

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ
Кафедра корейської і японської філології

Курсова робота

З японської філології

на тему:

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ В СУЧАСНІЙ ЯПОНСЬКІЙ МОВІ

Студентки групи Пяп02-20

факультету східної і слов'янської філології

денної форми навчання

Освітньої програми:

Японська мова і література та переклад,

західноєвропейська мова

Спеціальності 035 Філологія

Спеціалізації 035.069 Східні мови та

літератури (переклад включно),

перша - японська

Красиловець Софії

Науковий керівник:

Вознюк Ганна Анатоліївна

Національна шкала

Кількість балів

Оцінка ЄКТС

Київ - 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ СЛЕНГ	6
1.1 Поняття “сленг”.....	6
1.2 Різновиди та особливості сленгу.....	7
1.3 Утворення та причини появи сленгу серед молоді.....	10
Висновки до розділу 1	12
РОЗДІЛ 2. ЯПОНСЬКИЙ СЛЕНГ НА ПРОСТОРАХ ІНТЕРНЕТУ	13
2.1 Молодіжна мова в соціальних мережах.....	13
2.2 Каомоджі як сленговий спосіб передачі емоцій.....	15
2.3 Способи утворення японських сленгізмів.....	20
2.4 Особливості перекладу сленгізмів.....	23
Висновки до розділу 2	26
ВИСНОВОК	28
要約.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	33

ВСТУП

Мова — вічно живий аспект людства, що постійно розвивається та змінюється, створюючи нові способи вираження думок та емоцій, шляхом утворення нових слів та виразів. Одним з найважливіших елементів мовного розвитку є сленг, тобто свого роду жаргонна мова, що відхилена від норм офіційної мови та зазвичай використовується у розмовній мові. Сленгові новоутворення є постійним явищем у мовному середовищі та є прямим підтвердженням розвитку мови у різних галузях. Сленгізми, тобто нестандартні за офіційними параметрами мови слова та вирази, використовуються у найрізноманітніших прошарках населення, таких як молодь та маргінальні групи людей. Використання сленгу серед молоді є поширеним явищем у різних культурах і мовах. Підлітки часто використовують сленг як спосіб встановити і зміцнити свою соціальну ідентичність і почуття приналежності до групи однолітків. Сленг допомагає молодим людям відрізнити себе від дорослих і створити відчуття незалежності та бунтарства. Феномен сленгу для багатьох є логічним, адже люди розуміють що він існував з самого початку людської цивілізації, бо прагнення до самовираження є одним з базових людських бажань.

У сучасному світі сленг продовжує відігравати значну роль у мові та спілкуванні. Сленг можна використовувати для вираження ідентичності, встановлення контакту та неформального спілкування з однолітками. Він також може використовуватися для передачі гумору, сарказму та іронії, а також для сигналізації про членство в групі або виключення з неї. Однак використання сленгу може також стати бар'єром для ефективної комунікації, особливо при спілкуванні з людьми з різних регіонів, культур чи поколінь. У деяких випадках сленг може бути образливим, недоречним або заплутаним, що призводить до непорозумінь і розриву комунікації. Поки вище перераховані фактори є загальноприйнятими, багато хто не задумується, навіщо досліджувати явище сленгу ?

Дана робота присвячена детальному аналізу сленгу та молодіжних сленгізмів, історії їх походження, аналізу різновидів та типів сленгізмів, способів їх утворення

та їх застосування, як лінгвістичного явища, на прикладі молодіжного сленгу в сучасній японській мові.

Актуальність теми полягає в критичній необхідності вивчення сучасного мовного простору, однією з найважливіших галузей якого є сленгова мова. Важливо розуміти, що вивчення мови полягає не лише в вивченні граматики та поповненні словникового запасу, а й в проникненні до самого “ядра” мовного середовища, шляхом детального дослідження історично-культурних елементів суспільства, що мають прямий вплив на формування, розвиток та розгалуження мови, результатом чого і є сленг.

Об’єктом дослідження є молодіжна сленгова мова в сучасному японському мовному просторі.

Предметом дослідження є особливості різновидів, утворення та функціонування молодіжних сленгізмів у сучасній японській мові.

Мета дослідження полягає у вивченні історично-культурного впливу молодіжної мови на сучасне японське суспільство та подальший розвиток японської мови, а також у розгляді та практичному аналізі специфічних слів, словосполучень та виразів задля більш детального аналізу особливостей їх функціонування.

Завдання цього дослідження :

1. Розглянути поняття “сленг”.
2. Проаналізувати загальноприйняті різновиди та типи сленгу.
3. З’ясувати причини формування сленгу у мовному середовищі.
4. Розглянути молодіжний сленг, що використовується в інтернет-просторі на прикладі явища “каомоджі”.
5. Детально розглянути словотворчий процес японських сленгізмів.
6. З’ясувати особливості перекладу японського сленгу на українську мову.

Методи дослідження :

1. Описовий метод, що полягає у виявленні одиниць мови, їх особливостей та функцій.
2. Метод класифікації, тобто спосіб об’єднання об’єктів у класифікаційні угруповання.

3. Порівняльний метод, що використовується для зіставлення японський сленгових слів та виразів, з їх українськими еквівалентами.

4. Узагальнення проаналізованого матеріалу.

Наукова новизна курсової роботи полягає у поглибленому порівнянні японських сленгізмів з українськими еквівалентами, та детальному аналізу походження цих слів та виразів. Висвітлені у цій роботі знання та дані дістали подальшого розвитку та стали у нагоді при отриманні власних висновків.

Практичне значення даної курсової роботи полягає у широкому спектрі практичних досліджень, у вигляді перекладу слів, виразів та діалогів сленгового походження, що використовуються у повсякденному житті японською молоддю, що врешті-решт є одним із найкорисніших джерел отримання знань та інформації, у процесі дослідження сленгової мови японської молоді.

Структура курсової роботи. Дана робота складається з вступу, двох розділів, висновків, анотації іноземною мовою (要約) та списку використаних джерел. Загальний обсяг курсової роботи — 32 сторінки.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ СЛЕНГ

1.1. Поняття «сленг»

Мова – це засіб спілкування, що допомагає носієві виражати себе соціологічно-культурному плані, а також допомагає визначити межі власної сутності та статусу. В будь-якому суспільстві з часом, мова розвивається у різних галузях, популяризується та трансформується. Подібні процеси, що є звичними для суспільства, можна назвати соціальними трансформаціями. Одним із можливих наслідків таких явищ є зміна ставлення суспільства до мовних факторів нормативної та ненормативної лексики. Разом із зміною ставлення — відбувається і зміна саме співвідношення цих двох типів лексики в мові.

Відбувається своєрідний вибух сленгу, просторіччя і навіть ненормативної лексики, причому не тільки в розмовній мові, а й у світі медіа та художньої літератури. Це природно, що мовознавці намагаються зрозуміти і вивчити такі явища. Саме тому, сленг стає активним предметом досліджень в лінгвістиці будь-якої мови, включаючи і японської. (Білоножка М., 2014)

Сленг - це неформальна і нестандартна лексика або фрази, які зазвичай використовуються в певній групі або спільноті. Він часто передбачає використання слів або виразів, яких немає в стандартних словниках і які можуть бути незрозумілими для людей, що не належать до цієї групи. Сленг також може передбачати використання нестандартної граматики, вимови та структури речень. Сленгові терміни часто використовуються для передачі почуття ідентичності або приналежності до певної групи і можуть відрізнятися залежно від таких факторів, як вік, регіон, етнічна приналежність і соціальний статус. (Ковалів Ю., 2007)

Сленг, тобто жаргонні слова і вирази, що не відповідають нормам офіційної мови, і є характерними для мовлення людей певних професій, віку, соціальних прошарків, які з'являються шляхом соціальних трансформацій та мовно-соціального розвитку, і завдяки своєму особливому емоційному забарвленню, допомагають

носіям мови самовиражатись, розкриваючи свою індивідуальність, соціальний статус, та виявляючи свої думки і переконання, буде найточнішим та найобширнішим визначенням.

