

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

Курсова робота
з японської філології
на тему:

**ЕКОНОМІЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ СУЧАСНОЇ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ:
СЕМАНТИЧНІ ТА СТРУКТУРНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Студента 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
Луга Владислава Івановича

Науковий керівник:
Вознюк Ганна
Анатоліївна

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ ТА АНАЛІЗ СЕМАНТИЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК	
1.1. Специфіка японської мови.....	6
1.2. Історія формування японської мови.....	7
1.3. Особливості економічної термінології японської мови.....	10
1.4. Семантичні та структурні характеристики термінів.....	12
Висновки до розділу 1.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТРУКТУРНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ ТА ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ, ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ЯПОНСЬКІЙ МОВІ ТА ЇЇ ПОРІВНЯННЯ З УКРАЇНСЬКОЮ ТА АНГЛІЙСЬКОЮ МОВАМИ	
2.1. Формоутворення, синтаксична та лексична структура термінів.....	19
2.2. Порівняння економічних термінів в японській та українській мовах....	23
2.3. Порівняння між англійською та японською економічною термінологією.....	25
2.4. Аналіз використання економічної термінології в японському бізнес- середовищі.....	28
2.5. Приклади використання термінів в конкретних сферах економіки.....	30
Висновки до розділу 2.....	32
ВИСНОВКИ	34
要約	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	38

ВСТУП

Дана робота присвячена аналізу особливостей економічної термінології сучасної японської мови в різних галузях економіки, їх історичного формування та принципу використання.

Актуальність дослідження економічної термінології японської мови полягає в тому, що Японія є однією з найбільш розвинених індустріальних економік світу, та належить до найбільших експортерів технологій та інновацій, а японська мова містить багату термінологію, пов'язану з економікою. Вивчення економічної термінології японської мови дозволить зрозуміти специфіку японської економіки та її інноваційність, а також допоможе укласти ефективні бізнес-угоди з японськими партнерами та може бути корисним та цікавим досвідом, який дозволить розширити свій фаховий арсенал та отримати додаткові можливості для розвитку кар'єри у галузі економіки та міжнародних відносин.

Мета даного дослідження полягає у визначенні особливостей та характеристик термінів та виразів, які вживаються в японській мові для опису економічних понять та процесів, а також порівнянні її з економічною термінологією в інших мовах, зокрема в англійській.

Завдання роботи:

1. Розглянути історичний процес формування економічної японської мови, визначити її специфіку.
2. Виокремити особливості японської мови, які мають вплив на формування японської економічної термінології.
3. Виділити основні структурні характеристики, формоутворення термінів та класифікувати їх за значенням.
4. Проаналізувати та порівняти економічні терміни в японській українській та англійській мовах, розкрити значення розуміння термінів, які використовуються в економіці різних країн.

Об'єкт дослідження даної роботи є система термінів, яка використовується в економічній сфері в Японії.

Предмет дослідження є семантичні та структурні характеристики економічної термінології сучасної японської мови.

Матеріалами, що використовувалися для написання роботи стали праці видатних вчених, дослідників: Пирогова В.Л., Сыромятникова Н. А., Рубеля, В.А., Пашковського А.А., Алпатова В.М., Тошіо Ішівата, Б'ярке Фреллесвіга та інших. Також використовувалися електронні словники для аналізу та підкреслення особливостей того чи іншого терміну.

Методи, що використовувались у ході роботи: лексикографічний аналіз – для дослідження економічних термінів; контекстуальний аналіз – для дослідження вживання економічних термінів в різних контекстах; етимологічний аналіз – для дослідження походження термінів; порівняльний аналіз – для порівняння економічної термінології японської мови з іншими мовами, зокрема, англійською.

Наукова новизна полягає в удосконаленні класифікації та конкретизації існуючих відомостей економічної термінології японської сучасної мови, їх доповненні та подальшому розвиненні.

Практичне значення полягає в тому що, отримані результати можуть бути використані при вивченні бізнес-середовища японського економічного світу, дослідженні способу мислення японців та уникненні мовного бар'єру при веденні ділових справ.

Цікавість даної роботи полягає в тому, що нам вдалося провести аналіз економічних термінів, класифікувати їх за значенням та сферою вжитку, визначити структурні та семантичні характеристики, прослідкувати процес формування, спираючись на традиційні та історичні особливості, проаналізувати вплив англійської мови на економічну термінологію сучасної японської мови, а також обґрунтувати можливі труднощі, що виникають при перекладі та розумінню певних термінів.

Робота має наступну структуру:

- вступ, де розкриті завдання дослідження;
- основна частина, яка складається з трьох розділів та декількох підрозділів;
- висновки, в яких зазначаються підсумки даної роботи;
- список використаних джерел, які використовувались під час дослідження.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ ТА АНАЛІЗ СЕМАНТИЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК

1.1. Специфіка японської мови

Японська мова належить до групи східноазійських мов, але відрізняється від інших мов своєю фонетичною та граматичною структурою. Один з основних принципів японської мови – це відмова від вживання граматичних форм слів, які властиві європейським мовам. Зокрема, японська мова не має категорій числа та роду, а замість займенників використовує спеціальні прийменники.

Окремо слід зазначити про важливість мовного відтінку в японській мові, оскільки у японському суспільстві вважається вельми важливим вираження поваги до співрозмовника. У зв'язку з цим, у японській мові існують формули ввічливості, що дозволяють висловити повагу до іншої людини, а також спеціальні форми вираження ввічливості в бізнес- та офіційних контекстах.

Також важливо зазначити, що японська мова має складну систему писемності, яка складається зі змішення ієрогліфів (漢字) та двох видів складних писемних символів – катакана та хірагани. 漢字 використовуються для запису китайських префіксів та основних слів, а катакана та хірагана – для запису інших слів та граматичних форм (Алпатов, 2009).

У зв'язку з цим, вивчення економічної термінології японською мовою потребує не тільки знання самих термінів, але і розуміння особливостей граматичної та лексичної структури японської мови. Зокрема, у японській мові

використовуються специфічні граматичні конструкції, які можуть впливати на семантику термінів.

Також важливим аспектом є знання культурних та історичних особливостей Японії, оскільки економічна термінологія відображає не тільки сухі поняття, але й культурні цінності та традиції. Наприклад, деякі терміни можуть мати значення, пов'язані з японськими релігійними та філософськими уявленнями, тому їх розуміння потребує додаткового контексту.

Таким чином, вивчення економічної термінології японською мовою потребує знань не тільки з галузі економіки, але і з лінгвістики, культурології та історії. Тільки такий комплексний підхід дозволить зрозуміти семантику термінів та їх використання в різних контекстах.

1.2. Історія формування японської мови

Історія формування японської мови налічує більше двох тисяч років. Перші писемні джерела японської мови датуються III-V століттями нашої ери і збереглися до нашого часу в основному у вигляді коротких написів на кераміці та бронзі, а також на дерев'яних дошках та шкіряних фрагментах.

Коджікі – це перший письмовий документ, який описує історію та міфологію Японії. Він був створений в 712 році нашої ери і містить записи про події, що відбувалися з 660 року до нашої ери до 695 року нашої ери. У Коджікі описується не тільки історія Японії, а й мова, звичаї, культура та релігія народу.

Ніхон Шьокі – це другий документ, який був створений у 720 році нашої ери. Він є продовженням Коджікі і містить записи про події, що відбувалися з 695 року нашої ери до 697 року нашої ери. У Ніхон Шьокі також описується історія, культура та мова народу.

