

Отже, хедж-маркери, які виступають мовними засобами реалізації комунікативної стратегії хеджинг, можуть застосовуватись для зміни характеру власного висловлювання та впливу на напрямок інтеракції для досягнення поставленої прагматичної цілі. Таким чином, хеджі можуть нести як позитивний підтекст у якості донесення прикритої інформації у більш пом'якшеному вигляді, так і нівелювати постулат правдивості та здійснювати маніпулятивний вплив на співрозмовників, що теж не завжди має негативний підтекст в залежності від конкретно складної ситуації та свідчить про дотримання принципу ввічливості.

ЛІТЕРАТУРА

- Grice, P. (1989). *Studies in the Way of Words*. Harvard University Press.
- Markkanen, R., & Schröder, H. (1997). Hedging: A Challenge for Pragmatics and Discourse Analysis. In R. Markkanen & H. Schröder (Eds.), *Hedging and Discourse: Approaches to the Analysis of a Pragmatic Phenomenon in Academic Texts* (pp. 3–18). Walter de Gruyter.
- Zemckis, R. (Director). (2012). *Flight* [Film]. Paramount Pictures, ImageMovers, and Parkes & MacDonald Image Nation.

ФЕНОМЕН “КРИЗИ ІДЕНТИЧНОСТІ” У ЯПОНЬКОМУ СОЦІАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ

Гричук Ю. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Японське суспільство, особливо у післявоєнний період (1945 р. ~) зазнало значних змін, і цей процес триває. Соціальні зміни у суспільстві можна розглядати як комплексний феномен вищого рівня, що містить у собі потяг до глобалізації; зіткнення Японії з “Іншим”, представлене потоком іноземних працівників; політичні та економічні зміни й поява нового суспільства споживачів, яке стало домінуючим способом щоденного життя, своєрідною матрицею, в рамках якої живуть майже всі сучасні японці (Eades, Jill, Vefu, 2000). Процеси трансформації у сучасному японському соціумі, які були спричинені глобалізаційними процесами, актуалізували проблему збереження національної, культурної ідентичності. Адже у період всеохоплюючих трансформацій дедалі частіше згадуються такі явища, як “криза ідентичності” (“identity crisis” або “identity vacuum”). Японія являє собою надзвичайно цікавий об’єкт для дослідження у цьому контексті.

Коротко окреслимо концепцію ідентичності. Як зауважує японська дослідниця М.Оба (2000), поняття ідентичності можна визначити як уявлення щодо свого самовизначення “хто я є” або “хто ми є”. До того ж, важливим є те, щоб інші члени суспільства визнавали вимогу іншого на самовизначення (самоідентифікацію), адже без визнання іншими членами суспільства

самовизначення особи можна кваліфікувати як лише її уявлення про себе (self-image). Також дефініція “я” та “ми” паралельно висвітлює поняття “іншого”, тож наголошується різниця між “я” / “ми” та “іншим”. У випадку, коли йдеться про ідентичність у контексті міжнародних відношень, потрібно також розглядати питання подвійної контигенції, тобто яким чином взаємодія партнерів залежить від обставин та вибору, що здійснює кожен з тих, хто взаємодіє, – тож йдеться про неоднозначність реакцій. Саме таке розходження у розумінні / сприйнятті реакцій одне одного може призвести до виникнення кризи ідентичності.

XXI ст. розглядається як таке, що поставило Японію перед феноменом, що можна кваліфікувати як “криза цінностей”. На думку групи вчених, основою цього є постмодерністський підхід до індивіда і соціума. Зазначимо, що сучасна епоха позначається терміном “післясучасність” (цей термін було запропоновано британським соціологом З.Бауманом). Як зазначає японський дослідник Н.Ояма (1990), у післявоєнний період японська система цінностей успішно перейшла з комунітаристичної моделі на індивідуалістичну.