Але, на думку деяких мовознавців та людей що досліджують соціологічні аспекти протягом багатьох років, таких як Мар'яна Ніщенко, сленг як поняття має і негативне забарвлення. Час від часу сленг може описуватись як певного роду діалект, що є по свої суті лише ненормативною лексикою та вульгаризмами, які вказують на недостатній соціальний розвиток і замкненість від навколишнього світу, носіями якого є в'язні та правопорушники.

Також, сленг може розглядатись як використання літературної лексики в усному мовленні, метою якого є додати емоційного забарвлення своїм думкам при їх висловленні, додати розмові образності, незвичності та жвавості.

1.2. Різновиди та особливості сленгу

Різновиди це надзвичайно важливий аспект детального аналізу сленгу як лінгвістичного явища. Завдяки вивченню різновидів і типів сленгу, можна детальніше вивчити його і зрозуміти його природу.

Усний сленг. Цей тип сленгу є усним, а не письмовим, і часто використовується у невимушеній розмові або серед друзів.

Письмовий сленг. Даний тип сленгу використовується в письмовому спілкуванні, наприклад, у текстових повідомленнях, соціальних мережах або електронній пошті.

Жаргонний сленг. Цей тип сленгу використовується в межах певної групи або галузі і може включати спеціалізовану термінологію або аббревіатури.

Виключний сленг. Тип сленгу що використовується для виключення людей, які не є частиною певної групи чи культури. Він може використовуватися для створення почуття ідентичності або спільноти.

Внутрішньогруповий сленг. Цей тип сленгу використовується членами певної групи або спільноти і може включати інсайдерські посилання або жарти, які сторонні можуть не зрозуміти.

Образливий сленг. Даний тип сленгу може бути принизливим або дискримінаційним і часто використовується для приниження або образи інших на основі їхньої раси, статі, сексуальної орієнтації чи інших соціальних характеристик.

Пестливий сленг. Такий тип сленгу використовується для вираження прихильності або захоплення кимось, часто за допомогою грайливої або гумористичної лексики. (Іванишин В., 1994)

Також, можливо створити типологію сленгу за сферами використання та активного вживання в мові.

Регіональний сленг : цей тип сленгу характерний для певної географічної зони або регіону. Наприклад, 滅茶 [めっちゃ (metcha)], що означає «дуже» і часто використовується носіями кансайського діалекту.

Важливо зазначити, що хоча ці регіональні сленгові терміни широко використовуються у відповідних регіонах, вони можуть бути незрозумілі або не визнані в інших частинах Японії.

Етнічний сленг. Такий тип сленгу використовується членами певної етнічної групи. Наприклад, 親分 [おやぶん (oyabun)], що означає «бос», присутнє у やくざ語 (yakuzago), тобто лексиці що використовується японською мафією.

Сленг поколінь. Даний тип сленгу використовується представниками певного покоління або вікової групи. Наприклад, 脚下 [きゃっか (kyakka)], що означає «благати пробачення» і використовується у 昭和語, тобто людьми що жили у період Шьōва (1926-1989).

Галузевий сленг. Цей тип сленгу використовують люди певної галузі чи професії. Наприклад, オタク弁, різновид сленгу, яким користуються отаку, або затяті фанати аніме, манги та відеоігор. Отаку-бен включає такі слова, як もえ (що означає "милий"), 美少女 (що означає "красива дівчина").

Інтернет-сленг. Даний тип сленгу використовується в онлайн-спілкуванні, зокрема на платформах соціальних мереж і в додатках для обміну повідомленнями. Наприклад, ヘネトゲ, що є скороченою версією ネットゲーム (nettogēmu), і означає

«онлайн-гра». Також, おk (ok), що використовується для позначення згоди чи схвалення, подібно до «окау» в англійській мові.

Молодіжний сленг. Цей тип сленгу зазвичай використовується підлітками та молодими людьми. Наприклад, ダサイ, цей сленговий термін означає "некрутий" або "застарілий". Його часто використовують для опису моди або поведінки, яка не вважається трендовою.

Також, важливо зазначити, що різноманіття видів та типів сленгу загалом, завжди буде знаходитись у процесі трансформації, як і в плані кількості видів сленгу, так і в плані їхнього зовнішнього вигляду, сфери використання та актуальності.

Звичайно ж, сленг як і будь-яка мовна структура має кілька особливостей, які відрізняють його від більш стандартних форм мови.

Неформальність — сленг, як правило, є неформальною формою мови. Його часто використовують у невимушеній обстановці або серед однолітків і друзів, а не в офіційному чи професійному контексті.

Тимчасовість — сленг часто швидкоплинний, тобто він може бути недовговічним або швидко змінюватися з часом. Сленгові слова чи фрази можуть швидко застарівати або виходити з ужитку.

Креативність — сленг може бути креативним та винахідливим, часто включає гру слів, гумор чи іронію. Це може бути спосіб для людей виразити себе унікальний і творчий спосіб.

Регіональність — сленг може бути регіональним, тобто характерним для певної географічної зони або культури. Сленг також може бути пов'язаний з певною соціальною групою або субкультурою.

Внутрішньогруповий мовний елемент — сленг може бути внутрішньогруповою мовою, що означає, що він використовується певною групою людей для позначення членства в цій групі. Це може бути способом для людей створити відчуття приналежності та ідентичності.

Нестандартність — сленг часто є нестандартним, тобто не відповідає правилам і конвенціям стандартної мови. Він може включати використання аббревіатур, скорочень або нетрадиційної граматики та синтаксису.

Перебільшення — сленг може бути перебільшеним або гіперболізованим, часто з використанням вищого ступеня або інтенсифікаторів. Це може створити відчуття збудження чи ентузіазму у мовця або передати певну емоцію чи ставлення. (Хом'яков В., 1968)

Японський сленг, як і будь-яка інша форма сленгу, має свої особливості, які відрізняють його від стандартної японської мови. Японський сленг часто включає в себе запозичені слова з інших мов, зокрема англійської. Ці слова можуть бути модифіковані або адаптовані до японської мови та культури. Також, він часто передбачає використання інтенсивних або перебільшених виразів. Наприклад, слово "めっちゃ" (надзвичайно) часто використовується для підсилення прикметника.

Так само і специфічний субкультурний сленг, який відіграє важливу роль у сьогоденні японської молоді, варіюється від однієї субкультури до іншої. Наприклад : Visual Kei - це субкультура в Японії, яка асоціюється з певним стилем рок-музики. Сленг Visual Kei часто включає в себе запозичення з англійської мови і може бути досить поетичним та абстрактним. Приклади включають "こころ" (серце), "悲しみ" (смуток) і "とわ" (вічність).