Також, важливими писемними джерелами є “Манйошю” (яп. 万葉集) – збірка поезій, що створена в VIII столітті, та “Кокіншю” (яп. 古今和歌集) –

збірка японської поезії, створена в X столітті. Обидві збірки містять багато цінної інформації про мову та культуру Японії того часу. Періоди формування можна розділити на дві основні епохи – давню та середню (Бондаренко, 2018).

Давня епоха (до 794 року) характеризувалася тим, що японська мова була на початковому етапі розвитку і не мала писемності. Сама мова мала значні впливи китайської та корейської мов, а також мов айні та окуйських народів, які тоді мешкали на території Японії. З появою китайської писемності, було започатковано перші спроби зареєструвати японську мову. Більшість записів була здійснена китайськими ієрогліфами.

Протягом наступних століть, вплив Китаю та Кореї на японську мову лише зростав, зокрема, завдяки контактам через море та торгівлю. У VII-VIII століттях було створено перші зразки писемності, зокрема кана та 漢字 – два види писемності, які використовуються в японській мові й досі.

Середня епоха (794-1185 рр.) відзначилася зростанням впливу китайської культури на Японію. У цей період було введено китайський календар та китайську астрономію, а також засновано перші буддійські монастирі. Багато слів та концепцій були запозичені з китайської мови, а також з таної та когоротської мов, які тоді вживалися на території сучасної Японії.

У середині XII століття, було започатковано писемну мову – кана, яка складалася з тих самих курсивних знаків кана та ієрогліфи китайської писемності. Це дозволило японській мові стати більш незалежною та розвиватися самостійно, відокремлюючи її від китайської мови.

У другій половині XIX століття Японія пережила швидкий процес модернізації, який мав назву – Революція Мейджі, що відбулася в Японії та суттєво вплинула на розвиток японської мови.

Одним з основних результатів революції Мейджі була модернізація Японії та перехід до західної культури, що включав в себе західну писемність. Таким чином, японці почали використовувати латинські літери та арабські цифри в різних галузях життя, зокрема у документах та діловій кореспонденції. Також під час революції Мейджі було введено нову систему

офіційної писемності – катакану та хірагану, що складають японську азбуку. Ці системи були розроблені з метою полегшення навчання грамоти та сприяння розповсюдженню освіти в країні.

Крім того, впровадження західної писемності та технологій зумовило розвиток друкованого слова в Японії. З'явилися нові види друкованих матеріалів, таких як газети, журнали та книги, що дали змогу значно поширити знання та інформацію серед населення (Петриченко, 2018).

Після Другої світової війни, японська мова продовжувала змінюватися під впливом інших мов, зокрема англійської. Відбулися значні зміни в лексиці, граматиці та стилістиці японської мови.

Наприклад, багато англійських слів було запозичено у японську мову, такі як コンピューター (konpyuta – комп'ютер), ビデオ (bideo – відео) або ゲーム (geemu – гра).

Значну роль у формуванні сучасної японської мови відіграли реформи в 1946 році, які спрямовувалися на спрощення граматики та структури мови, зокрема відмову від вживання складних форм дієслова. Ці реформи дозволили підвищити рівень грамотності та сприяли розвитку інтернаціонального спілкування (Алпатов, 2009).

Сьогодні японська мова залишається важливою складовою культури та науки. Японська мова є офіційною мовою Японії та однією з 11 офіційних мов ООН. Вона використовується в багатьох галузях, таких як мистецтво, література, технології та бізнес. Зараз японська мова має свій власний статус у світі, й вивчається мільйонами людей як іноземна мова. Разом з тим, вплив інших мов на японську мову є невід'ємною її частиною, і цей процес триває й досі.

1.3. Особливості економічної термінології японської мови

Японська мова має свої особливості, які впливають на формування та використання економічної термінології. До особливостей японської мови можна віднести:

- **Компактність.**

У японській мові слова можуть бути дуже короткими, що дозволяє створювати складні терміни з більшою кількістю компонентів. Це дозволяє створювати більш точні терміни, які описують складні процеси та явища в економіці (Алпатов, 2009). Одним з прикладів компактності термінології в японській мові можна навести слово 経済産業省 (keizai sangyou shou), що означає “Міністерство економіки, торгівлі та промисловості”. Це слово складається з трьох компонентів: “keizai” (економіка), “sangyou” (промисловість) та “shou” (міністерство), і при цьому є досить коротким для вираження такої складної ідеї.

Інший приклад – це термін モノづくり (mono zukuri), що означає “виробництво” або “виготовлення товарів”. Це слово складається з двох компонентів: “mono” (товар, річ) та “zukuri” (створення), і воно дуже коротке, що дозволяє легко вживати його в бізнес-контексті. Такі короткі терміни дозволяють японській термінології бути дуже точною та конкретною в описі складних економічних процесів та явищ.

- **Контекстуальність.**

У японській мові дуже важливо враховувати контекст, в якому вживається слово. Одне й те саме слово може мати різні значення залежно від контексту, в якому воно вживається. Це створює виклики при перекладі економічної термінології, оскільки слова можуть мати різні значення в залежності від контексту (Алпатов, 2009). Наприклад, слово 株式会社 (kabushiki gaisha), що означає “акціонерне товариство”. Однак, якщо воно

вживається в іншому контексті, наприклад, в розмові про власницький капітал, то може перекладатися як “акції” або “корпорація”.

Слово 市場 (shijou) може означати ринок у загальному значенні, але в залежності від контексту може мати значення, такі як фондовий ринок, ринок праці, ринок нерухомості тощо. Слово 株 (kabu) може означати корінь, основа в загальному значенні, а в контексті може мати значення, акція, фонд, цінні бумаги тощо. Слово 企業 (kigyuu) – підприємство, в контексті – малий бізнес, корпорація, іноземна компанія тощо. Ці приклади показують, як слова в японській економічній термінології можуть мати різні значення в залежності від контексту, що може бути викликом для тих, хто перекладає економічну термінологію з японської мови.

- **Система канджі.**

У японській економічній термінології часто використовуються канджі, що ускладнює їх розуміння та використання для тих, хто не володіє цією системою письма. Наприклад, термін 景気回復 (keiki kaifuku) означає “відновлення економіки”, але його складають дещо складні ієрогліфи. Також, у багатьох термінах використовуються канджі, що мають кілька значень, що може спричинити плутанину та неправильне розуміння того чи іншого слова (Пирогов, 2018).

- **Вплив англійської мови.**

В останні роки в японській економічній лексиці все більше вживається термінологія з англійської мови. Це пов'язано зі зростанням міжнародних бізнес-відносин та впливом англомовного середовища на японську економіку. Англійська мова стає все більш поширеною в японському бізнес-середовищі, що призводить до появи значної кількості запозичених англійських термінів та виразів (Колдаєва, 2018).

キャッシュ・フロー (kyasshu furou) – “cash flow”, “грошовий потік”;

リスク・マネジメント (risuku manejimento) – “risk management”, “управління ризиками”;

グローバルゼーション (guroobaraizeshon) – “globalization”, “глобалізація”;
 ブランド・イメージ (burando imeeji) – “brand image”, “імідж бренду”;
 プロダクト・ライフサイクル (purodakuto raifusaikuru) – “product lifecycle”,
 “життєвий цикл продукту”;
 マーケット・シェア (maaketto shea) – “market share”, “частка ринку”.

Ці терміни досить поширені в японській економічній термінології та є гарним прикладом впливу англійської мови на японську економіку.

1.4. Семантичні та структурні характеристики термінів

Спочатку розглянемо структурні характеристики термінів економічної японської мови. Терміни в економічній японській мові можуть складатися з кількох канджі, що відображають окремі складові поняття, або бути складеними з канджі та катакани, що використовуються для передачі іноземних слів.

