку, створення нових лексичних одиниць в мові приводить до зростання динаміки та оновлення лексичного складу мови. З іншого ж боку, створення нових лексичних одиниць сленгу приводить до появи нелітературних лексичних одиниць, а інколи і нецензурної лексики, що негативно впливає на використання літературної мови. На мою думку, дуже важко визначити чи є це явище позитивним з точки зору лексикології, чи все ж воно має більш негативний вплив на мову. Також можна зробити висновок, що сленгова лексика поповнюється точно таким же чином, як і весь словниковий склад мови.

## Розділ 3. ЯПОНСЬКИЙ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГ. СЛЕНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.

### 3.1. Сленг в соціальних мережах.

Кожне нове молодіжне слово, на відміну від стилістично нейтральної лексеми стандартної мови, завжди володіє емоційно-експресивним забарвленням і висловлює суб'єктивне ставлення мовця до предмета повідомлення, незалежно від способу словотворення кожної конкретної одиниці. Молодіжний сленг широко використовується в соціальних мережах.

Розглянемо деякі приклади:

- Наприклад, добре відоме нам よろしく (=yoroshiku) в японському інтернет сленгу воно виглядає таким чином – 4649!

よろしく (=yoroshiku) = 4649! Або просто 46!

Ми читаємо їх так — uon (відкидаючи n) roku (відкидаючи ku) shi (ще один варіант 4) ku, в кінцевому результаті отримуємо yo ro shi ku. Проте, оскільки сленг постійно змінюється на даний час цю комбінацію скоротили, і вживають лише “Yoro”.

- Гугл

Японці використовують слово «гуглити» або «шукати щось в гуглі» — ググ  
る = guguru.

この文法がわからなかったからググってみた。

Kono bunpou ga wakaranakatta node gugutte mita.

Я не знала цієї граматики, тому спробувала пошукати її в гуглі.

自分でググったら？

Jibun de guguttara?



Може сам загушлиш? (гугл в поміч!)

Так, як у Японії широко використовують Yahoo, для нього також існує сленгізм:

ヤフる (=yafuru) шукати в Yahoo або використовувати пошту в Yahoo.

- Твітер

Твітер став невід'ємною частиною інтернет культури. Японці, як цивілізована нація, твітер сприйняли на ура, і в мову додалося кілька специфічних слів, без знання яких, буде важко розуміти сучасну молодь.

Один з дієслів, яке додалося з початком виникнення цієї соціальної мережі.

ツイる (= tsuiru) писати в твіттері (від англійського to tweet)

Повідомлення або «твіт» називається つい/ ツイ (=tsui) – твіт. Людей, які користуються твітером називають ツイッター (= tsuittaraa ). Акаунт у будь-яких соціальних мережах називається アカ (=aka), що являється скороченням від アカウト (= akaunto ) (від англійського account). Підписку на когось називають словом フォロー/ふおろー (= forou) (від англійського following), бути підписаним на когось フォローする (= foroou suru ).

Зазвичай, якщо ви стаєте підписником японськомовної людини, ви отримуєте таке повідомлення:

フォローしてくれてありがとう！

Forou shite kurete arigatou!

Дякую, що підписалися на мене.

Якщо у вас велика кількість підписників, ти ви називаєтесь アルファツイッター / あるふあツイッター (= arufa tuittaraa ) альфа користувач твітера.

Людей, які надто захоплені твітером, настільки, що це заважає їхньому реальному житті називають ツイ廃(人) (= tsuihai(jin)).

- Необхідні у повсякденному житті вислови:

お k= OK

激しく同意 (= hageshiku doui) Я з тобою повністю згідний,

ようつべ (=youtube) Youtube

う p (= uppu) = загрузити щось в інтернет (від upload)

コピペ (=kopipe) = скопіювати і вставити, копіпаст

ちよ www (= cho www) = LOL! [60]

Звичайно ж ви чули про те, що японці дуже ввічливі, і що завжди потрібно чітко розуміти, яка людина перед вами (за віком, соціальним станом), щоб правильно вибрати стиль спілкування. Але і самі японці втомлюються від цього і їм хочеться просто поспілкуватися в задоволення. Ось для таких випадків виділяється, такий приклад:

- 呼びタメ (=yobidame)

呼びタメ (=yobidame) походить від двох слів:

- 1) 呼び捨て (=yobisute) — звернення до людини без додаткових ввічливих суфіксів (таких як san);
- 2) タメ口 (=dameguchi) — розмова без спеціальної ввічливості, напругу, без спеціальних звернень.

呼び捨て (=yobisute) + タメ口 (=dameguchi) → 呼びタメ (=yobidame)

Таким чином, ми отримали 呼びタメ (=yobidame), яке означає — розмовляти, як зі своїм ровесником, другом, без спеціальної ввічливості або ввічливих суфіксів [19].

Це слово можна часто побачити в соціальних мережах в подібних виразах:

呼びタメ OK。気軽に話しましょう!

(=yobidame ok. kigaru ni hanashimashyou!)

Можна обійтися без ввічливості. Давайте вільно і легко спілкуватися! [27]

«Молодіжний сленг (タメ語, 若者語)" стає актуальним вже в кінці початкового рівня вивчення японської мови. Як приклад розглянемо ситуацію, яка склалася у сучасності усного японського мовлення, коли молодь нехтує нейтрально-ввічливими формами, не кажучи вже про використання шанобливо-ввічливих форм. Звичайно, "така форма спілкування сприймається людьми старшого покоління японського суспільства як прояв порушення норм стандартної мови. Проте, явище タメ語 (дослівно "мова рівних") є настільки поширеним, що стало предметом багатьох дискусій і в пресі, на телебаченні, йому присвячують наукові праці. В університеті проводяться спеціальні тренінги, метою яких є навчити першокурсників та випускників, яким скоро прийдеться влаштовуватись на роботу та проходити співбесіди, грамотного мовлення, зокрема використання ввічливої лексики та граматичної форм» [5, с.94-95].