1.3. Утворення та причини появи сленгу серед молоді

Як і в будь-якому мовному середовищі, в сучасній мові відбувається розвиток у різних напрямках, що виражається у виникненні нової лексики, нових способів застосування лексики, нових мовних середовищ і так далі. Звичним процесом є і поява сленгу.

Сленг часто з'являється серед молодих людей як спосіб самовираження в особливий і творчий спосіб. Молоді люди часто перебувають у процесі формування своєї ідентичності, і сленг може бути для них способом виразити свою приналежність до певної групи або субкультури. Сленг також може допомогти молодим людям встановити почуття приналежності та зв'язку з іншими людьми, які мають схожі інтереси, цінності чи досвід. Також, явище сленгу може бути способом для молодих людей зблизитися з однолітками та створити почуття товарищескості.

Використання спільних сленгових слів або фраз може створити внутрішній жарт або спільний досвід, що зміцнює соціальні зв'язки і сприяє формуванню почуття спільноти. Молодь може використовувати сленг як спосіб відкинути або підірвати стандартну мову і традиційні структури влади. (Мосенкіс Ю.)

Сленг можна розглядати як спосіб протистояти пристосуванню до основної культури і виразити почуття бунту чи нонконформізму. Сленг також може бути способом для молодих людей йти в ногу з трендами та бути в курсі подій популярної на даний момент культури. Використовуючи сленгові слова та фрази, молоді люди можуть продемонструвати, що вони в курсі останніх тенденцій і є частиною культурного духу свого часу. (Пилипей Ю., 2018)

Вище перелічені аспекти та причини появи сленгізмів у мовно-культурному середовищі, є вічно актуальними, адже деякі науковці зазначають, що сленг існував ще дуже давно, ще у часи Римської Імперії. (Маркіян Т.) Таке явище легко пояснюється вічно актуальними соціальними елементами, такими як потреба до самовираження та соціального об'єднання з навколишнім суспільством. Також, явище давності “сленгу”, пояснюється тим пригнічені групи суспільства та молодь, завжди матимуть бажання бути почутими та підкреслити свою важливість, що може виражатись у спосіб “підвласнення” собі мови, шляхом утворення власних нових слів та виразів, що відомі у мові як неологізми, тобто мовні новоутворення.

Висновки до розділу 1

Проаналізувавши поняття “сленг”, можна зробити висновок, що його визначення, є багатосаровим елементом лінгвознавства, адже поєднує в собі різноманітні поняття, терміни, способи вираження думки, негативні та позитивні аспекти. Підхід до визначення поняття сленгу, у різних науковців — відрізняється, що вказує на велику кількість факторів що впливають на формування визначення не лише у вигляді готово поняття або ж терміну, надрукованого у книзі чи словнику, а й на початкових стадіях його зародження, тобто у думках людини, що намагається сформулювати це визначення. До таких факторів відносяться мовний, культурний та соціологічний аспекти.

Підсумовуючи детальне дослідження різновидів та особливостей сленгу, можна сказати що сленг — неймовірно різноманітний та багатосаровий елемент мови. Велика кількість різновидів та типів сленгу, що постійно зростає, вказує на комплексність та актуальність цього явища, так само і на різноманітність факторів що впливають на кількість його різновидів (такі як галузь використання, етнічний аспект, регіональність і т.д.).

Аналізуючи утворення та причини появи сленгу, ми прийшли до висновку, що сленг є показником культурного розвитку нації та підтвердженням розвитку мови. Стало зрозуміло, що однією з найважливіших причин появи сленгу у мовному середовищі — це здібність сленгу бути інструментом самовираження для молодих людей та різних прошарків суспільства, а також спілкування з іншими та утвердження власної ідентичності у світі, що швидко змінюється.

Отже, можна сказати що сленг є унікальним лінгвістичним явищем і є невід’ємною структурою суспільства. Суспільство розвивається, разом з ним і мова. Саме тому логічним наступним кроком є поява та розвиток сленгу, адже він є показником прагнення суспільства до змін та самовдосконалення.

РОЗДІЛ 2.

ЯПОНСЬКИЙ СЛЕНГ НА ПРОСТОРАХ ІНТЕРНЕТУ

2.1. Молодіжна мова в соціальних мережах

Соціальні мережі можна вважати інструментом для поширення інформації, зазвичай призначеним для молоді. Як і будь-який інструмент, соц. мережі мають свої способи передачі інформації. До них відносять : сленгові слова, емоджі, мему, гештеги, аббревіатури та акроніми.

Хорошим прикладом сленгізму з японських соц. мережей є слово バカッター (bakattaa). Це сленгове слово є поєднанням японського слова "バカ", що означає "ідіот", та англійського слова "Twitter". Так називають людей, які публікують у Твіттері безглузді речі.

Емоджі є популярною формою спілкування в Японії, і є багато емоджі, які використовуються як сленг. Цікавим прикладом сленгового використання емоджі є «👁️👁️» (емоджі очей що дивляться в один бік). Для порівняння, серед українських користувачів соц. мереж, ця “наліпка” використовується щоб показати свою можливу зацікавленість в сказаному/надісланому вашим співбесідником, або ж нетерпіння/очікування на щось що має відбутись в майбутньому. Водночас, в Японії, це емоджі найчастіше використовується як спосіб натякнути співрозмовнику, що за їхньою розмовою хтось слідкує (наприклад, стороння людина сидить поруч і бачить екран вашого смартфона та що на ньому відбувається).

きも可愛い [きもかわいい (kimokawaii)] — є гарним прикладом мемів (тобто кумедних картинок, зазвичай з написами). Цей «жанр» мемів зображує милих і моторошних персонажів або предмети, наприклад, опудала тварин з гострими зубами або милих монстрів. Термін "кімо-каваї" походить від поєднання слів "кімо" (що означає бридкий або моторошний) і "каваї" (що означає милий).

Прикладом використання гештегу в сленговому контексті є #ガチャ (#гача). Цей хештег відноситься до популярних в Японії автоматів з продажу іграшок "гача"

або капсульних іграшок. Його часто використовують, щоб ділитися або демонструвати свої колекції гача-іграшок або обговорювати гача-ігри.

Абревіатури та акроніми. До такого типу сленгу належать イケ面 [イケめん (ikemen)], тобто гарний чоловік (скорочення від いけてる面), а також JK (скорочення від 女子高生, тобто учениця старшої школи).

Також, японський інтернет-сленг використовує широкий спектр смайликів, які часто є більш складними та виразними, ніж традиційні західні смайлики. Ці смайлики, відомі як каомоджі, складаються з різних японських ієрогліфів і часто використовуються для передачі емоцій та міміки у більш тонкий спосіб, ніж традиційні смайлики.

Японський інтернет-сленг також багато запозичує з англійської та інших мов. Сюди входять такі слова, як "lol" (laughing out loud, тобто сміятися вголос) та ハート (hāto), від англійського слова "heart" - "серце" (цей термін використовується для вираження емоційного стану або почуттів людини), які часто використовуються в онлайн-розмовах. Ці запозичені слова часто використовуються в поєднанні з традиційними японськими словами та сленговими термінами, створюючи унікальну гібридну мову, яка відображає вплив інших культур на японський молодіжний сленг. Використання запозичених слів у японському молодіжному сленгу також є відображенням позиції Японії як глобально-культурної та економічної країни та її постійної взаємодії з рештою світу.