У японській мові дуже важливо дотримуватись правильної порядку слів, тому терміни можуть мати досить складну структуру. Зазвичай терміни складаються зі словосполучень, що передають окремі поняття (Алпатов, 2009). Наприклад, 金融機関 (kin yu kikin) – це словосполучення, що означає “фінансова установа”. При цьому кожне слово в цьому словосполученні має свій власний семантичний внесок і не може бути замінене на інше слово.

Тепер розглянемо семантичні характеристики термінів економічної японської мови. Багато термінів в економічній японській мові мають подібне значення до англійських термінів, оскільки велика кількість економічних термінів була запозичена з англійської мови.

Проте існують і терміни, які мають своє власне значення, яке може відрізнитись від англійського еквівалента (Пирогов, 2012). Наприклад, термін 流通 (ryutsu) означає “обіг” або “циркуляцію”, що відрізняється від англійського терміну “distribution” (розподіл).

У японській мові також існують терміни, що мають метафоричне значення. Наприклад, термін 情報処理 (jyoho shori), що означає “обробка інформації”, дослівно перекладається як “обробка думок”. Це свідчить про те, що в японській культурі думки сприймаються як інформація, а отже, їх можна обробляти на рівні економіки.

Однією з особливостей японських термінів є те, що вони можуть мати дуже широке значення. Наприклад, термін 企業 (kigyō) може означати як “компанію”, так і “підприємство” взагалі. Це може бути пов'язано з традиційним уявленням про бізнес у Японії, де відносини між підприємствами, а також ролі і функції бізнесу в суспільстві визначаються на більш широкому рівні.

Багато термінів складаються з двох або більше ієрогліфів, які вказують на різні аспекти терміну. Наприклад, термін 系列 (keiretsu) складається з двох ієрогліфів, що означають “система” і “ланцюжок”. Це відображає структуру японських корпорацій, які мають складну ієрархію та взаємозв'язки між компаніями (Пирогов, 2018).

Загалом, в економічній японській мові можна виділити деякі спільні риси, що характерні для цієї галузі. Наприклад, багато термінів використовуються для опису процесів та етапів виробництва, а також для опису взаємодії між компаніями. Крім того, важливою характеристикою є те, що багато термінів мають відносно широке значення, що відображає специфіку японської культури та бізнесу.

Класифікація термінів за значенням. В результаті досліджень ми вирішили, що терміни економічної японської мови можна класифікувати за значенням на наступні чотири групи:

- Терміни, що відображають концепції японської бізнес-культури, наприклад, 系列 (keiretsu), 改善 (kaizen), もったいない (mottainai), тощо.
- Терміни, що відображають різні типи компаній, наприклад, 株式会社 (kabushiki gaishya) – акціонерне товариство, 合同会社 (godo kaishya) –

об'єднане товариство, 有限会社 (yugen kaisha) – товариство з обмеженою відповідальністю.

- Терміни, що відображають різні види діяльності, наприклад, 販売 (hanbai) – продаж, 取引 (torihiki) – угода та 工場 (kojo) – фабрика.
- Терміни, що відображають різні види продуктів та послуг, наприклад, 電気 (denki) – електрика, 外車 (gaishya) – іноземні автомобілі та 旅館 (ryokan) – традиційний японський готель.

Причини такої класифікації пов'язані з тим, що японська економічна мова має свої особливості і відображає специфіку японської бізнес-культури та економічного життя (Мідзумото, 1997). Такі терміни, як 系列, 改善 та もつたいない відображають концепції, які є важливими в японському бізнесі та культурі, і можуть мати важливе значення при взаємодії з японськими партнерами.

Терміни, що відображають різні типи компаній, можуть відображати різні форми бізнесу та правові статуси компаній в Японії, що може бути важливим для підприємств, що працюють з японськими компаніями або мають плани на вхід на японський ринок.

Терміни, що відображають різні види діяльності, можуть допомогти при розумінні специфіки певного ринку та можуть бути важливими при розробці маркетингових стратегій та планів дій.

Терміни, що відображають різні види продуктів та послуг, можуть допомогти при розумінні специфіки певного ринку та визначенні споживчих звичок та попиту. Також, їх можна використовувати для побудови термінології у специфічних галузях економіки, таких як технології, туризм, автомобільна промисловість та інші.

Варто відзначити, що багато термінів економічної японської мови мають схожі англійські еквіваленти, але мають відмінності у їх використанні. Наприклад, サラリーマン (sarariman) – це японський термін, що означає

“службовець фірми”, але він має інші відтінки значень та конотації, що відрізняють його від англійського еквівалента “office worker”.

У японській культурі “salaryman” – це більше, ніж просто опис посади, це спосіб життя та соціальний статус. Такі відмінності у семантиці термінів є важливими для вивчення економічної японської мови та розуміння її особливостей.

Крім того, терміни економічної японської мови можуть мати внутрішню граматичну структуру, що складається з основи терміна та його похідних форм. Наприклад, термін 賃貸 (chintai) – оренда нерухомості, складається з основи 賃 (chin), що означає “оренда”, та похідної форми 貸 (tai), що означає “позика”. Така структура терміна відображає важливу економічну дію – передачу права користування майном на певний термін, що дозволяє зробити угоду про плату за оренду.

Таким чином, дослідження семантичних та структурних характеристик термінів економічної японської мови є важливим для розуміння її особливостей та використання в економічних документах та діях. Класифікація термінів за значенням, вивчення їх граматичної структури та порівняння з еквівалентними термінами інших мов допоможе зрозуміти не тільки значення окремих слів, а й загальні концептуальні моделі, що використовуються в японському економічному дискурсі.

Семантичні ознаки термінів. Однією з основних задач аналізу економічних термінів японської мови є виявлення їх семантичних ознак. Семантичні ознаки – це сукупність характеристик термінів, які відображають їх значення, смислові відношення з іншими термінами та використання в різних контекстах (Алпатов, 2009). Деякі з найбільш поширених семантичних ознак термінів економічної японської мови включають:

- Ступінь формальності – деякі терміни можуть бути більш формальними, ніж інші. Наприклад, термін 支払い (shiharai) означає “платіж” і є менш

формальним, ніж термін 領収 (ryoshu) – “отримання платежу”, який використовується в більш офіційних документах.

- Обсяг використання – деякі терміни є більш поширеними та використовуються в більш широкому контексті, ніж інші. Наприклад, термін 業者 (gyosha) – “підприємець” є досить загальним терміном, який може використовуватися в різних контекстах, тоді як термін 商店 (shoten) – “магазин” більше використовується у контексті торгівлі.
- Географічний контекст – деякі терміни можуть мати різне значення в залежності від географічного контексту. Наприклад, термін コンビニ (konbini) використовується в Японії для опису невеликих магазинів, де можна придбати продукти харчування та інші товари, тоді як за межами Японії цей термін може відноситися до різних видів комбінованих магазинів. Термін 旅館 (ryokan) , що означає традиційний японський готель. У залежності від регіону Японії, де знаходиться готель, можуть бути різні вимоги до стилю, обслуговування та інфраструктури. Також, термін 桜 (sakura) в Японії використовується для позначення вишневих квітів, які є символом країни та святкуються під час お花見 (свято вишні). Але за межами Японії, цей термін може мати менш специфічне значення та відноситися до різних видів вишень. Інший приклад – термін 新幹線 (shinkansen), який означає швидкісний потяг. В Японії це термін є популярним та має високий ступінь розвиненості, тоді як у інших країнах він може мати меншу вживаність та бути менш відомим (Алпатов, 2009).
- Культурний контекст – деякі терміни можуть мати особливі значення в японській культурі та традиціях, що впливає на їхню вживаність та розуміння. Наприклад, термін おもてなし (omotenashi) в перекладі означає “гостинність”, але в японській культурі він охоплює значно більше, ніж просто гостинність. Це поняття включає в себе повагу до