Підбірка десяти японських сленгових одиниць, котрі повинен знати кожен, хто вивчає японську.

#### 1. かわいい (kawaii)- милий, гарний та чарівний

Взагалюму, «кавай» означає "милий" або "гарний". Коли ви бачите якісь гарні предмети чи речі, такі як: гарна дівчина або якийсь герой, який імponує вам, вживайте «кавай». Іноді воно також може використовуватися для чогось потворного чи навіть грубого.

Є деякі сталі вирази, такі як «бусу-каваї» (потворно-мило), «кімо-каваї» (грубо-мило). Молоді японці дуже часто повторюють «каваї» настільки часто, що значення даного слова просто необхідно запам'ятати.

Приклад:

今日の服、かわいいね

«Kyou no fuku kawaii ne»

Ваш одяг сьогодні миленько виглядає.

2. キモい (kimoï) - огидний, грубий. Дане слово є скороченою версією «kimochiwarui», що означає "огидно". Ви можете використовувати його для людей або речей. Приклад:

A: あ、ゴキブリ!

A: A, gokiburi!

A: Фу, півник!

B: うわっ、キモい!

B: Ува, кімої!

B: Eww, брутално!

3. ウザい (uzai) - дратівливий, дратівливий.

«uzattai»- оригінальне слово «uzai», що означає «дратує». Сенс схожий на «uttooshii» (набридлиий), але його можна використовувати в багатьох ситуаціях. Коли вас турбують, набридають, відчуваєте занадто багато клопоту чи незручностей, ви можете сказати, що «узаї».

Приклад: A: 彼からまたメールがきたよ.

A: Kare kara mata meeru ga kita yo.

Відповідь: Я знову отримав від нього текстове повідомлення.

B: 彼って本当にウザいね

Б: Каретт хонто ні узай не.

Б: Він справді дратує.

4. ム力つく (mukatsuku)- озлоблений.

Коли ви засмуχετε когось чи дратуєте, «мукацуку»- це найбільш підходяще слово, яке слід вживати. «uzai» також означає "дратівливий", але мукацуку звучить так, з більшою агресією, тому "я злий!"»

Приклад:

А: あの男、本当にム力つく

А: Ano otoko, hontou ni mukatsuku!

А: Я злий на цього чоловіка!

В: どうしたの?

Б: Доуштано?

Б: Що сталося?

5. すごい (sugoi)- приголомшливий, дивовижний.

Можливо, ви вже чули це слово. «sugoi»- зазвичай слово, яке звучить як комплімент. Коли хтось робить чудово свою роботу, володіє приголомшливою майстерністю, або коли щось надзвичайного рівня і ви можете ним скористатися. «Sugoi»- також використовується для жахливих речей, які змушують вас тремтіти.

Приклад:

合格したの? すごい! おめでとう。

Goukaku shitano? Sugoi! Омедето!

Ви пройшли тест? Це круто. Вітаємо!

すごい人気ですね。

Sugoi ninki desu ne.

Це дуже популярно, чи не так?

すごい目でにらまれた。

Sugoi me de niramareta.

На мене дивилися жахливі очі.

6. マジ (maji)- серйозно?

маджі або майджі - це справді поширене слово серед японської молоді. Це слово вживається, коли ви чимось здивовані. Це як «серйозно?». Формальне слово - «hontou», що означає «справді?». Ви можете сказати «майджі» з друзями, але уникайте використання в діловій ситуації. Hontou desuka? (Дійсно?) є більш підходящим.

Приклад:

A: けいこさんとジョージが合ったらしい。

A: Кейко-сан Джорджі га цукіятта рашіі йо.

Відповідь: Я чув, що Кейко і Джордж зібралися разом.

B: マジで?

B: Мадіде?

B: Серйозно?

7. ヤバい (yabai)- о мій боже, вау, круто, клас, кльово.

«yabai»- може використовуватися в хорошій ситуації або й у поганій ситуації. Коли ви бачите щось чудове, «yabai» означає "Це дивовижно!" Коли

вам загрожує небезпека або ви зробили щось не так, «yabai» означає «ми в біді», «от халепа».

Приклад:

あの人、ヤバい、かっこいい。

Ano hito yabai kakkoi.

Нічого собі, жара .

ヤバい、携帯が壊れた。

Yabai keitai ga kowareta.

О боже мій, телефон зламаний.

#### 8. 超 / めっちゃ (чьоу / мечча)

так, супер, круто.

Коли ви хочете наголосити на слові, просто поставте перед цим слово «чьоу» або «мечча». Наприклад, чоу каваі (супер милий), чоу ойшв (супер смачний), мечча-узай (надзвичайно дратує).

Приклад:

ラーメンが超食べたい。

Раамен га-се-табетай.

Я так хочу їсти рамен.

あの子、めっちゃ美人じゃない？

Ano ko meccha bijin janai?

Ця дівчина , ось там- дуже гарна, чи не так?

#### 9. ウケる (укеру)- веселий, епічний.

Коли хтось робить або говорить смішні, гумористичні речі, або щось трапляється веселе, використовується таке слово, як «укеру». Це типове слово «guagu». Переклад -«Це смішно!", "Веселий!", "Це епос!".

