

СПЕЦИФІКА ЯПОНСЬКОГО МОВНОГО СПІЛКУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ, ЧАТАХ ТА ЕЛЕКТРОННЕ ЛИСТУВАННЯ

Родзінська О.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

На сьогоднішній день значна частина спілкування людей відбувається за допомогою електронної комунікації: через Інтернет, оскільки він володіє великою швидкістю передачі інформації, доступністю, інтерактивністю і можливістю комунікувати в режимі реального часу.

Інтерес до спілкування в Інтернеті, а саме до японських соціальних мереж викликаний великою кількістю його користувачів. До того ж, лексика, яка використовується в японських соціальних мережах, входить в активний ужиток інших мов, так як дані платформи є міжнародними, що передбачає можливість спілкування носіїв різних мов і культур.

Характерною особливістю комунікації в соціальній мережі є обмеженість символів для публікації або повідомлення. Найбільш яскравим прикладом цього є Twitter, розмір повідомлень якого обмежується 280 символами. Дана особливість передбачає використання в цілях економії синтаксичних і лексичних скорочень та аббревіатур, також використання малої кількості знаків пунктуації.

Ще однією особливістю соціальних мереж є використання в спілкуванні емодзі, які представляють собою мову ідеограм і смайлів. Функцією емодзі є передача емоційного компонента в комунікації через Інтернет.

Матеріалом для виявлення лексичних особливостей японських соціальних мереж послужили публікації «відкритих» користувачів Facebook.

Серед лексичних особливостей японських соціальних мереж виділяється використання неологізмів. Серед нових слів можна виділити використання наступних неологізмів японськими користувачами Facebook: 空白恐怖症 (kuuhakukyofusyo) «синдром боязні незаповнених місць»; ご飯論法 (gohanronpo) «логіка гохан»; 卒婚 (sotsukon) «завершений шлюб»; 多浪生 (taroosei) «студент багатьох хвиль»; モヤる (moyaru) «невдоволення»; わかりみ (wakarimi) «співчуття»; いみふ (imifu) «сенс не зрозумілий»; 尊い (toutoi) «прикольний» та ін.

Наступною лексичною особливістю японських соціальних мереж є запозичення, які називаються 外来語 (gairaigo) і складають 60% словникового запасу японської мови. Наприклад: コーヒー (koohii) «кава»; ミルク (miruku) «молоко»; カメラ (kamera) «камера»; アルバイト (arubaito) «підробіток»; レストラン (resutoran) «ресторан»; ピロシキ (piroshiki) «пиріжки» та ін.

Причинами використання 外来語 (gairaigo) є можливість заощадити час читання повідомлення або публікації і збільшувати швидкість написання.

Ще однією особливістю японських соціальних мереж є активне користування сленгом, особливо серед молоді. Специфікою вживання японськими

користувачами сленгів в соціальній мережі Facebook є застосування сленгів японського та англійського походження. Прикладами сленгів власне японського походження є: 爆睡する (bakusuisuru) «вирубитися», 元カレ (motokare) «колишній бой-френд», まったりする (marrarisuru) «релаксувати», «розслаблятися»; ださい (dasai) «відстій»; もうマヂ (moumadji) «дійсно».

Серед сленгів англійського походження можна відзначити: ぶっちゃけトーク (bucchyakentoku) (トーク від англ. talk) «говорити на чистоту»; コピパ (kopipa) (від англ. copy paste) «копіювати – вставити»; のべん (no-ben) (の від англ. no) «зовсім не вчитися», «байдикувати замість навчання»; インターネットフレンド (intanettofurendo) (від англ. internet friend) «інтернет-друг»; クリぼっち (kuribocchi) (クリ от англ. Christmas) «самотня людина в різдво».

Таким чином, в результаті дослідження були виявлені наступні лексичні особливості японських соціальних мереж:

- використання неологізмів, які швидко поширюються в соціальній мережі;
- наявність запозичень;
- вживання сленгу і аббревіатур.

ЛІТЕРАТУРА

1. Загуройко И.Н. (2012). Интернет–дискурс в современном коммуникационном пространстве. *Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова*, 3, 56-60.
2. Раздорская Н.В. (2018). Специфика виртуальной коммуникации японцев в социальных сетях. *Филологические науки в МГИМО*, 14, 45-53.
3. Asia internet use, population data and Facebook statistics. – URL: <http://www.internetworldstats.com/>