гостя, увагу до деталей та зобов'язання зробити все можливе для комфорту гостя. Тому в японських готелях, ресторанах та інших закладах, які прагнуть до якості обслуговування, *おもてなし* вважається важливою концепцією. Знання культурного контексту є ключовим для розуміння семантичних характеристик термінів економічної японської мови. Культурні традиції та звичаї мають великий вплив на вживання та розуміння термінів. Наприклад, термін *自主管理* (*jishu kanri*), що в перекладі означає “самостійне управління”, в японській бізнес-культурі може мати значення “самоврядування” або “автономія”, оскільки управління компанією в Японії базується на колективних рішеннях та згоді всіх сторін, а не на ієрархічній структурі. Інший приклад – термін *和* (*wa*), що може бути перекладений як “гармонія”, але в японській культурі це поняття охоплює не тільки гармонію взаємовідносин, але й згоду, взаємоповагу та рівноправність (Алпатов, 2009).

Наявність різних відтінків і значень слів у японській мові може бути складною для розуміння для тих, хто не знайомий з культурою та традиціями Японії, тому важливо знати контекст їх вживання. Таким чином, аналіз семантичних характеристик термінів, є необхідним для ефективного взаєморозуміння у сфері економіки між Японією та іншими країнами.

Висновки до розділу 1

Історія та культурні традиції Японії значно вплинули на розвиток та формування не тільки звичайної мови, а й на економічну термінологію. У давні часи японська економіка базувалася на феодальній системі, де мали пріоритет ремесло та землеробство. У зв'язку з цим, багато термінів пов'язаних зі землеробством та ремеслом були базовими термінами в японській економічній термінології.

З приходом зовнішнього світу та розвитком торгівлі в Японії виникла необхідність в новій економічній термінології, яка б відображала нові реалії. Однак, Японія була відкрита для зовнішнього світу лише у другій половині 19 століття, тому вона значно відстала від розвитку західної економіки. Це спричинило появу власних термінів та підходів до економічної термінології, які б відображали особливості японської економіки та культури.

Японська економічна термінологія відрізняється від західної за своїми семантичними та структурними характеристиками. Терміни, що вживаються в японській економіці, часто мають глибокий культурний контекст та відображають важливі концепти та цінності, що притаманні японському суспільству.

Вивчення семантичних та структурних характеристик термінів є важливим для ефективного використання японської економічної термінології в бізнесі та дипломатії. Розуміння відтінків значень термінів та їх правильний контекстуальний використання можуть допомогти підвищити ефективність комунікації та досягнення бізнес-цілей.

Унікальність японської економічної термінології може бути використана як перевага для японських компаній в конкурентному середовищі, особливо в контексті глобалізації. Розуміння унікальних підходів та термінології можуть допомогти зберегти конкурентні переваги та розширити глобальну присутність.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТРУКТУРНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ ТА ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ, ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ЯПОНСЬКІЙ МОВІ ТА ЇЇ ПОРІВНЯННЯ З УКРАЇНСЬКОЮ ТА АНГЛІЙСЬКОЮ МОВАМИ

2.1. Формоутворення, синтаксична та лексична структура термінів

Вивчення формоутворення термінів є важливим аспектом для розуміння їх значення та використання відповідно до правил японської мови. Існує кілька способів формоутворення термінів, зокрема:

Складання слів. У японській мові терміни часто утворюються шляхом складання двох або більше слів, які передають загальний зміст. Наприклад, термін 商品 (shouhin) складається зі слів “shou” (торгівля) та “hin” (річ, товар), що відображає його значення – “товар”.

Додавання префіксів та суфіксів. У японській мові префікси та суфікси часто використовуються для утворення термінів. Наприклад, префікс 入 (nuu) – “вхід чогось”, а префікс 出 (shutsu) – “вихід чогось”. Таким чином, в поєднанні з ієрогліфом 輸 (yu), слово 輸出 (yushutsu) означає “експорт товарів”, а слово 輸入 (yunyu) – “імпорт товарів”. Крім того, суфікси також використовуються для утворення термінів. Наприклад, суфікс 状 (jou) вказує на “стан” або “умову”, тому слово 景気状況 (keiki joukyou) означає “економічний стан” або “економічні умови”. Також часто використовують суфікс “-家”, що означає “спеціаліст у галузі”, наприклад, 経済家 означає “економіст”. Крім того, існують різні суфікси, які вказують на ступінь досвіду або кваліфікації в конкретній галузі.

Застосування канджі та катакани. У японській мові канджі та катакани також використовуються для утворення термінів. Зважаючи на те, що в японській мові канджі та катакана використовуються для різних цілей, нижче наведено приклади економічних термінів, де канджі та катакана використовуються по-різному:

為替レート (kasei reito) – це термін, який вживається для позначення валютного курсу. У даному терміні канджі **為替** (kasei) вказує на “обмін валют”, тоді як катакана **レート** (reito) вказує на “курс обміну”.

バブル景気 (baburu keiki) – це термін, який вживається для позначення економічного буму, що відбувся в Японії в кінці 1980-х років. У даному терміні **バブル** записується катаканою, оскільки це закордонне слово, яке було запозичене з англійської мови, тоді як канджі **景気** (keiki) вказує на “економічний стан”.

Отже, формоутворення слів у японській мові може відрізнятися від формоутворення українських. Розуміння цих різниць є важливим для ефективного використання економічних термінів (Комарницька, 2014).

Синтаксична структура термінів є однією з важливих характеристик мови, яка дозволяє розуміти їх значення та використання в різних контекстах. В економічній японській мові використовуються різні типи синтаксичної структури для позначення різних аспектів економічних понять та процесів.

Сполучення прикметників та іменників. У японській мові часто використовуються сполучення прикметників та іменників для утворення складних термінів. Наприклад, термін **興味深い** (kyoumibukai) складається з прикметника **興味** (kyoumi – інтерес) та прикметника **深い** (fukai – глибокий), що в сукупності означає “дуже цікавий”. В економічній мові такі сполучення часто використовуються для позначення різних аспектів, таких як фінанси, бухгалтерський облік, маркетинг, логістика та інші.

У складних термінах зі сполученням прикметників та іменників важливо звернути увагу на порядок слів, оскільки в японській мові іменник завжди

стоїть після прикметника. Той самий 興味深い (kyoumibukai) – дуже цікавий, а 深い興味 (fukai kyoumi) – глибокий інтерес.

Також в японській мові є спеціальні іменники, які використовуються як префікси до інших іменників для утворення складних термінів. Наприклад, термін 自動車 (jidousha) складається з іменника 自動 (jidou – автоматичний) та іменника 車 (sha – машина), що означає “автомобіль”. Такі іменники в економічній мові використовуються для позначення різних видів продукції та послуг.

Сполучення іменників та дієслів. Ще одним типом синтаксичної структури є сполучення іменників та дієслів. До сполучень іменників та дієслів можна віднести конструкції з допоміжним дієсловом する (suru), що використовуються для утворення складних термінів, переважно з китаїзмами.