Приклад:

彼の髪型、超ウケる

Каре не камігата хале-укеру.

Його зачіска весела.

10. ビミヨ (bimyo) - так і ні, не впевнений.

«bimyo» як сленгове слово зазвичай пишеться катаканаю ビミヨ. Оригінальне слово - «im bimyo», що означає «незрозуміло», «iffy», «так чи ні» або «я не можу сказати». Тож коли ви не впевнені, ви можете використовувати bimyo для відповіді.

Приклад:

彼女、かわいいよね。

kanojo kawaii yone.

Вона гарна, чи не так?

うーん。ビミヨかな。

Юна. Bimyo kana.

Гм. Я не впевнений.

Не слід вживати ці сленгові слова людям, які старші за вас, оскільки це може змусити вас звучати трохи грубо.

### 3.2. Ексклюзивний сленг в текстових повідомленнях.

Окрім вербального способу вираження думок і позначення певних явищ у комп'ютерному світі, існує система невербальної комп'ютерної лексики, що



використовується як у чатах інтернету, так і в текстових повідомленнях SMS мобільних телефонів, оскільки повідомлення треба набирати на клавіатурі, а це займає якийсь час. Тому була вигадана особлива знакова система, яка використовується в текстових повідомленнях. Ця система досить важко піддається перекладу.

Важливу роль у щоденному використанні відіграють каомоджі, що позначають дружбу. Це просто щасливі чоловічки, що тримають один одного за руки. Можна взяти два будь-яких смайли, і поєднати їх символом "人", "/\" або "X". Наприклад, \ ( ^ V ^ ) X ( ^ V ^ ) /, ( . \_ . ) / \ ( . \_ . ), ☺ ( — — ) X ( ^ V ^ ) ☺, (/^-(^ ^\*)/ та інші.

Відмінністю смайлів, що виражають щастя та задоволення є високо підняті очі. Найкраще для цього підходять символи "^", "'", " ` ", і " ^ ", але є й інші. Рот краще за все зобразити так: "∇", "∨" або "ω", якщо ви бажаєте надати чоловічку милого вигляду. Ще є символи "\*" та "#", які створюють враження рожевих щічок, ну і високо підняті руки: "\", "/", " \ " та "/". Залежно від смаку, можна додати зірочки чи серце. Приклади: \ ( ^ ^ ) /, (°◇°); (●\_●☼) та інші.

Японцям дуже подобаються каомоджі, герої яких "ховаються": підглядають, підслуховують чи просто виглядають з-за кутка. Це звичайні смайли, але відрізані наполовину. Символ "|" створює враження, що чоловічок повзе під стіною: |·ω· ` ), ^ (·\_|, |· ) та інші.

Каомоджі, що виражають кохання — щасливі смайли, але з додаванням сердечок та інших деталей, щоб чоловічок виглядав, наче світиться від кохання. Ще дехто додає щічки, чи навіть ієроглів "愛" («кохання»): \ ( . ω . ) / ♡, ♡ ^ ∇ ^ ♡ та інші.

Виражаючи ж плач, найголовніше — сльози. Найлегше їх зобразити символами T або ;. Ще можна додати кружечки по боках, тоді створиться враження, що сльози летять в усі боки. Якщо додати руки так: "/" і "\", то

здаватиметься, що чоловічок прикриває свої заплакані очі. Рот може бути будь-яким: (T∇T), . . ° ° . ( / ° \ ) . ° ° . . , (\*△\*);, (↑\_↑) та інші.

Як і для танців, існують каомоджі, що зображають спів. За основу береться танцюючий смайл і додається відкритий рот — "O", "△" чи "□". Ще можна додати ноту ♪, вона також підійде: (∇ ` ) / ♪, ( / ∇ ` ) / ♪, \ (^o^ ) / та інші.

Що ж стосується дії чи процесу, зобразити їх за допомогою каомоджі дещо складніше, ніж обличчя чоловічка. Проте, існує велика кількість японських смайлів, які зображають саме дію:

- Залишає записку: ✂ ( . ∇ . @ )
- Щось піднімає: ((((\*. \_ . ) \_
- Щось кидає: (\* . \_ . ) / ^ \*
- Молиться: /\ ( ^ □ ^ \* )
- Кличе: ( і Д ` ) / Спрей: ( ^ ) / 占 ~~~~~
- Грає з Йо-йо: ( \* ^ ^ ) / ~~~~~ ◎
- Когось б'є: ( . \_ ° ☆ \ ( - - )
- Двоє б'ються: ( ` \_ ) \ ( \_ ' )
- Підморгує: ◎ [ ^ \_ ^ ] ◎
- Грають в пінг-понг: ( ^ o ) p **TT** ° σ ( o ^ )
- Грають в волейбол: ( / \_ ^ ) / • \ ( ^ \_ \ )
- Боулінг: = ( ^ o ^ ) / . . . . . \_ \_ O
- Теніс: ( - ^ - ^ ) p \_ \_ \_ | \_ o \_ \_ \_ q ( ^ - ^ )
- Облизує губи: ☞ ( ' ㄟ ` ☞ )

У зв'язку з розвитком новітніх технологій люди в своїх смартфонах (スマホ) використовують різні додатки. Найпопулярнішими у повідомленнях є такі фрази та слова:

なう、ういる、わず

nau, wiru, wazu

Зараз, буду, був.