Японський молодіжний сленг також значною мірою покладається на каламбури та гри слів, часто використовуючи омофони або схожі за звучанням слова для створення гумористичних або цікавих повідомлень. Наприклад, слово 顔 [かお (kao)], означає «лице», «обличчя», але також може використовуватися для позначення чієїсь особистості або характеру. Або ж, ひょんひょん (hyonhyon), що є оноματοпоетичним словом для опису звуків та дій, та найчастіше використовується молодшим поколінням. Ці типи каламбурів та гри слів часто використовуються в японському молодіжному сленгу, щоб додати гумору, креативності та виразності

онлайн-розмовам, а також відображають унікальний мовний та культурний контекст японської молодіжної культури.

Це лише кілька прикладів поширеного молодіжного сленгу, що використовується в соціальних мережах. З появою нових платформ і тенденцій нові сленгові терміни продовжуватимуть розвиватися і ставати частиною онлайн-лексикону.

Японський молодіжний сленг, як і молодіжний сленг будь-якої іншої країни, часто використовується як спосіб спілкування між членами певної групи чи спільноти у спосіб, відмінний від традиційної японської мови. Це створює відчуття приналежності та товариськості в групі.

Соціальні мережі стали сприятливим ґрунтом для появи молодіжного сленгу завдяки простоті спілкування та можливості швидко створювати і поширювати контент. Вони мали значний вплив на розвиток молодіжного сленгу, надаючи нові канали комунікації та нові інструменти для творчого самовираження. Соціальні мережі також сприяли швидкому поширенню молодіжного сленгу, дозволяючи йому охопити ширшу аудиторію і швидше стати частиною масової культури.

2.2. Каомоджі як сленговий спосіб передачі емоцій

Комп'ютерний науковець Скотт Е. Фолман розмістив повідомлення на онлайн-дошці оголошень рівно об 11:44 19 вересня 1982 року. Ця дошка слугувала загальною системою обміну повідомленнями для факультету інформатики Університету Карнегі-Меллона, де Фолман викладав. Розміщене ним повідомлення містило лише комбінацію символів ":-)". Це була своєрідна пропозиція використовувати послідовність символів «:», «-», «)»), як жартівливий ідентифікатор або ж вишукану відповідь на можливі непорозуміння в текстових онлайн-повідомленнях. Якщо символ «:-)» присутній у повідомленнях вашого співрозмовника, ви одразу можете зрозуміти, чи ця людина серйозно ставилася до вмісту повідомлення, чи надісланий текст поданий в жартівливій формі. (Фолман, 2007)

За кілька місяців "смайлик" почав швидко поширюватися по всьому Інтернету. Символи на клавіатурі, такі як розділові знаки, алфавітні елементи та цифри, використовуються для зображення виразу обличчя в смайликах. (Бріссон, 2015) Смайлик, який вливає почуття та експресію в текстові сервіси обміну повідомленнями, які інакше були б простими та нудними, став невід'ємним компонентом онлайн-спілкування.

Отже з часом, смайлики або ж «емотікони» (з англ. emoticon), набули незвичної популярності та почали використовуватись щоденно людьми різного віку, для надання розмові через месенджери жартівливості та позитивного характеру.

Через чотири роки, японський онлайн веб-сервіс ASCII-NET, почав розробку власних емотіконів. Таким чином, у 1986 році, світ вперше побачив смайлик «(^_^)», який пізніше став одним із найпопулярніших смайликів японської бази даних емотіконів. (Кавана, 2012)

Японські смайлики, на прикладі «(^_^)», слід читати вертикально разом із супровідним текстом, на відміну від західних смайликів. Смайлики, або ж каомоджі (顔文字), є японською альтернативою назви "емотікон". Цей термін можна буквально перекласти як "символи зовнішності" або ж, ще більш буквально, він має елементи "обличчя ("као") та символ ("моджі"). І так само, як і західні емотікони, існують варіації каомоджі, які пов'язані з іншими почуттями та настроями. Плач/сум позначається смайликом «(T_T)», здивування/шок позначають «(o_o)» та злість «(>д<)» ; це все емоції, які часто є вживаними у формі каомоджі.

Насправді, коли каомоджі вперше з'явилися в інтернеті, вони використовувалися з іншою метою. Спочатку, вони грали роль онлайн-підпису. Тобто, каомоджі потрібно було додавати до повідомлень після імені відправника. Тобто, імена юзерів (користувачів) виглядали таким чином : «ケイさん^ - ^», «ワン (^_^)», тощо. Вже пізніше, з появою багатьох мережевих компаній та додатків на японському ринку, було залучено багато користувачів. Постійно зростаюча кількість онлайн-користувачів, принесла з собою і популяризацію каомоджі та їх використання в повсякденному житті. Японці з часом, почали використовувати каомоджі не лише в імені відправника повідомлення, а й в основному тексті

повідомлень. Прикладом використання цих смайликів в листуванні у месенджерах буде наступний діалог.

A: お元気ですか? もう長い間、お目にかかりませんでしたね(;_;

B: こんにちは。とっても元気よ(^-^)

Переклад.

A : Як твої справи? Давно не бачились(;_;

B : Привіт. В мене все дуже навіть добре(^-^)

Як ми бачимо, емоційного забарвлення реченням надають не лише самі слова, а й смайлики використанні в кінці речень. В той час як каомоджі «(;_;)» використана співбесідником А, показує смуток та занепокоєння, каомоджі «(^-^）」 використана співбесідником В є втіленням спокою та позитивного настрою. За допомогою каомоджі, стає можливим ще більш точно та більш емоційно передати свій стан, почуття та наміри. Однією з основних комунікативних функцій каомоджі у житті сучасної японської молоді є також розвіяння потенційної спантеличеності. Прикладом буде наступна фраза.

Варіант 1 : あなたと一緒にいて楽しかった。

Варіант 2 : あなたと一緒にいて楽しかったヽ(*´▽`*)」♡

Переклад.

Варіант 1 : Мені було приємно провести з тобою час.

Варіант 2 : Мені було приємно провести з тобою часヽ(*´▽`*)」♡

На перший погляд обидва варіанти однакові, за винятком каомоджі в кінці речення. Але насправді, різниця також може полягати в контексті та намірах співрозмовника.

Розглянемо наступну ситуацію : Ви гарно провели час зі своїм малознайомим другом у ресторані та прогулюючись парком. Після завершення прогулянки, повернувшись додому ви отримуєте повідомлення варіанту 1, наведеного вище. У вас, як і у будь-якої іншої людини можуть виникнути сумніви щодо того, що саме мав на увазі ваш співбесідник, надіславши це повідомлення. Чи справді йому сподобалось проводити з вами час ? Можливо це сарказм ? Чи може він надіслав вам

це повідомлення з ввічливості, щоб не здатися грубим і невдячним ? Виникає доволі багато питань, яких не мало б бути.

А от у випадку отримання вами повідомлення варіанту 2, ставлення вашого друга до цієї ситуації є більш чітким і зрозумілим. Для початку, використання каомоджі у кінці речення, а саме усміхнене обличчя з сердечком, є індикатором позитивного настрою та загального тону повідомлення. Звичайно, це все ще не дає стовідсоткової гарантії того що ваш друг справді дуже радий вашій зустрічі та з задоволенням провів з вами час. Але насамперед, каомоджі у даному контексті чудово виконує свою роль, пов'язану з розвієнням потенційної спантеличеності і надає більш чіткий та зрозумілий погляд на наміри вашого співбесідника.