Наприклад, термін 生産する (seisan suru) складається з іменника 生産 (seisan – виробництво) та дієслова する (suru – робити), що в сукупності означає “виробляти”. 投資する (toushi suru) складається з іменника 投資 (toushi – інвестиції) та дієслова する (suru – робити), що в сукупності означає “інвестувати”. 開発する (kaihatsu suru) – розробляти, якщо в економічному ключі, то виводити на ринок новий продукт.

Складається з іменника 開発 (kaihatsu – розробка) та дієслова する (suru – робити). 販売する (hanbai suru) – продавати, реалізовувати товар. Складається з іменника 販売 (hanbai – продаж) та дієслова する (suru – робити). Цей тип синтаксичної структури використовується для позначення дій, що пов'язані з економічними процесами, такими як виробництво, продаж, ринок тощо.

Складна синтаксична структура з допоміжними службовими словами. Ще одним типом синтаксичної структури є складні терміни з допоміжними службовими словами. В економічній японській мові такі терміни можуть містити допоміжні слова, які вказують на різні аспекти

економічних процесів та дій. Наприклад, термін 消費者物価指数 (shouhisha bukka shisuu) складається з іменника 消費者 (shouhisha – споживач), іменника 物価 (bukka – ціна), допоміжного слова 指数 (shisuu – індекс), що в сукупності означає “індекс споживчих цін”. Цей тип синтаксичної структури використовується для позначення різних показників та індексів, що відображають стан економіки (Комарницька, 2014).

Знання синтаксичної структури термінів допоможе краще зрозуміти значення та використання таких термінів в професійному спілкуванні в Японії. Різні типи синтаксичної структури використовуються для позначення різних аспектів економічних понять та процесів.

Лексична структура термінів – це внутрішня будова термінів, яка включає слова, які входять до їх складу. Термін складається з термінологічного ядра та додаткових слів, які визначають або обмежують значення терміну.

Термінологічне ядро – це основне слово терміну, яке відображає його основне значення. Наприклад, у терміні 染色工場 термінологічним ядром є слово 工場. Додаткові слова можуть бути вживані для того, щоб деталізувати термін та точніше визначити його значення. Наприклад, у терміні 染色工場 слово 染色 обмежує значення терміну до фабрик, які спеціалізуються на фарбуванні (Дзябко, 2015).

Лексична структура термінів японської економічної мови, подібно до будь-якої іншої термінології, включає термінологічне ядро та додаткові слова. Наприклад, розглянемо термін 為替相場 (kawase souba), що означає “курс валют”. Термінологічне ядро – 為替 (kawase) – означає “обмін валют”. Додаткове слово 相場 (souba) – вживається для визначення курсу валют.

Ще один приклад терміну з лексичною структурою – 財務諸表 (zaimu shohyou), що означає “фінансові звіти”. Термінологічне ядро – 財務 (zaimu) –

означає “фінанси, фінансове діло”. Додаткове слово 諸表 (shohyou) – вживається для визначення документів, які включають фінансову інформацію.

У японській економічній мові також використовуються скорочення та аббревіатури, які можуть створювати термінологічні вирази (Комарницька, 2012). Наприклад, “GDP” в японській економічній мові перекладається як 国内総生産 (kokunai souseisan), що складається з термінологічного ядра 生産 (souseisan) – означає “виробництво” та додаткових слів 国内総 (kokunai sou) – вказує на всі виробничі ресурси всередині країни. Додаткове слово 総 (sou) означає “всього”, тобто 国内総生産 перекладається як “всього внутрішнього валового продукту”.

Лексична структура термінів дуже важлива для правильного розуміння їх та використання у наукових дослідженнях, технічних звітах та інших сферах професійної діяльності.

2.2. Порівняння економічних термінів в японській та українській мовах

Оскільки економіка є важливою складовою життя людей, у різних країнах виникли свої власні економічні терміни, які використовуються у практиці та наукових дослідженнях. Існує багато економічних термінів, які мають спільне вживання та значення в японській та українській мовах. Проте, в той же час, існують різниці в їх тлумаченні та використанні. Ці різниці можуть бути пов'язані зі специфікою економіки країн, культурними особливостями, історією, а також впливом іноземних культур. Наприклад, слово “гроші” в українській мові має більш обмежене значення, оскільки його використання пов'язане з позначенням тільки готівки, тоді як в японській мові слово お金 може використовуватися як загальне поняття про гроші та валюту, а не тільки про готівку. До вище зазначеного, можна додати ще одну вагому різницю – це так званий 丁寧語 (вічлива мова). Таким чином японці показують свою повагу до грошей.

Ще одним прикладом є слово “комерція”. Українське слово “комерція” використовується в контексті торгівлі товарами та послугами з метою здобутку прибутку, тоді як в японській мові 商業 може означати будь-яку комерційну діяльність, включаючи виробництво та обслуговування.

Окрім цього, в японській мові існує багато спеціалізованих економічних термінів, які можуть бути складними для розуміння для носіїв української мови. Наприклад, слово 系列 (keiretsu) відноситься до специфічної форми бізнес-структури, що існує в Японії, а слово 看板方式 (kanbanhoushiki) означає посаду JIT (just in time) менеджер.

Японія та Україна не мала тісних економічних зв'язків. Проте вже у 2020 році загальний обсяг торгівлі між країнами становив більше 1,5 мільярдів доларів США. Економічні зв'язки між Україною та Японією відображаються в різноманітних сферах, таких як торгівля товарами та послугами, інвестиції, технічна співпраця та наукові обміни. Україна вітає інвестиції з Японії та намагається створити сприятливі умови для їх приваблення. У 2020 році обсяг інвестицій Японії в Україну становив 2,2 мільйонів доларів США. Японські компанії активно інтересуються можливостями інвестування в Україну в галузях, таких як сільське господарство, інфраструктура, енергетика та інші (*Поточний стан економічного співробітництва, 2020*).

Технічна співпраця між Україною та Японією також розвивається. Японія активно допомагає Україні у впровадженні ефективних технологій. У рамках технічної співпраці Японія надає Україні фінансову допомогу та технічну підтримку для реалізації спільних проектів.

Вивчення та порівняння економічних термінів в японській та українській мовах може бути корисним для підготовки до роботи в міжнародному бізнесі, де необхідно мати розуміння термінів та концепцій, що використовуються в економіці різних країн. Також це може допомогти в уникненні непорозумінь та помилок при спілкуванні з партнерами з Японії та

України, зокрема в контексті переговорів, укладання угод та управління проектами.

2.3. Порівняння англійської та японської економічної термінології

Порівняння економічної термінології, таких країн як Японія та (в даному випадку візьмемо) США, може допомогти в розумінні різних економічних систем та моделей у кожній країні.

Наприклад, термінологія, пов'язана з державним регулюванням та фіскальною політикою, може різнитися в залежності від підходів управління, які приймаються у кожній країні. Також, дослідження економічної термінології може допомогти у зменшенні непорозумінь та помилкових інтерпретацій у міжнародному бізнесі, коли представники різних країн співпрацюють та спілкуються між собою. Це може також стати корисним для розробки нових бізнес-стратегій та підходів, що відповідають культурним та історичним особливостям кожної країни.

Англійська та японська економічна термінологія мають деякі спільні концепти, але в той же час мають значно відмінні особливості. Наприклад, обидві мови використовують термін “GDP” (gross domestic product) або 国内総生産, що означає валовий внутрішній продукт, або загальну вартість всіх товарів та послуг, що виробляються в країні протягом певного періоду часу. Однак, в японській економічній термінології є більше уваги приділяється концепції 系列 – групи пов'язаних компаній, які мають спільні власники та інтереси, що часто діють як один блок на ринку.