"Зараз, буду і був" - ці три сленгові слова, які прийшли з англійської мови. Вживаються в кінці, що ви робите, будете робити чи зробили. Це досить ексклюзивний сленг, який використовується лише в повідомленнях. (Див. Додаток 1)

### 3.2.1. Гярумоджі

Гярумоджі — це система письма, що була створена японськими школярками для ведення переписки з телефонів. Gal, або гяру (яп. ギャル, японська транскрипція gal з спотвореного англійського слова girl - «дівчина») - термін, який означає як популярну серед дівчат японську субкультуру, пік якої припав на 1990-ті роки, так і відповідний спосіб життя. Назва походить від рекламного слогана 1970-х років марки джинсів «GALS» - «Я не можу жити без чоловіків», який став девізом молодих дівчат.

Нинішні гяру, як і їх різновиди когяру і Гангур, мають прізвиська «оя о накасеру» (яп. 親を泣かせる, «змушують батьків плакати») і «дараку джьогакусей» (яп. 墮落女学生, «дегенеративні школярки») за порушення традиційних для японок табу і захоплення західними цінностями. Девіз когяру - Біба джібун! (Яп. ビバ自分, «Хай живе я!»). Вони виділяються легковажною поведінкою, позитивним мисленням, любов'ю до яскравого модного одягу, особливими уявленнями про ідеали краси. До субкультури гяру можуть належати і чоловіки так звані «гяру». З самої своєї появи гяру стали частиною японської вуличної моди.

Найвідоміший елемент спілкування гяру - гяру-модзі (яп. ギャル文字, «алфавіт гяру») - стиль написання слів японської мови, японський аналог стилю «leet» для англійської мови. Когяру також мають особливий сленг когяруго (コギャル語), найважливіший елемент їхньої культури. Наприклад, своїх хлопців вони називають ікемен (яп. イケ面 «кльовий чувак»), які є Тьо: кавайі (ちよっかわい - «дуже милим»). Сама когяру (гяру-ятте, «його гяру») купує гяру-фуку («одяг гяру») в гяру-Кей сёппу («магазин гяру»), якщо, звичайно, вона

зможе знайти що-небудь не «по-справжньому супертошнотворное» (ち ょ う マ ジ で む か つ く , Тьо: мадзу де муцацуку). Гяру часто використовують іноземні слова, латинські абрєвіатури японських фраз або просто іноземні закінчення без урахування японського синтаксису. Наприклад, до слів може додаватися суфікс «-інгу» (від англ. -Ing), наприклад, геттінгу (яп. ゲ ッ テ イ ン グ, «отримувати»). Ще однією особливістю є використання суфікса «ра». Він означає «як» або «взятий від» і говорить про схожість предмета обговорення з поп-ідолом японських молодих дівчат, співачкою Наміе Амуро (з іменем якої і був узятий суфікс)

Головною особливістю цієї системи є те, що в ній використовуються не звичні японцями графічні знаки їх мови (хоча, звичайно, хірагана та катакана в ній присутні), а літери латиниці та кирилиці, ключі ієрогліфів, математичні знаки, римські та арабські цифри, тощо. За допомогою усіх цих знаків школярки спілкуються. Вони знаходять знаки, подібні до знаків хірагани та катакани і використовують їх замість знаків японських алфавітів [22, с. 67] .

Також такий стиль запису може називатися へた文字: "поганий/недбалий/невмілий алфавіт"). Зазвичай гярумоджі використовується в SMS та онлайн-чатах, в різноманітних месенджерах, а інколи навіть у коментарях на популярних інтернет-ресурсах. Використання гярумоджі в повідомленні сприймається як ознака неформальності або дружби.

У гярумоджі символи хірагани, катакани та ієрогліфів замінюються на схожі символи або навіть групи символів. Знаки хірагани в ньому можуть замінюватися на грецькі символи: наприклад, знак す може бути замінений на знак параграфа §. Символи хірагани, що складаються з окремих елементів, замінюються послідовностями кани, західних літер або інших символів. Наприклад, ま може бути передана як "| ま ": вертикальна риса і знак хірагани "ма" або "(ま": кругла відкриває дужка і "ма". け може бути набрана як "レ ナ ": знаки катакани "ре" і "на", "I ナ ": заголовна латинська I і знак катакани "на", або "(†": кругла відкрита дужка і типографський хрестик. た (та) може бути

набрана як як "ナ "=": знак катакани "на" і знак рівності, або "ナ コ ": типографський хрестик і знак хірагани "ко".

Катакана нерідко замінюється схожими канджі, наприклад, ієрогліф 世 ("світ") пишеться замість знаку катакани セ, а 干 ("протистояти", "втручатися") замість знаку 子. Така заміна є зворотнім процесом перетворення манйогани в кану [28].

Кана і ромаджі можуть вільно змішуватися, навіть в межах одного слова, а латинські літери в ромаджі можуть замінюватися схожими кириличними, наприклад, замість N може використовуватися И. Канджі, що складаються з декількох радикалів, розбиваються на ліві і праві радикали, які записуються окремими ієрогліфами або каню. Наприклад, канджі "好" в слові "好き" ("любити", "подобатися") може бути розділений на радикали "女" ("жінка") і "子" ("дитина") [26].