Водночас, за таким самим принципом використання смайликів може призвести до непорозумінь між людьми. Розглянемо наступну ситуацію. Після проведення часу разом зі своєю групою друзів, ви повернулись додому. Відкривши спільний чат, до якого мають доступ семеро ваших друзів, ви бачите наступні повідомлення.

Пан А : 楽しかったですか。

Пані Б : 私は楽しいひとときを過ごしました d(^_^o)

Переклад.

Пан А : Ви гарно провели час ?

Пані Б : Так, мені сподобалось d(^_^o)

Здавалося б, інформація подана доступно і все має бути зрозумілим для співбесідників. Однак, є певні зауваження : каомоджі “d(^_^o)”, використаний пані Б, може бути інтерпретована по-різному. Справа в тому, що ця каомоджі не має чіткого “виразу обличчя”, чи то позитивного (радість, сміх або ж посмішка), чи то негативного (розпач, сум чи сльози), що могло б надати чіткого розуміння наміру та настрою відправника. Саме тому вона буде виглядати як прояв зовсім різних емоцій та станів, для різних людей. Наприклад, пан А міг зрозуміти цю відповідь як саркастичний спосіб сказати що їй (пані Б) не сподобалась сьогоднішня прогулянка, або ж як вираження незадоволення проведеним разом часом ; ви б могли інтерпретувати дане повідомлення як спосіб вираження вдячності ; а хтось інший, наприклад інший друг з компанії (пан С), міг би уявити пані Б, що надсилала цю

каомоджі — стрибачою від щастя і максимально задоволеною сумісною прогулянкою.

У наведених вище прикладах-діалогах ми змогли зрозуміти наступне : вносячи шар емоційної глибини в текстові стосунки між відправником та отримувачем повідомлень, каомоджі здатні дієво та ефективно виражати почуття людини. (Тачікава, 2005) Незабаром, після початку активного використання різних типів інтерактивних елементів в повсякденному житті, в Японії стрімко зросла кількість та різноманітність каомоджі. Завдяки стрімкому технологічному та мережевому розвитку, взаємодіючи з інтерактивними елементами онлайн-спілкування, люди можуть виражати не лише такі емоції як радість “(👉'ω')👉”, а й гнів “Σ(̄_̄̄)”, сум “(̄_̄;)” та різноманітність інших станів та настроїв.

На даний момент, існує понад 10 тисяч різних каомоджі. Більшість з них є втіленням позитивних емоцій та зображають посмішку, сміх, задоволений вираз обличчя. Можна припустити, що незважаючи на велику кількість вже існуючих смайликів, їхня кількість продовжить стрімко зростати, адже каомоджі є невід’ємним елементом онлайн-спілкування для японської молоді сьогодення.

Також, важливо виділити певні особливості структури каомоджі. Якщо розглядати ці емотікони з точки зору ієрогліфіки, вони дійсно мають деякі здібності з японськими ієрогліфами. Як і канджі або ж простими словами ієрогліфи, більшість каомоджі мають спільну основу, що стає базою для створення одразу декількох подібних смайликів, що є дуже схожим на систему радикалів в ієрогліфіці. Звичайно ж, окрім основ існують і особливі структурні елементи, що додаються до основи, такі як “сердечка та зірочки”, “-”, “=” і так далі.

Наприклад : основа – (=‘∇ `)

до неї додаються різноманітні елементи, а також в середині основи можуть змінюватись побічні знаки. В результаті чого з’являються :

∖(‘∇ `)/ – з додаванням паличок з боків :

(*‘∇ ` *) – відбулась зміна внутрішніх побічних знаків :

∖(;▽;) – зміна внутрішніх та додавання зовнішніх елементів.

Висновком буде наступне : використання каомоджі дійсно є ефективним способом спілкування, вираження власних емоцій, настрою, стану, наміру та контексту що скривається у надісланому повідомленні. Водночас варто розуміти доречність їх використання, задля запобігання непорозумінь та неприємних ситуацій. Можливо, буде доречним більш поглиблено вивчити каомоджі та їх значення, або ж використовувати лише ті каомоджі, значення яких є добре знаєте.

2.3. Способи утворення японських сленгізмів

Явище японського сленгу, насправді, є доволі унікальним, завдяки багатьом факторам. Одним із таких факторів є особливості словотворчого процесу сленгізмів в японській мові. Для початку, варто звернутися до словотвору, щоб краще зрозуміти аспекти за якими будуть розглядатися сленгові слова.

Словотвір — це розділ мовознавства, що вивчає структуру слів та їх способи творення. Загалом, існує багато способів словотвору :

- словоскладання (явище поєднання двох або більше слів в одне, задля створення нового слова або ж нового лексичного цілого)
- коренескладання (процес об'єднання двох або більше слів в одну нову одиницю, що з граматичної точки зору стає окремим словом) (Комарницька, Комісаров, 2012)
- афіксація (спосіб творення слів за допомогою афіксів, тобто — суфіксальним, префіксальним, суфіксально-префіксальним та безафіксним способами)
- абрєвіація (явище об'єднання скорочених основ слова, скорочених та повних основ ; скорочення твірної одиниці, у результаті чого створюється просте похідне слово)
- субстантивація (явище переходу прикметника або дієприкметника в іменникову форму) (Кубійович, 1995)

Як ми бачимо, існує безліч способів творення слів, більшість з яких є універсальними інструментами словотворчого процесу багатьох мов світу, в тому числі японської мови. Словотвір є важливим мовним процесом, завдяки якому можливе розширення словникового запасу та його урізноманітнення, але не лише на стадіях творення початкового лексикону мови, а й у сучасності, як частині процесу розвитку нації й одночасного розвитку мови. Розуміючи комплексність та важливість словотвору, можна перейти до наведення прикладів та детального аналізу японських сленгізмів.

Одним з найпоширеніших словотворчих способів сленгу в японській мові є афіксація. Цей процес є нескладним, що полегшує процес словотвору в розмовному лексиконі, та навіть стає сприятливим середовищем для активної появи нових сленгізмів. Найчастіше, в японській неформальній мові афіксація представлена суфіксальним та префіксальним способами. Наприклад : префіксом виступає слово 馬鹿 [ばか (baka)], що перекладається як “дурень”. Це слово приєднується префіксально до іменників та прикметників, надає значення крайності. Зазвичай вживається в негативному сенсі. В результаті цього, утворюються нові слова такі як “馬鹿でかい” та “馬鹿丁寧”.

Перше слово, “馬鹿でかい” (bakadekai), перекладатиметься як “величезний”, “здоровезний”. Складається з 馬鹿 [ばか (baka)] (дурень) та [でかい (dekai)] (що є розмовним варіантом 大きい та означає “великий”). Відбулось просте приєднання обох частин в одне слово, без змін в будові. Доречним буде навести приклад використання слова у реченні. このケーキは馬鹿でかいから、一人じゃ食べきれないわよ。(переклад : цей торт настільки здоровезний, що я б не зміг з’їсти його сам.)