Також, японська економічна термінологія має багато термінів, які відображають японську культуру та суспільність, наприклад おもてなし – концепція гостинності та обслуговування клієнтів, що відрізняється від західних підходів до обслуговування.

Англійська мова є домінуючою мовою в економічному світі, оскільки британська імперія вплинула на економіку багатьох країн у світі, а також через роль Сполучених Штатів Америки як лідера світової економіки.

Англійська економічна термінологія має більш широке використання в міжнародних ділових відносинах та є найбільш використовуваною мовою у світі бізнесу та фінансів. Це пов'язано з тим, що більшість міжнародних ділових угод та контрактів підписуються на англійській мові, і тому вона є стандартом у світовій економіці. Також, багато фінансових інструментів, таких як акції та облигації, мають англомовні назви, що дозволяє більш легко розуміти їх для міжнародних інвесторів. Тоді як японська економічна термінологія часто використовується лише в контексті японського ринку та суспільства (Белі, 1986).

Японська мова має свої особливості, які відображають культурні та соціальні відмінності Японії. Наприклад, поняття 和 та 思いやり є важливими концепціями в японській економічній термінології, які відображають важливість взаємовідносин та розуміння в бізнесі та економіці. Крім того, концепція ものづくり є ключовим елементом японської економічної термінології, оскільки вона відображає важливість високої якості та процесу виробництва, а не лише кінцевого результату.

За Масаакі Амаі, принцип 改善 – це японський термін, який означає “постійне вдосконалення” або “постійний процес покращення”. Цей термін став відомим завдяки японському підприємству Toyota, яке використовувало його для опису своєї виробничої системи. Цей принцип був розроблений Масаакі Амаі в Японії в 1950-х роках і стала популярною в усьому світі.

У 1980-х роках після того, як підприємство Toyota стало більш відомим в США та за її межами, термін 改善 став популярним у бізнес-середовищі. Система виробництва Toyota була використана як приклад успіху в управлінні виробництвом та була застосована в багатьох інших промислових секторах.

Зараз термін 改善 широко використовується у бізнес-середовищі для опису практик і методів постійного покращення в процесах виробництва, управління якістю та ефективності відділів продажу і маркетингу. Ця концепція є важливою для бізнесу, оскільки дозволяє досягнути більшої ефективності, що може призвести до збільшення прибутку та ринкової конкурентоспроможності підприємства (Масаакі Амаі, 1986).

Однак, використання терміну 改善 в англійській літературі і його широке поширення створило певні проблеми в Японії. Зокрема, використання терміну в західних контекстах призвело до того, що у японських компаній ставало менше звернення до самого терміну 改善 в своїх внутрішніх процесах, а замість цього вони використовували англійські терміни, такі як “continuous improvement” або “incremental improvement”.

Це свідчить про те, що вплив англійської економічної термінології може змінювати використання традиційних термінів у мові і культурі, що може мати вплив на саме сприйняття певних концепцій та підходів. В англійській економічній термінології є багато слів, які були запозичені в японську економічну термінологію і записані катаканою.

Ось кілька прикладів:

マーケティング (maaketingu) – маркетинг (marketing);

エクスポート (ekusupooto) – експорт (export), замість раніше згаданого 輸出;

インポート (inport) – імпорт (import), замість раніше згаданого 輸入;

アウトソーシング (autosōshingu) – аутсорсинг (outsourcing);

マネジメント (manejimento) – менеджмент (management);

Ці слова стали невід'ємною частиною японської економічної термінології та широко використовуються в бізнесі та економіці. Таким чином, вплив англійської економічної термінології на японську економічну термінологію може мати як позитивні, так і негативні наслідки.

З одного боку, це може допомогти стандартизувати термінологію та сприяти зрозумінню концепцій між різними країнами. Але з іншого боку, це

може призвести до втрати традиційних термінів та порушення співвідношення між мовою та культурою.

2.4. Аналіз використання економічної термінології в японському бізнес-середовищі

Аналіз використання економічної термінології в японському бізнес-середовищі є складним завданням, оскільки японський бізнес-культурний контекст має свої особливості і вимоги. Важливо знати традиції і культуру японського бізнесу, щоб бути успішним у співпраці з японськими партнерами та підприємствами. Для цього можна вивчати спеціалізовану літературу, брати участь в професійних семінарах та тренінгах, а також спілкуватися з представниками японських компаній, щоб отримати більш глибоке розуміння японської економічної термінології та культури бізнесу.

Для глибшого дослідження використання економічної термінології в японському бізнес-середовищі можна провести аналіз мовленнєвих актів в японських текстах, діалогах та документах, що стосуються бізнесу та економіки. Також можна дослідити, як використання економічної термінології в японському бізнес-середовищі змінюється в залежності від кон'юнктури економіки, ринкових тенденцій та глобалізації.

Крім того, це дослідження може бути корисним для розробки нових стратегій міжнародного бізнесу, які враховують культурні особливості та використовують ефективну комунікацію з японськими партнерами.

За дослідженнями Хосокава Такаакі, Стефена Фернандеса, Кіохі Ікеда та Сюнсукі Учікава, японські підприємства використовують специфічну економічну термінологію, яка відрізняється від західної. Японські підприємства часто використовують терміни, що вказують на соціальну відповідальність, такі як 企業の社会的責任 (корпоративна соціальна відповідальність) і サステナビリティ (сталий розвиток).

В японському бізнес-середовищі використовується багато економічних термінів, що мають свої відмінності від аналогічних термінів у західних країнах. Деякі з найбільш поширених термінів включають:

- 改善 (kaizen) – це концепція постійного удосконалення, яка застосовується в японських компаніях з метою досягнення більшої ефективності та ефективності виробництва (英辞郎, 2023).
- 現場 (genba) – це термін, який означає “місце події” і відноситься до фактичного місця виробництва, де відбуваються процеси виробництва та обслуговування клієнтів (英辞郎, 2023).
- 改革 (kaikaku) – це термін, який означає “революція” або “круті зміни” і відноситься до радикальних змін в бізнес-процесах та організації (英辞郎, 2023).
- 無駄 (muda) – це термін, який означає “відхід від цілей” або “марні витрати” і відноситься до всього, що не додає цінності процесу виробництва (英辞郎, 2023).
- 系列 (keiretsu) – це японська модель бізнесу, яка базується на зв'язках між компаніями, що діють у різних галузях, та обміні ресурсами та інформацією (英辞郎, 2023).
- 財テク (zaiteku) – це скорочення від 財務テクノロジー (zaimu tekunogoji), що в перекладі з японської означає “фінансові технології”. Цей термін відноситься до використання сучасних технологій для збору, аналізу та використання фінансової інформації, щоб досягти кращих результатів у фінансових операціях (英辞郎, 2023).
- 日本国債 (nippon kokusai) – це державні облигації Японії, які видані урядом країни для фінансування різних проектів та витрат держави. Ці облигації можуть бути придбані як внутрішніми, так і зовнішніми інвесторами (英辞郎, 2023).

Ці терміни є лише декількома прикладами з багатой термінології, що використовується в японському бізнес-середовищі. Знання цих термінів може бути корисним для успішної співпраці з японськими партнерами або для розуміння японського ринку та інвестиційних можливостей.

Отже, для того, щоб ефективно працювати в японському бізнес-середовищі, необхідно мати глибоке розуміння японської економічної термінології та контексту, в якому вона використовується. Воно також може бути дуже важливим для розуміння культури, спілкування з японськими бізнес-партнерами та для успішної роботи в японському ринковому середовищі.