Для додаткового "шифрування" також може використовуватися нехарактерна для звичайної мови лексика і граматики. Кожен же знак японської абетки має по кілька стандартних аналогів-замінників, які найчастіше використовують у шифрі гярумоджі:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• あ: あ ・ ア ・ 了</li> <li>• い: い ・ イ ・ レヽ ・ レヽ ・ レ) ・ レヽ ・ L</li> <li>• う: う ・ ウ ・ ㄣ ・ ヴ</li> <li>• え: え ・ エ ・ 之 ・ 工 ・ 丂</li> <li>• お: お ・ オ ・ 才 ・ 汚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• か: カ&gt; ・ カヽ ・ カヽ ・ カ ・ カ&gt; 【が】</li> <li>• き: (キ ・ (≠ ・ L≠ ・ ㄱ</li> <li>• く: &lt; ・ く ・ ㄣ</li> <li>• け: ケ ・ (ナ ・ レ† ・ レ† ・  ナ ・ l+ ・ lナ</li> <li>• こ: 二 ・ = ・ ] ・ コ</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• さ: 卩 ・ 卩 ・ (十 ・ L+</li> <li>• し: し ・ U</li> <li>• す: ㄱ</li> <li>• せ: 世 ・ III</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• た: ㄱ= ・ += ・ ㄱ二 ・ ㄱ二</li> <li>• ち: 干 ・ 干 ・ 于 ・ 5</li> <li>• つ: つ ・ ツ ・ コ</li> <li>• て: ㄱ ・ ㄱ</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• そ: ξ・ζ・ソ・\ /・\ノ</li> <li>• な: ナよ・十よ・†よ・ナg</li> <li>• に: (ニ・ =・ ニ・L=・I=・</li> <li>• む: йи</li> <li>• ね: йё</li> <li>• の: /・ノ・σ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• と: ト・ト・ト・ト</li> <li>• は: ハ〃【バ】・ハ〇【パ】・ハ・ハ・</li> <li>1£・(£・ノ・ノ1・レ£</li> <li>• ひ: ヒ〃【ビ】・ヒ〇【ピ】・ヒ</li> <li>• ふ: フ〃【ブ】・フ〇【プ】・ヴ</li> <li>• へ: ヘ〃【ベ】・ヘ〇【ペ】・~</li> <li>• ほ: ホ〃【ボ】・ホ〇【ポ】・ホ</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ま: ма・mα</li> <li>• み: ミ</li> <li>• む: £'・ム</li> <li>• め: ×・x・χ・メ</li> <li>• も: m〇・mσ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ら: яа</li> <li>• り: L ・l)・レJ・レ)・L』・LJ</li> <li>• る: ゐ・ゑ・ル・レ・レ</li> <li>• れ: яё</li> <li>• ろ: з・3・□・回</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• わ: わ・ワ・wα</li> <li>• を: щ〇</li> <li>• ん: ω・)・w・h</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• や: や・ヤ</li> <li>• ゆ: ゆ・ユ・φ</li> <li>• よ: よ・ヨ・ヨ・ч〇</li> </ul>

### 3.3. Передача емоцій у повідомленнях за допомогою сленгізмів.

Реалії інтернету постійно змінюються, в таких змінах знаходяться й фігуральні вислови, які ми використовуємо.

Якщо додається якийсь новий сервіс (instagram, line, tiktok і т.д.), він ментально обростає своїми знаковими словами та фразами. Тому, якщо ви хочете бути так би мовити підкованим в актуальному інтернет-ніхонго, регулярно оновлюйте свої знання в японських соціальних мережах і в світових веб-сервісах.

Отже, перший приклад:

ちよw (cho)

Ви насправді вже точно знайомі з ちよw (cho), це скорочена форма всім знаного ちよつと (chotto), яку ми знаємо як «трохи, трохи» і як кращу, найпопулярнішу сленгову одиницю для будь-яких відповідей від неприємних



ちよw (cho), ちよwwwwwww (cho)

(笑) (warai)

草生える (kusa haeru) - більш тінейджирський вираз.

## ВИСНОВКИ

Дана робота полягає в описі розмовної мови японської молоді, для пізнання їх лексичної освіченості, а також вивчення їхньої особливості сленгу.

Варто зазначити, що особливість поняття сленгу полягає в тому, що, будучи невід'ємною частиною мови, він розвивається і еволюціонує разом з нею, а, отже, буде залишатися актуальною проблемою лексикології так довго як існує сама мова.

В першому розділі роботи було проаналізовано теоретичні питання дослідження найбільшої проблеми серед аспектів досліджуваного явища - визначення сленгу, а також проблематику етимології молодіжного жаргону в Японії. Виникнення етимології «сленг» обумовлено взаємодією певних соціальних і професійних груп, в результаті чого утворився пласт нелітературних сленгізмів розмовної лексики, що відображає особливості мови різних верств суспільства, а також характеризується яскравим емоційно-оцінним забарвленням і експресивністю, застосовуваний в конкретних



комунікативних ситуаціях і переходить в контекст загальноприйнятої літературної лексики.

У даній магістерській роботі розкрито причини появи нових одиниць молодіжного сленгу в японській мові. Завдяки Іноуе Фумію, який розробив детальну класифікацію молодіжної лексики по вживаності, ми можемо використовувати його методи дослідження.

Дана класифікація ґрунтується на двох критеріях: використовуваність / невикористовуваних творцями нових слів цих лексичних одиниць після переходу в іншу вікову категорію і уживана / невикористовуваних цих одиниць наступними поколіннями молоді.