Наступне слово — “馬鹿丁寧” [ばかていねい (bakateinei)], що перекладається як “надмірно ввічливий”. Складається з 馬鹿 [ばか (baka)] (дурень) та [ていねい (teinei)] (ввічливий). Знову ж таки, спостерігається проста система приєднання двох частин в одне слово, без змін в їх основі. Наведемо приклад речення з цим словом. お客様に馬鹿丁寧な説明をするは、かえって失礼になるわよ。(переклад : якщо

ви перестараетесь з ввічливістю (будете надмірно ввічливими), пояснюючи щось клієнтам, ви можете образити їх.)

Далі розглянемо суфіксальний спосіб, тобто явище приєднання суфіксальної частини в кінець іншого слова, для утворення нового цілого. Гарним прикладом суфіксального способу афіксації буде слово 臭い [くさい (kusai)]. Додаючись до іменника, це слово виражає певний небажаний стан чогось, підкреслює ступінь небажаності. Оригінальне значення слова くさい – смердіти, неприємно пахнути, походить від слова 腐る [くさる (kusaru)] (гнити). Таким чином, це слово вказує на те, що ситуація на даний момент, яку хочуть описати або ж предмет чи людина, є якоюсь мірою схожими на негативну версію іменника, до якого приєдналась частина くさい (kusai).

В результаті цього, утворюється таке слово як 面倒臭い [めんどくさい (mendokusai)], що означає “набридливий”, “неспокійний” та використовується досить часто. 面倒 (mendo), що є першою частиною слова, є одним з найуживаніших слів у японській мові. Здається, спочатку це слово означало щось, на що не варто дивитися, пізніше — щось непривабливе, а вже тут, означає щось що завдає багато клопоту. Наведемо приклад використання слова в реченні. 局長にめんどくさい仕事押し付けられた (переклад : директор знову завалив мене нудною роботою).

Одним, також доволі популярним суфіксом є 助け [すけ (suke)]. Він приєднується до різних частин мови, включаючи іменники. Використовується для створення прізвиськ для людей шляхом акцентування на певних рисах характеру людини. Також, є поширеним додатком до чоловічих імен. Завдяки суфіксальній афіксації, виникає слово, наприклад : 寝坊助 [ねぼすけ (nebosuke)], що означає “сонько” та акцентує увагу на кількості часу витраченого людиною на сон, а точніше на великій кількості. Гарним прикладом використання цього слова в реченні буде наступна фраза. もうお昼だっていうのに、ねぼすけの兄貴はまだベッドの中だ。(переклад : вже обідня пора, а мій брат-сонько все ще в ліжку.) (Акіхіко йонекава, 2002)

Також, у сленговому середовищі Японії, поширеним типом словотвору є аббревіація, а саме об'єднання скорочених основ. Гарним прикладом буде слово **でき婚** (できこん, dekikon). Термін що вперше виник у 90-х роках, так як з різних причин, збільшилась кількість шлюбів, спричинених незапланованою вагітністю. До 2000-х років відсоток шлюбів через незаплановане батьківство стрімко зріс серед молодих японців, приблизного віку 19-20 років, оскільки тоді, деякі знаменитості зробили це свого роду трендом в Японії. Цей термін використовується для опису весілля, яке було влаштовано, щоб уникнути сорому через незаплановану вагітність, а не через бажання його учасників. Дослівно цю фразу можна перекласти як “ми вже зробили (дитину) весілля”. Перша частина слова **でき** відноситься до речення (子どもが) **できてしまった** (завагітніти або ж народжувати). Друга ж частина, відноситься до слова **けっこん**, що означає “шлюб”. (cotoacademy.com, 2015)

2.4. Особливості перекладу японських сленгізмів

Біч обіч з японським суспільством, що постійно розвивається та прагне до чогось нового, розвивається і японська мова. Явище розвитку мови виражається у поповненні словника офіційної мови, появі нових виразів, створенні нових способів формулювання думки та появі нових сленгізмів. Як ми вже зрозуміли, сленг — це складна та комплексна система, на стан якої впливає велика кількість факторів, таких як : історія країни, вплив інших мов та культур, культурні особливості нації, потреби та актуальні теми для молоді. Однак, одразу ж виникає питання : якщо є стільки факторів що впливають на формування сленгового словникового запасу, наскільки ж легко/тяжко буде перекладати ці слова та вирази ?

Відповідь на це питання — процес перекладу дійсно може зайняти деякий час. Адже для повного розуміння тексту перед очима потребується не лише досконале знання мови, а й врахування важливих факторів що вплинули на формування певних мовних одиниць та виразів. Задля кращого розуміння, пропоную детальніше розглянути фактори, що впливають на особливість перекладу японських сленгізмів (на українську мову).

Переклад японського сленгу може бути складним, оскільки він часто включає унікальні вирази та певні культурні посилання, які можуть бути незнайомі не-носіям мови. Перший фактор який варто розглянути — це культурні особливості. Японський сленг часто має посилання до певних аспектів японської культури та деяких субкультур, таких як аніме та манга (що є унікальними явищами, що належать виключно японському суспільству). Прикладами унікальних сленгових термінів є слова オタク та 少年.

Перше слово — オタク (otaku), є терміном що використовується для опису людини, яка одержима аніме (японською сферою мультиплікації для людей різних віків), мангою (японськими друкованими та цифровими коміксами різноманітних жанрів) та відеоіграми. Цей термін є дійсно унікальним явищем для японської культури, через що можуть виникнути труднощі під час перекладу. Шукаючи український еквівалент у словниках, можна натрапити на такі варіанти перекладу : “схибень”, “нестямник”, “схиблений”. Всі три варіанти можна вважати доречними, але їхнє визначення бракує культурологічного та конкретизованого контексту, який потребується для перекладу такого унікального терміну. Почувши слова схибень та нестямник, неможливо одразу зрозуміти повний контекст, адже людина може бути схибна до будь-чого, їй може подобатись будь-що до нестями, а не лише комікси та відеоігри. Водночас, спитавши у японця що він думає про отаку, верогідно ви не отримаєте відповідь на кшталт “що це таке?” чи “про що саме ви говорите?”, адже термін знайомий багатьом людям в Японії і має конкретизоване значення. У цьому випадку, варто використати описовий спосіб перекладу, тобто перекласти слово описавши його декількома словами або ж фразою, для повного розуміння його значення.

Друге слово — 少年 [しょうねん (shounen)]. Насправді, це слово має декілька значень. Перше й початкове значення — хлопчик, маленький хлопчик. Друге його значення у сучасному сленговому контексті — жанр аніме та манги, орієнтованих на юнаків, часто з екшн та пригодницькими сюжетами. Візьмемо на приклад 2 речення, в обидвох використане слово しょうねん, але має різне значення.

1. これが昨日私があった少年です。(переклад : це той хлопчик, якого я бачила вчора)
2. 私が読んでいる漫画のほとんどは、少年のジャンルです。(переклад : більшість манги що я читаю має жанр “шьонен”)

В першому реченні слово しょうねん має значення “хлопчик”, що є його найпоширенішим значенням, тому й буде легким для перекладу у реченні, з достатнім знанням мови. В другому ж реченні, це слово має значення “жанр Шьонен”, що ускладнює ситуацію, тому й переклад потребуватиме достатньої культурологічної освіченості. Особливість перекладу цього слова, також можна віднести до контекстуального фактору, адже його можна перекласти по-різному, в залежності від контексту.

Отже, можна зробити висновок, що у людини яка добре володіє мовою, але не знає культурологічний аспект цього слова, може виникнути питання на кшталт “чому маленький хлопчик став жанром?”, саме тому є важливий аспект поглибленого вивчення мовного простору через культурологічні особливості.