2.5. Приклади використання термінів в конкретних сферах економіки

Сільське господарство. Сільське господарство Японії є однією з найрозвинутіших та найінноваційніших галузей економіки країни. Японія займає лідерські позиції в багатьох галузях сільського господарства, включаючи вирощування рису, овочів, фруктів, м'яса та молока (*Сільське, лісове та рибне господарство Японії*, 2013).

経営効率 (keiei kouritsu) – це показник ефективності управління господарством, який визначає, наскільки ефективно фермер може керувати своїм господарством з точки зору фінансової ефективності, оптимізації використання ресурсів та інших показників (*英辞郎*, 2023).

品質管理 (hinshitsu kanri) – це процес управління якістю продукції. Він включає у себе планування, контроль та підтримку якості продукції з метою задоволення потреб споживачів та збільшення прибутку (*英辞郎*, 2023).

農家経営 (nouka keiei) – це управління фермерським господарством. Воно включає планування та організацію виробництва, управління ресурсами, фінансовий контроль та інші показники, які впливають на прибуток фермерського господарства (*英辞郎*, 2023).

農業政策 (nougyou seisaku) – це сільськогосподарська політика, яка включає в себе законодавчу та іншу державну діяльність, спрямовану на підтримку та розвиток сільського господарства (*英辞郎, 2023*).

資源管理 (shigen kanri) – це управління ресурсами, яке охоплює планування, контроль та оптимізацію використання ресурсів, таких як земля, вода, енергія та інші (*英辞郎, 2023*).

灌漑設備 (kanki setsubi) – це системи поливу, які використовуються в сільському господарстві для забезпечення необхідного зволоження ґрунту для рослин та збільшення врожайності (*英辞郎, 2023*).

Рибальство. Завдяки своєму географічному положенні в Японії досить розвинено рибальство. Воно відіграє важливу роль у господарстві та культурі країни. Японці віддають перевагу свіжій морській їжі, що стимулює розвиток внутрішнього ринку риби та морепродуктів. Крім того, Японія є одним з найбільших експортерів риби та морепродуктів у світі, що дозволяє їй займати провідні позиції на світовому ринку (*Сільське, лісове та рибне господарство Японії, 2013*).

漁業協同組合 (gyogyou kyoudou kumiai) – це організація, яка об'єднує рибальські підприємства з метою спільної закупівлі матеріалів, забезпечення фінансової підтримки та розвитку рибальської промисловості (*英辞郎, 2023*).

漁港 (gyokou) – це порт, призначений для рибальства та обробки рибних продуктів, забезпечується необхідними інфраструктурними умовами для зберігання, перевезення та продажу рибних продуктів (*英辞郎, 2023*).

養殖業 (youshokugyou) – це аквакультура, тобто вирощування риб, морепродуктів та інших водних організмів у контрольованому середовищі (*英辞郎, 2023*).

水産加工品 (suisan kakouhin) – це рибні продукти, які пройшли переробку після вилову та готові для споживання (*英辞郎, 2023*).

漁獲調整 (gyoku chousei) – це регулювання рибальства, щоб зберегти рибні ресурси та забезпечити сталу виробничу діяльність. Це може бути досягнуто шляхом обмеження кількості вилову, заборони на вилов певних видів риб або встановлення періодів рибальства (*英辞郎, 2023*).

Автомобілебудування. Автомобілебудування є однією з головних промислових галузей в Японії. Японські автовиробники славляться своєю технологічністю та якістю продукції. Найбільші японські автовиробники – Toyota, Nissan, Honda, Mazda, Mitsubishi та Subaru – відомі своїми інноваційними рішеннями, які сприяють зниженню витрат палива та викидів шкідливих речовин. Автомобілебудування в Японії забезпечує роботу мільйонів людей, а японські автомобілі експортуються в більш ніж 200 країн світу (*Машинобудування Японії*).

自動車産業 (jidousha sangyou) – це автомобільна промисловість, що включає в себе виробництво автомобілів, комплектуючих та інших засобів транспорту (*英辞郎, 2023*).

部品調達 (bu hin choutatsu) – це забезпечення комплектуючих та запчастин для виробництва автомобілів (*英辞郎, 2023*).

量産 (ryousan) – це масове виробництво, яке дозволяє виготовляти автомобілі великими партіями за короткий час та знижує витрати на виробництво (*英辞郎, 2023*).

燃費 (nenri) – це показник паливної економічності автомобіля, який визначає, яку кількість палива витрачається на кілометр пробігу (*英辞郎, 2023*).

運転安全技術 (untensan anzen gjutsu) – це технології, які забезпечують безпеку водія, такі як системи електронного контролю стабільності, системи допомоги при руханні в умовах обмеженого видимості тощо (*英辞郎, 2023*).

Оскільки дані сфери економіки вважаються найбільш розвиненими та розповсюдженими, було надано приклади використання японської

економічної термінології, таких як сільське господарство, рибальство та автомобілебудування. Ці приклади демонструють різноманітність вживання термінів та їх важливість для розуміння специфіки окремих галузей економіки.

Висновки до розділу 2

Формоутворення термінів у японській економічній мові відбувається за допомогою префіксів, суфіксів, інфіксів та словосполучень. Деякі терміни можуть бути утворені за допомогою кальки з англійської мови. Також утворення термінів у японській мові може залежати від контексту вживання.

Щодо синтаксичної структури термінів, то вони можуть бути вживані як самостійні слова, або ж у складі словосполучень, які в свою чергу можуть бути складені зі слів та інших словосполучень.

Лексична структура термінів в японській економічній мові може бути складною та багатозначною. Більшість термінів може мати декілька значень в залежності від контексту вживання та сфери застосування. Це може створювати труднощі при перекладі термінів з японської мови на інші мови.

Також існують спільні англійські та японські терміни, що свідчить про взаємодію між культурами та економіками. Такі терміни як “globalization” та “marketing” мають однакове значення і використовуються як в англійській, так і в японській мовах. Крім того, можна зазначити вплив японської економічної термінології на англійську, що проявляється у широкому використанні принципу *кейрецу* не лише в компаніях Японії, але й за її межами.

Порівняння англійської та японської економічної термінології вказує на суттєві різниці у семантиці та структурі термінів. Англійські терміни зазвичай складаються з одного слова, в той час як японські терміни можуть мати складну лексичну та структурну будову. Також, японська мова використовує власну систему письма, що додає складнощів у вивченні термінології.

ВИСНОВКИ

Економічна термінологія використовується в міжнародному бізнес-середовищі та японські компанії відіграють важливу роль.

Це дослідження зосереджено на аналізі економічних термінів японської мови, зокрема на їх семантичних та структурних характеристиках, а також їх лексичного значення.

В ході дослідження поставлені задачі були виконані:

1. Історичний процес формування економічної японської мови був пов'язаний з інтенсивними контактами Японії зі світовою економікою. Зокрема, у другій половині XIX століття, після відкриття Японії на Захід, відбулася активна інтеграція японської економіки в світову, що відобразалося в збільшенні кількості запозичень економічних термінів з англійської мови. Водночас, дослідження виявили специфіку економічної японської мови, яка полягає в тому, що японські терміни мають складну структуру та часто базуються на китайських ієрогліфах. Крім того, в японській мові існує велика кількість спеціальних слів, які вживаються виключно в економічних контекстах.