На основі зазначених критеріїв Іноуе Фумію виділяє чотири групи:

- Ічіджу-рю: ко: го (тимчасові модні слова) - слова, які вживаються певним поколінням молоді, але виходять з ужитку у даного покоління при переході в іншу вікову категорію і не використовуються наступними поколіннями молоді;
- ко: хо: того (слова когорти) - лексичні одиниці, які не виходять з ужитку у покоління-творця при переході в іншу вікову групу, але не успадковуються наступними поколіннями молоді;
- вакамоно-седайго (слова певного покоління молоді) - лексика, яка виходить з ужитку у певної групи студентів при переході в іншу вікову категорію, але продовжує використовуватися в мові наступних поколінь студентів того ж університету;
- Генг-Хенка (слова із зміненою формою) - лексичні одиниці, які успадковуються наступними поколіннями молоді, але при цьому не припиняють вживатися створив їх поколінням після переходу в іншу вікову групу.

У магістерській роботі ми розкрили способи утворення нових одиниць сленгу в японській мові. Це відбувається за рахунок тих же джерел і засобів, які

властиві мові взагалі і японської мови зокрема. Однією з основних цілей створення нових одиниць в молодіжній японській мові є посилення експресивності. Молодіжна мова характеризується не стійкістю та рухливістю лексичних одиниць. Деякі з них дуже закріпились в мові і кожне нове покоління вже не може уникнути їхнього вжитку. Починаючи з давніх часів можна зазначити, що особливості функціонування одиниць сленгу беруть свій початок з епохи Едо. В основі лежить мова міста Кіото плюс діалекти і від тоді почала розвиватися сучасна японська мова.

У другому розділі було розглянуто особливості словотворення та перекладу одиниць сленгу. Однією з основних цілей створення нових одиниць в молодіжній мові є посилення експресивності. Молодіжна мова характеризується не стійкістю та рухливістю лексичних одиниць. Деякі з них дуже закріпились в мові і кожне нове покоління вже не може уникнути їхнього вжитку. Починаючи з давніх часів можна зазначити, що особливості функціонування одиниць сленгу беруть свій початок з епохи Едо. В основі лежить мова міста Кіото плюс діалекти і від тоді почала розвиватися сучасна мова. В даному розділі нами було розкрито словотвірний потенціал сучасного сленгу, вказавши шляхи формування сленгу і джерела його поповнення. Також описали новітні явища у розмовній мові японської молоді. Виявили специфіку функціонування одиниць досліджуваного явища.

У третьому розділі ми розкрили тему інтернет-сленгу. Проаналізували один і той самий сленгізм та його зміни за певний період часу. Також ми описали найпопулярніші сленгові одиниці у текстових повідомленнях та соціальних мережах. Розглянули всі можливі види «Гярумоджі». Гярумоджі — це система письма, що була створена японськими школярками для ведення переписки з телефонів. Ознайомилися з передачею емоційності за допомогою сленгових одиниць, а також скорочень на письмі, що на даний момент є дуже актуальною темою.

У даній роботі розкриваються причини появи сленгізмів серед японської молоді та методи їх утворення, сучасні зміни сленгізмів молодіжної мови в Японії, граматичні аспекти сленгових одиниць, сленг в соціальних мережах, який є зараз дуже актуальним серед молоді Японії, так і молоді цілого світу, в якому також часто виникають сленги. В свою чергу, розкривається тема ексклюзивного сленгу в текстових повідомленнях.

На наш погляд, вивчення сленгу набуває зростаючу актуальність в умовах розширення міжнародних контактів, допомагає краще зрозуміти національно-специфічні особливості менталітету японської молоді. Знання сленгу долучає хто вивчає японську мову до природного мовного середовища, сприяє розвитку їх комунікативної компетенції. Незнання сленгу веде при здійсненні акту міжкультурної комунікації до різного роду курйозів і мовних помилок, попередження яких необхідно приділяти особливу увагу.

Дана магістерська робота є спробою вирішити проблематику лексики та сленгу серед японської молоді, складності його визначення, етимології, класифікації та особливостей функціонування і словотвору. Багато з перерахованих вище проблем були частково вирішені, інші були лише порушені. Слід зазначити, що окремі аспекти даної проблематики можуть послужити поштовхом для подальших досліджень в даній області.

### 要約

若者の日本語表現とスラングの言語的特徴、そのウクライナ語への翻訳方法。修士論文では私たちは、若者の言語や俗語の機能を分析してみた。

スラング（英: slang）は、特定のエスニック集団、職業、年代、生活環境、ライフスタイル、趣味、嗜好を共通にする集団の中でのみ通用する隠語、略語、俗語のことである。

研究では、スラング表現はさまざまな種類があるということが示されている。

修士論文は、日本語も他の言語も何か若者の語彙を引き起こすのは研究以上の一つだからカレントである。

文明世界ユース言語は、急速に変化してフィルムにし、様々なフォーラムやインターネット上のサイト上で、印刷中に、外国語、テレビやラジオからの借入を取ります。

修士論文は、日本の若者言語を学ぶという問題やその本質や現象の主な異なっている特徴に貢献する。

研究の目的は、日本の若者スラングを記述し、彼らの語彙教育とスラングの特徴を調査することである。研究対象は、一般的な言語の用語、ルール、概念と日本語のスラングの理論の集まりである。日本の若者の中でのスラングとその意味論および機能的な特徴ということである。

修士論文の科学的な新奇は、日本の翻訳研究学では最初に若者のスラングを総合的に研究するというトライである。

重要な言葉: スラング, . 隠語, ユース語彙, 意味表現, 機能

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд. – М.: Высшая школа, 1959. – 318 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. М. : Советская энциклопедия. – 1966. – 608 с.
3. Благовіщенська О.В. Мова молоді Японії // Всеросійський банк дисертацій. Дисертація 210 с., 2007
4. Благовіщенська О.В. Про роль абетки катакана в письмовій мові японської молоді // Стаття
5. Благовіщенська 2007, 94-95 с.
6. Берестовская Э. М. Молодёжный сленг: формирование и функционирование // Вопросы языкознания / Э. М. Берестовская – 1996. – №3. – С. 32 – 41.
7. «Бум на діалекти» серед японських старшокласниць // Збірник матеріалів 1-й науково-методичної конференції, що відбулася 26 травня 2006 року в Східному університеті. М., 2006
8. "Бум на диалекты" среди японских старшеклассниц // Сборник материалов 1-й научно-методической конференции, состоявшейся 26 мая 2006 года в Восточном университете. М., 2006, с. 10-14.