Ще одним важливим фактором є знання інших іноземних мов, таких як англійська. Якщо бути ще точнішою — вміння розпізнавати запозичені іноземні слова в японській мові. Як ми знаємо, в японській мові багато запозичень, особливо з англійської мови. Сленг в цьому випадку не є винятком. Гарним прикладом буде слово カンニング (kan'ningu), що означає “списувати” (на екзамені чи тесті). Складність його перекладу полягає в двох аспектах. Перший аспект — на перший погляд, без гідного знання англійської мови, доволі складно розпізнати слово оригіналу (тобто слово англійської мови яке було запозичене), на відміну від більш поширених запозичених слів з англійської мови, таких як : ケーキ (kēki) — з англ. cake (торт, тістечко) та ストップ (sutoppu) — з англ. stop (стоп, зупинятися). З чого ми отримуємо другий аспект складності перекладу цього слова — оригінал запозичення з англійської це слово cunning, що перекладається як “хитрий”, “лукавий”, що не є прямим перекладом значення, яке надали японському варіанту

слова, а лише якоюсь мірою пов'язане з оригіналом (адже людина яка списує на екзаменах/тестах і справді рахується хитрою).

Висновки до розділу 2

Детально аналізуючи молодіжну мову в соціальних мережах, ми прийшли до висновку, що соціальні мережі, з моменту їх появи, одразу ж стали одним з найважливіших факторів подальшого розвитку сленгу та навіть стали плідним ґрунтом для зростаючої кількості сленгізмів, що використовуються молоддю. З цього випливає й крайня важливість існування соц. мереж у історично-культурному аспекті формування молодіжної мови. Також, ми змогли розглянути деякі приклади засобів сленгового спілкування.

Найяскравішим прикладом є каомоджі, тобто особливий вид смайликів що виражають різні емоції та відрізняються від західних емотіконів. Проаналізувавши каомоджі більш детально, ми змогли визначити їхнє походження, яке датується 1986 роком, коли у текстовому повідомленні вперше було використано смайлик, що повпливало на подальший розвиток японської версії цього цифрового явища. Також, ми розглянули їхню історію та різновиди, дізнавшись що на даний момент існує понад 10,000 каомоджі. У практичному завданні розглянули декілька прикладів діалогів та фраз з використанням цих унікальних емотіконів, акцентуючи свою увагу на ролі каомоджі, яку вони виконують у текстовому повідомленні, таку як розвіяння потенційної спантеличеності щодо контексту надісланого повідомлення. Водночас, розглянули й іншу сторону каомоджі — відсутність стовідсоткової гарантії розвіяння непорозумінь, та навіть можливе створення подібних ситуацій.

Отже, можна зробити висновок, що сленг на просторах інтернету — це багатшарова система різноманітних способів вираження своїх думок та емоцій, що користується попитом серед молоді та є невід’ємним елементом їх самовираження.

Лінгвістичні аспекти японської сленгової мови — це справді цікавий аспект японського мовознавчого середовища, що вартий детального вивчення. Досліджуючи способи утворення японських сленгізмів, ми змогли зазирнути у основи мовного розвитку, такі як словотвір та його способи, на прикладі сленгових слів та виразів. Детально розглядаючи деякі способи словотвору, такі як афіксація та аббревіація, що поширені у процесі творення японських сленгізмів, ми змогли підсумувати їхню роль у сучасному мовному середовищі та природу їхньої будови,

акцентуючи увагу на таких словах як “馬鹿丁寧” [ばかていねい (bakateinei)], що перекладається як “надмірно ввічливий” та でき婚 (できこん, dekiikon), термін що описує весілля, яке було влаштовано, щоб уникнути сорому через незаплановану вагітність, які послуговували гарними прикладами для розгляду способів словотвору сленгізмів на практиці.

Проаналізувавши особливості перекладу японських сленгових слів та виразів, ми змогли прийти до висновку, що процес перекладу на українську мову може бути дійсно складним та займати деякий час. Ми зрозуміли що одним із найважливіших факторів, що впливає на складність перекладу є культурологічні особливості, які виражаються у вигляді термінів, які існують лише в одній мові і є унікальними за своєю природою, такі як オタク (otaku). Також, детально розібравши різні значення перекладу слова しょうねん (shounen), ми змогли розглянути слово що має декілька значень і як контекст впливає на переклад, на практиці.

Отже, можна зробити висновок, що аспект перекладу японських сленгізмів, піддається багатьом факторам, таким як контекст, декілька значень одного слова та запозичення з інших мов.

ВИСНОВКИ

Сленг — це важливий аспект молодіжної культури, що виконує різноманітні соціальні, лінгвістичні та психологічні функції для молоді. В сучасних умовах сленгова мова виконує роль історично-культурного провідника у молодіжне середовище та допомагає зрозуміти молодих людей, їхні мотивації та спосіб мислення краще.

У ході роботи нами було розглянуто поняття “сленг”. У результаті чого ми дійшли висновку, що визначення слова “сленг”, може бути трактоване у різні способи не тільки з точки зору самого поняття, а й з точки зору підходу до його формування : позитивного або ж негативного. Це підтверджується тим, що в той час як деякі науковці формують поняття сленг як нестандартну лексику та фрази, що використовуються певними групами людей, інші ж лінгвістичні розглядають явище сленгової мови лише як свого роду діалект, що по своїй суті є лише ненормативною лексикою та вульгаризмами, що вказують на недостатній соціальний розвиток людини. Сленг як поняття було розглянуто з різних сторін, задля більш ефективного аналізу, а також нами було сформульоване власне визначення терміну, щоб охопити якомога більше його аспектів. В результаті чого ми отримали найобширніше визначення : “сленг — це жаргонні слова і вирази, що не відповідають нормам офіційної мови, і є характерними для мовлення людей певних професій, віку, соціальних прошарків, які з’являються шляхом соціальних трансформацій та мовно-соціального розвитку, і завдяки своєму особливому емоційному забарвленню, допомагають носіям мови самовиражатись, розкриваючи свою індивідуальність, соціальний статус, та виявляючи свої думки і переконання”.

У ході дослідження нами було проаналізовано загальноприйняті різновиди та типи сленгу у мові. Завдяки цьому аналізу ми дійшли висновку, що сленг є багат шаровим аспектом лінгвістичного простору та включає в себе безліч різновидів. Такі типи сленгу як усний, письмовий та жаргонний, а також різновиди сленгу такі як молодіжний, етнічний та регіональний, стали одними з багатьох висвітлених варіацій сленгової мови. Розглянувши різновиди і типи сленгу більш

детально, паралельно наводячи приклади сленгізмів з японської мови, ми змогли виявити їх особливості та функціонування.

Також, у ході цієї роботи ми з'ясували причини появи сленгу у мовному середовищі. Нами було виявлено, що поява сленгу в мові є звичним та логічним явищем у процесі суспільно-мовного розвитку. Було підкреслено що бажання пригнічених груп суспільства, до яких можна віднести й молодь, до самовираження та бажання бути почутим, бути важливим елементом суспільства, що робить неабиякий вклад в нього ; є рушійною силою і однією з найголовніших причин появи сленгу як нової ланки мовної структури. У результаті дослідження ми виявили, що на думку багатьох науковців сленг існував з давніх-давен. Перші згадки про сленг були ще за часів стародавніх цивілізацій, що є підтвердженням прямого зв'язку між розвитком суспільства та розвитку та розгалуження мови.