Індивідуалізм як такий позначає баланс між правами індивіда на свободу, рівність та соціальні обов’язки. Однак, за зауваженням чеської дослідниці К. Войтишкової (2015), Японія надала досить великого значення свободі та праву на самовизначення індивіда й рівність. До того ж, наголошується, що схильність до індивідуалізму такого типу, що мав інтенсивний прояв, також виражалася у праві на самовизначення та розвиток участі у політичній діяльності особливо у 60–70-х рр. XX ст. Тим не менш, цей перехід супроводжувався відстоюванням своїх егоїстичних інтересів, поступовим розпадом місцевих спільнот, збільшенням кількості нуклеарних сімей, сімей з одним з батьків та розлучень, що було подібним до ситуації в Європі та США, не наголошуючи вже такі явища, як відчуття відчуження від суспільства (т.зв. “хікікоморі”, яп.引き籠り), а також тривожна кількість випадків жорсткого поводження у японських школах. Вищезазначені явища також можна розглядати як результат післявоєнної урбанізації Японії. Остання характеризується притоком населення з регіонів у міста, що мало як наслідки зазначене нижче. В той час, коли післявоєнна японська економіка досягає свого піку, дещо “викривлюючи” основні потреби та обов’язки й спрямовуючи спілкування у сім’ї у споживацьке русло, що створює дисбаланс між матеріальним і духовним, формується покоління яке не може стати гарним прикладом для своїх дітей (особливо йдеться про переслідування цілей в плані кар’єри, недостатнє піклування про сім’ю тощо), у яких це в майбутньому стає причиною прояву індивідуалізму та кризи ідентичності. Вважається, що після 1991 р., коли економіка “фінансової бульбашки” пішла на спад, більшість представників тогочасного молодого покоління опинилася у стані “кризи ідентичності”. Ця ситуація стала також причиною появи так званого суспільства без зв’язків (яп.無縁社会 “муен шйакай”), однією з особливостей якого є брак комунікації (Rosyida, 2021).

Таким чином, коротко окресливши ситуацію у післявоєнній Японії, можна резюмувати, що економічне зростання, а також “здування фінансової бульбашки”, яке тривало більше десятиліття, стали одними з найвагоміших причин, що призвели до такого феномену, як криза ідентичності, що також має місце у XXI ст.

ЛІТЕРАТУРА

- Eades J.S., Jill, T., Befu, H. (Ed). (2000). *Globalization and Social Change in Contemporary Japan*. Trans Pacific Press, Melbourne.
- 大庭三枝(OBA, Mie).2000. 国際関係論におけるアイデンティティ/ 日本国際政治学会編『国際政治』第124号「国際政治理論の再構築」(二〇〇〇年五月), 137-162 .
- Nao, Oyama (1990). Some Recent Trends in Japanese Values: Beyond the Individual-Collective Dimension. *International Sociology* 5, 445-59.
- Vojtíšková, K. (2015). The Crisis of Japanese Identity in the 21st Century *Asian Studies III* (XIX), 1, 129-144.
- Hamdan Nafiatur, R. (2021). Tokyo Zentai Club: Subculture or Identity Crisis over Youth in Japan Urban Area? *International Journal of Social Science And Human Research*, 4 (3). 397-403.

ПРИЧИНИ Й ОБСЯГИ ГІБРИДНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ

Гриненко О. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному українському комунікативному просторі набуло поширення поняття гібридності, яке застосовують на означення нестандартних, еkleктичних явищ та об'єктів, що мають суперечливі ознаки: *гібридна війна, гібридне авто, гібридна популяція, гібридне мистецтво, гібридний формат навчання, гібридне захисне покриття, гібридна дипломатія* та ін. Якщо раніше поняття гібриду, гібридизації стосувалося переважно генетики, біології і означало “схрещування між собою двох або більше вихідних батьківських форм, які спадково відмінні за однією або комплексом ознак” (Завірюха, 2008), то в сучасному суспільному житті воно відбиває тенденцію до поєднання протилежних сутностей в матеріальних і духовних надбаннях людини.

Серед причини популярності гібридизації у нашому суспільному житті дослідники називають глобалізацію, зміну моделей взаємодії зі світом, ревалоризацію колективного інтелекту, визрівання нової ціннісної парадигми, толерування інакшості, прагнення українців інтегруватися в більш розвинену систему, бажання перейняти кращий світовий досвід (Мірончук 2019, с. 16). Безперечно, активна глобалізація, поява нових інтегрованих технологій, розвиток науки, обмін досвідом, прагнення