9. Вакамоно-котоба ва мондай на но ка («Молодёжный язык» – это проблема?) // Бунсё:-хё:гэн С, рэпо:тосю: (Сборник статей по стилистике) // Васэда-дайгаку нихонго кэнкю: кё:ику сэнта:, 2005, с. 12-15.
10. Вилюман В. Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке // Вопросы языкознания / В. Г. Вилюман. – 1960. – № 6. – С. 137 – 140.
11. Вилюман В. Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке // Вопросы языкознания / В. Г. Вилюман. – 1960. – № 6. – С. 137 – 140.
12. Гарбовский Н.К. Теория перевода: учеб. пособие/ Н. К. Гарбовский. – М.: Изд-во Московского университета, 2004. – 544с.
13. Єфремова Т. Ф. Новий словник російської мови.. - М.: Російська мова, 2000 - 425 с.
14. Зайківська Т.В. Шляхи поповнення лексичного складу сучасного молодіжного жаргону: дис. канд. філол. наук. - М.,1994. - 4 с.
15. Іноуе Фуміо. Хо.тенгаку-но сінтіхей (Нові горизонти діалектології). Мейдзі сеин, 1994.
16. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів освіти / М. П. Кочерган. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 368 с.
17. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів освіти / М. П. Кочерган. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 368 с.
18. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа,1990. – 253с.
19. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа,1990. – 253с.
20. Лапова Е.Б. Про молодіжному жаргоні // Російська мова.- Мінськ, 1990. - Вип.10
21. Латышев Л. К. Курс перевода: Эквивалентность перевода и способы ее достижения / Л. К. Латышев. – М.: Учпедгизд., 1986. – 217 с.

22. Лешко О. Сленг як мовне явище сучасного суспільства / О. Лешко // Україна і світ: гуманітарно-технічна еліта та соціальний прогрес: тези доп. Міжнар. наук.-теор. конф. студ. і аспір., 8–9 квітня 2014 р., м. Харків / ред. Л. Л. Товажнянський. – Харків : НТУ "ХПІ", 2014. - С. 354-356.
23. Левицкая Т. Р. Пособие по переводу с английского языка на русский / Т. Р. Левицкая, А. М. Фитерман. – М.: Высшая школа, 1976. – 127 с.
24. Миньяр–Белоручев Р. К. Теория и методы перевода / Р. К. Миньяр–Белоручев. – М.: Московский Лицей, 1996. – 207 с.
25. Мосенкіс Ю. Л. Феномен українського молодіжного сленгу (сутність, розвиток, контакти) / Ю. Л. Мосенкіс, П. М. Грабовий, О.С. Фурса. – К., Умань: ПП Жовтий, 2008. – 220 с.
26. Некоторые особенности языка молодёжи в Японии // Ломоносовские чтения, апрель 2006 г. Востоковедение. Тезисы докладов. М., 2006, с.151-155.
27. О стиле общения японской молодёжи тамэго // Вестник МГУ. Серия 13. Востоковедение. М., 2007, № 2, с. 94-103
28. О роли азбуки «катакана» в письменном языке японской молодёжи // Материалы XIV Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2007». Востоковедение и африканистика. – М., 2007, с. 97-99.
29. Пиркало С.В. Сленг: ненормативно, але нормально // Урок української. - К.: Наук. думка, - 2002. - №2. - С.26-28.
30. Подюк І.П, Маненкова Н.Ю. Жаргонізовану лексика і фразеологія в побутово-розмовної?? Ї мові молоді // Лінгвістичне краєзнавство.- Перм, 1991
31. Про стиль спілкування японської молоді тамеого // Вісник МГУ. Серія 13. Востоковедение. М., 2007, № 2
32. Рануки-котоба-ни цуйтэ («О рануки-котоба») // Бунсё:-хё:гэн С, рэпо:тосю: (Сборник статей по стилистике) // Васэда-дайгаку нихонго кэнкю: кё:ику сэнта:,2005, с.62-64.
33. Раевская Н. М. Лексикология английского языка. / Н. М. Раевская – Киев: Высшая школа, 1979. – 315с
34. Рецкер Я. И. Курс перевода с английского языка на русский / Я. И. Рецкер. – М.: Наука, 1981. – 345с.