У ході цього дослідження ми також змогли розглянути молодіжний сленг в інтернет-просторі. У ході аналізу у нагоді став унікальний японський інтернет-термін きも可愛い [きもかわいい (kimokawaii)], який, як ми з'ясували є свого роду оксимороном, адже поєднує два несумісні аспекти — моторошний та милий ; а також явище каомоджі (японські унікальні смайлики), завдяки їх опису, вивченню їх історії та походження, визначення їх ролі в текстовому повідомленні, ми змогли на практиці розібрати мовні одиниці та отримати наступні результати : смайлики, або ж емотикони, відіграють роль гіперболізованого інструменту вираження емоцій відправника, а також виступають контекстуальними вказівниками. Таким чином, ми прийшли до висновку, що інтернет не лише є одним із найголовніших аспектів поширення молодіжного сленгу, а й за останні 20 років став плідним ґрунтом для появи нових унікальних інтернет-сленгізмів.

Також, у ході дослідження ми детально розглянули словотворчий процес японських сленгізмів та його особливості. Нами було з'ясовано що як і в будь-якій мові, в японській мові словотвір відбувається загальноприйнятими способами, що входять до звичайних способів словотвору : словоскладання, коренескладання, афіксація, абревіація та субстантивація. Але найпоширенішими саме в японській мові є афіксація та абревіація. В цьому ми могли переконатись зробивши детальний

аналіз слів , “馬鹿でかい” (bakadekai), що перекладається як “величезний”, та утворюється афіксальним способом, у ході поєднання слів 馬鹿 [ばか (baka)] (дурень) та [でかい (dekai)] (великий) ; та терміну でき婚 (できこん, dekikon), що описує весілля яке було влаштовано через незаплановану вагітність, та утворюється за допомогою аббревіації, шляхом поєднання основ виразу (子どもが) できてしまった (завагітніти або ж народжувати) та слова けっこん, що означає “шлюб”. Завдяки детальному розбору словотворчого процесу декількох слів на практиці, ми змогли прийти до висновку, що японський словотвір — частина лінгвознавства, що варта уваги, адже є багат шаровою структуру та охоплює різноманітні способи творення слів та виразів, надаючи змогу різним прошаркам суспільства збагачувати мову та словниковий запас, різними шляхами ; що лише посилює його важливість у вивченні японської сленгової мови.

У ході зробленого нами дослідження, ми також проаналізували особливості перекладу японських сленгізмів на українську мову. Ми дійшли висновку, що на формування та структуру сленгу впливає велика кількість факторів, таких як, наприклад, вплив інших країн та культур, історично-політичні особливості країни та культурологічні елементи. Саме через це, переклад японських сленгових слів та виразів може бути складним та довготривалим процесом. Однак, якість перекладу базується на культурно-історичних та соціо-політичних знаннях перекладача та визначає точність перекладу.

Отже, можна зробити загальний висновок, що потреба знання культурно-історичного контексту при перекладі будь-яких мовних одиниць японської мови, в особливості японської молодіжної мови, є вічно актуальною, адже Японія як країна зазнає багатьох змін, з точки зору внутрішнього розвитку нації, у сферах мови, культури, політики та національних принципів, та з точки зору зовнішнього культурного впливу, що безпосередньо впливає на стан сучасної мови.

要約

本作品は、現代日本語の若者スラングを例に、スラングと若者スラングの歴史、品種とタイプ、その形成方法、言語現象としての機能などを詳細に分析することにある。この研究の本質は、「スラング」の概念を定義し、その品種とタイプを分析し、現代の言語環境におけるスラングの出現の理由を探り、インターネット上の若者向けスラングを検討・分析し、日本のスラングの語形成過程を分析し、日本のスラングをウクライナ語に翻訳する際の特殊性を見出すことである。

本研究の対象は、現代日本語における若者の俗語の種類、形成、使用の特殊性である。

この作業は、現代日本語の若者スラングを最も効果的に研究・分析するために、記述法と分類法を用いて行われた。

研究の目的は、若者言葉が現代日本社会と日本語のさらなる発展に及ぼす歴史的・文化的影響を検討するとともに、その機能の特殊性をより詳細に分析するために、日本の若者語彙の一部である特定の単語、フレーズ、表現について考察し、実践的に分析することにある。

本論文は3つの章を含んでいる。第1章は理論編で、「スラング」の概念、スラングの種類と特徴、若者のスラングの形成と原因に焦点を当てた3つの小項目を含む。第2章は実践的な内容で、「かおもじ」現象を例に、ソーシャルネットワークにおける若者言葉とその分析に焦点を当てた2つのサブセクションを含んでいます。第3章も実践的な内容で、日本語の俗語の形成方法と日本語の俗語を翻訳する際の特殊性に焦点を当てた2つのサブセクションを含んでいる。

理論的な分析と実践的な言語単位の詳細な分析という作業を行った結果、日本語のあらゆる言語単位、特に日本の若者言葉を翻訳する際に、文化的・歴史的背景を知る必要が常にあることを理解することができた。なぜなら、日本と

いう国は、内部（文化、言語、政治）および外部（他国や文化の影響）発展の過程で多くの変化を経験しており、それが現代語のあり方に直接影響している。

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Білоножко М. (2014). Відновлено з :

<http://mij-kraj.com.ua/molodizhnyi-slenh-u-systemi-movy>

Іванишин В. (1994). *Мова і нація*. Дрогобич — «Відродження»

Ковалів Ю. (2007). *Літературознавча енциклопедія : У двох томах*. Том 1. Київ — ВЦ «Академія»

Комарницька Т., Комісаров К. (2012). *Сучасна японська літературна мова : теоретичний курс : в 2 т. Том 1* / Видавничий дім Дмитра Бураго — Київ.

Кубійович В. (1995). *Енциклопедія українознавства : Словникова частина : [в 11 т.]* / Наукове товариство імені Шевченка. Париж — Нью-Йорк : Молоде життя.

Мосенкіс Ю. (2006). *Українська мова в євразійському просторі*. Київ

Переклад слова «отаку» (2015). Відновлено з : <https://slovotvir.org.ua/words/otaku>

Пилипей Ю. (2018). *Сленг, етапи його розвитку та місце в сучасному світі*.

Відновлено з : https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/2190/3Sleng_etapy_jogo.pdf

Akihiko Yonekawa (2002). *Beyond polite Japanese : a dictionary of Japanese slang and colloquialisms*. Tokyo – Kodansha International Ltd.

Jack Seward (2006). *Outrageous Japanese : slang, curses and epithets*. Hong Kong — Peripulus Editions.

Fahlman, Scott (2016). *Smiley lore*. Відновлено з :

<https://www.cs.cmu.edu/~sef/sefSmiley.htm>

Kavanagh, Barry. (2012). *A Contrastive Analysis of American and Japanese Online Communication: A Study of UMC Function and Usage in Popular Personal Weblogs*.

Tohoku University, Japan. Відновлено з :

<http://ir.library.tohoku.ac.jp/re/handle/10097/59657>

Min Lim (2016). *Kaomoji as expression: Japanese emoticons in digital communication*.

Відновлено з : <https://unravellingmag.com/articles/kaomoji-as-expression/>