2. Особливості японської мови, такі як складна система письма, граматична специфіка та національно-культурний контекст, мають значний вплив на формування японської економічної термінології. Зокрема, складна система письма, що базується на китайських ієрогліфах, призводить до того, що терміни можуть мати складну структуру та бути важкими для розуміння. Граматична специфіка японської мови, система часток та слів-зв'язок, може також впливати на розуміння економічної термінології. Крім того, національно-культурний контекст японської мови впливає на значення термінів та їх вживання в різних контекстах. Таким чином, особливості японської мови мають важливе значення для формування економічної термінології, а розуміння цих особливостей може допомогти вивчати та

використовувати японську економічну термінологію більш ефективно та точно.

3. Економічна термінологія японської мови має свої специфічні особливості структури та формоутворення термінів. Зокрема, важливою особливістю є існування багатьох синонімів та різних варіантів вимови термінів, що можуть бути використані залежно від контексту та формальності ситуації. Структурно економічні терміни японської мови можуть бути складеними, з кількох компонентів або монотермінами, в залежності від їх значення та сфери використання. Формоутворення термінів у японській мові може здійснюватися за допомогою суфіксів, префіксів, а також за допомогою зміни звуку при вимові. За значенням економічні терміни японської мови можуть бути класифіковані на: терміни, що відображають концепції японської бізнес-культури; терміни, що відображають різні типи компаній; терміни, що відображають різні види діяльності; терміни, що відображають різні види продуктів та послуг. Класифікація термінів за значенням є важливим кроком у зрозумінні та вивченні економічної термінології японської мови.

4. У процесі дослідження було проведено порівняльний аналіз економічної термінології в японській, українській та англійській мовах. Було виявлено, що у кожній з цих мов існують власні специфічні риси в термінології економічних понять. У японській мові часто використовуються складні ієрархічні терміни, які відображають систему стосунків між елементами японської бізнес-культури та суспільства в цілому. Також у японській мові часто використовуються аббревіації та скорочення, що робить термінологію більш компактною та зручною для використання. Українська термінологія в економіці переважно базується на латинській термінології та має багато спільного з англійською та іншими західними мовами. Англійська мова в економіці використовується як мова міжнародного бізнесу, тому в її термінології часто вживаються слова, які походять з інших мов, в тому числі і з японської. Англійська мова має значний вплив на формування та поширення економічної термінології в світі, і багато термінів взагалі стали стандартом у

міжнародній економічній спільноті. У порівнянні з цим, японська мова, зокрема її економічна термінологія, менш розповсюджена, і часто використовує терміни-запозичення з інших мов, зокрема з тої ж англійської. У японській же мові можна відзначити використання багатьох термінів, які не мають прямого еквівалента, вони часто мають специфічний сенс та структуру. Також, важливо враховувати культурні та історичні особливості кожної мови при порівнянні економічної термінології, що може впливати на сприйняття та розуміння термінів у різних контекстах.

要約

本稿では、日本語の経済用語について調査する。構造的、意味的な特徴に注目する。日本は世界で最も発展した産業経済の一つである。

本研究の目的は、日本語で経済的な概念やプロセスを説明するために使用される用語や表現の特徴や特性を明らかにするとともに、他の言語、特に英語の経済用語と比較することである。

第1章は、日本の経済用語を学習し、その意味的特徴を分析するための理論的側面に費やされている。本章ではまず、経済分野における用語学習の重要性と、外国語学習における用語の必要性を強調する。続いて、日本語の経済用語の特殊性を分析する。特に、用語の意味の濃淡、相互関係、用語の解釈における日本語と他言語の違いなど、日本の経済用語の意味上の特徴を分析する。

第2章では、日本の経済分野で使用される用語の構造を検討する。日本語で新しい用語が作られる過程を研究している。接頭辞と接尾辞の使用について検討する。用語の構文構造について検討する。用語の語順の特殊性と、用語を作成するための単語の組み合わせが検討される。そして、日本語、ウクライナ語、英語における経済用語の比較分析を行う。経済用語の使い方、意味、文脈の違いによる使い分けの比較も含まれている。日本語、ウクライナ語、英語における経済用語の共通点と特徴的な点を明らかにした。これらの言語における経済用語の使用について、共通する特徴や特徴的な点を明らかにすることを目的としている。

その中で、経済日本語の歴史的な形成過程について考察した。日本語の経済用語の形成に影響を与える日本語の特徴を明らかにした。用語の主な構造的特徴を明らかにする。意味によって分類する。日本語、ウクライナ語、英語の経済用語を分析し、比較する。

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

- Алпатов, В.М. (2012). *Япония: Язык и культура*. Альманах. Москва: Муравей.
- Алпатов, В.М. (2009). *Япония: язык и общество*. 2-е изд. Москва: Муравей.
- Комарницька, Т. (2014). *Застосування гри слів у японському словотворі*. Вісник Львівського університету. Серія філологічна.
- Пашковский, А.А. (1971). *Особенности японской лексики*. Москва: Наука.
- Пирогов, В.Л. (2011). *Ідентифікація фразеологізмів, зокрема паремій китайського походження, у сучасній японській мові*. Вісник Львівського університету. Серія філологічна.
- Рубель, В.А. (1997). *Японська цивілізація: традиційне суспільство і державність*. Київ: Аквілон-Прес.
- Сыромятников, Н. А. (2008). *Классический японский язык*. Москва: Восточная литература.
- Сыромятников, Н. А. (1965). *Становление новояпонского языка*. Москва: Наука.
- Електронний словник Takoboto. Відновлено з <https://takoboto.jp/>
- Машинобудування Японії. Відновлено 3
<https://vseosvita.ua/library/povidomlenna-pro-masinobuduvanna-aponii-457153.html>
- Посольство України в Японії. Відновлено 3
<https://japan.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/264-torgovelyno-ekonomichne-spivrobotnictvo/potochnij-stan-ekonomichnogo-spivrobotnictva>
- Революція Мейджі. Відновлено 3
https://pidru4niki.com/1062121042296/politekonomiya/revolyutsiya_meydzi
- Сільське, лісове та рибне господарство Японії. Відновлено 3
<http://www.geograf.com.ua/japan/648-japan-agriculture>
- Словник японської мови. Відновлено з <https://eow.alc.co.jp/>
- Японська мова: становлення та розвиток. Відновлено 3
<https://glebov.com.ua/pereklad-yaponska.html>

- Balley, R. W., & Giralch, M. (1986). *English as a world language*. New York: Arbor.
- Bjarke Frellesvig. (2010). *A History of the Japanese Language*. Cambridge University Press.
- Fernandez, S. (2001). *A critical review of multinational companies, their structures and strategies and their link with international human resource management*. International Journal of Management Reviews.
- Hosokawa, T. (2011). *A Study of Business Terms in Japan: A Comparative View between Japan and Western Countries*. Journal of International Management Studies.
- Ikeda, K. (2018). *Western theories of corporate social responsibility: Japan as a critique*. Asian Journal of Business Ethics.
- Mitzumoto, H. (1997). *Classification of Japanese Economic Terms by Meaning*. Tokyo: The Japan Times Press.
- Passin, H. (1980). *Japanese and the Japanese: Language and Culture Change*. Tokyo: University of Tokyo Press.
- Stanlaw, J. (1992). *"For Beautiful Human Life": the Use of English in Japan*. In *Re-Made in Japan: Everyday Life and Consumer Taste in a Changing Society*. London: New Haven.
- Uchikawa, S. (2016). *A Study of English Business Vocabulary Learning by Japanese Businesspeople*. Journal of Business and Technical Communication.
- 語彙教育、その内容、方法. (1964). 東京.
- 石綿敏雄. (2001). *外来語の総合的研究*. 東京: 東京堂出版.
- 絵国茂. (1993). *外来語について 外来語*. 東京: 言葉読売.