35. Сдобников В.В. Теория перевода / В. В. Сдобников, О. В. Петрова. – М., 2006. – 448 с.
36. Способы словообразования в молодёжной лексике // Ломоносовские чтения, апрель 2005 г. Востоковедение. Тезисы докладов. М., 2005, с.101-103.
37. Чеховський В.О. Лінгвістичні основи вчення про терміни: Посібник для філол. спец. вузів. - М.: Вища шк., 1997 - 94 с.
38. Baumann H. Londinismen – Slang and Cant, Berlin, 1887
39. Dickson P. Slang: The Topical Dictionary of Americanisms / P. Dickson – L.: Walker Books, 2006. – 532 p.
40. Dunn J.A. 'How to speak new Russian' // Rusistika, 20, September 1999
41. Fargo M. Dirty Japanese / M. Fargo – C.: Transcontinental Printing, 2007. – 157 p.
42. Flexner S. B. Dictionary of American Slang / S. B. Flexner. – N.Y. –Tomas Y. Crowell Publishers, 1967. – 414 p.
43. Kobayashi, Chigusa (1998) Kotoba no Rekishi-gaku. • Genji-monogatari kara Gendai Wakamono Kotoba made [A History of Terminology: from Genji to Modern Youngsters] Maruzen Library. Tokyo: Maruzen.
44. Nakamura, Kikuo (1976) Shakai o Ugokasu Kotoba [Language to Move Society] In Haga, Yasushi (ed.) Nihongo Kooza III Shakai no naka no Nihongo [Japanese in Society] Tokyo: Taishukan Shoten. 235-274.
45. Partridge E. A Dictionary of Slang and Unconventional English, Vol. one, London, 1967
46. Partridge, E. Slang Today and Yesterday.L., 1979. 258 p.
47. Spears R. A. Slang and Euphemism / Richards A. Spears. – Oxford: Jonathan David Publishers, Inc., 1981. – 1184 pp.
48. Weseen M. H. Dictionary of American Slang / M. H. Weseen – London: L. Berrey and M., 1934. 243 p.
49. Yamada, Toshio (1966) Kana to Hyookihoo [Writing in Kanai In Kamei, Takashi, Kono Rokuro, Shibata Takeshi, and Yamada Tosio, Nihongo no Rekishi Bekkan Gengoshi-kenkyuu Nyuumon [A History of Japanese (Supplement) : An Introduction to the Study of the History of Language] Tokyo: Heibonsha. 390-511.



50. Yonekawa A. Beyond Polite Japanese: A Dictionary of Japanese Slang and Colloquialisms / A. Yonekawa– T.: Kodansha USA, 2001. – 173 p.
51. Yonekawa, Akihiko (1998) Wakamono-go o Kagaku-suru [A `Speech] Tokyo: Meiji Shoin.
52. <http://krakozabr.ru/>
53. <https://konnichiwa.ru/page/587/>
54. <https://medium.com/japanese-internet-slang>
55. <http://www.nippon-gatari.info/2016/07>
56. <http://www.nippon-gatari.info/2014/12/o-yaponskom-sleng-i-vesyolom-yaponskom-yazyke.html>
57. <http://www.nippon-gatari.info/>
58. <http://whatjapanthinks.com/2010/11/28/internet-slang-in-japan/>
59. <http://www.yaponskii.com/uroki-yaponskogo-yazika/slang/mini-urok-yobidame-slengovyie-vyirazheniya-i-yaponskiy-internet-sleng.html>
60. <http://www.yaponskii.com/uroki-yaponskogo-yazika/slang/yaponskiy-internet-sleng.html>
61. <http://nihon-go.ru/razgovornyy-yaponskiy-yaponskiy-sleng/>
62. <http://www.nippon-gatari.info/yaponskie-sleng-slova>
63. <https://www.lingq.com/blog/2017/09/21/japanese-slang-words/>
64. <https://livejapan.com/en/article-a0001980/>
65. <https://www.fluentu.com/blog/japanese/japanese-slang-phrases/>
66. <https://theculturetrip.com/asia/japan/articles/12-japanese-slang-words-to-help-you-talk-like-a-local/>
67. <https://www.definitions.net/translate/slang/ja>
68. <https://www.tofugu.com/japanese/japanese-slang/>
69. <https://www.google.com.ua/amp/s/dictionary.cambridge.org/amp/english-japanese/slang>
70. <https://www.asianlanguageschool.com/10-japanese-slang-words-useful-to-know/>

71. <http://www.angelfire.com/anime4/jslang/jibiki.htm>
72. <https://www.yaponskii.com/besplatnie-materiali-po-yaponskomu-yaziku/slang/yaponskiy-internet-sleng-kwsk-dd.html>
73. <http://www.amazon.com/Guide-Japanese-Grammar-approach-learning/dp/1469968142>
74. [http://www.guidetojapanese.org/grammar\\_guide.pdf](http://www.guidetojapanese.org/grammar_guide.pdf)
75. <http://itunes.apple.com/app/learning-japanese/id377785100?mt=8>
76. [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alexisblaze.japanese\\_grammar](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alexisblaze.japanese_grammar)
77. [https://www.google.com.ua/amp/s/pikabu.ru/story/noviy\\_sleng\\_yaponii\\_\\_otsukaresss\\_6192237%3fview=amp](https://www.google.com.ua/amp/s/pikabu.ru/story/noviy_sleng_yaponii__otsukaresss_6192237%3fview=amp)
78. <https://www.omoshiroi-nihongo.com/http:/site/yaponskij-sleng/yaponskij-sleng-i-internet-sleng-yaponii/>
79. <http://www.sakura-house.com/blog/ru/2015/05/10/японский-сленг/>
80. <http://studia-linguistica.knu.ua/derivatizacija-bazovoi-slovotvorchoi-modeli-svij-chuzhij-v-japonskij-movi-z-pogljadu-istorichnoi-dinamiki-form-japonskogo-pisma-diahronichnij-ta-sinhronichnij-aspekti/>

## ДОДАТКИ

### Додаток А





心臓麻痺なう

17  
RETWEETS

5  
FAVORITES



6:55 AM - 8 Mar 2010 - via Twitter · Embed this Tweet

← Reply  Delete  Favorite