

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТУ СХІДНОЇ ТА СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**  
**Кафедра японської філології**

Курсова робота  
з японської філології  
на тему:

**СЛЕНГ У СУЧАСНІЙ ЯПОНСЬКІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ:  
СТРУКТУРА І СЕМАНТИКА**

Студентки групи Пяп01-20  
факультету східної та слов'янської філології  
денної форми здобуття освіти  
Освітньої програми: японська мова і література  
та переклад, західноєвропейська мова  
Спеціальності 035 Філологія  
Спеціалізації 035.069 Східні мови та літератури  
(переклад включно), перша – японська  
**Пащенко Ольги Олегівни**

Науковий керівник: **доктор філологічних наук, професор**  
**Нечитайло Ірина Миколаївна**

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

**Київ – 2024**



**ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ.....</b>	<b>5</b>
1.1 Поняття “сленг” та його основні функції.....	5
1.2 Інтернет-сленг як складова сучасної японської молодіжної лексики.....	10
1.3 Комплекс методів дослідження японських сленгізмів сучасних мас- медіа.....	11
<b>Висновки до розділу 1.....</b>	<b>12</b>
<b>РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРА І СЕМАНТИКА ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ.....</b>	<b>13</b>
2.1 Структура японського інтернет-сленгу.....	13
2.2 Семантика японського інтернет-сленгу.....	21
2.3 Шляхи формування японського інтернет-сленгу соціальних мереж.....	23
<b>Висновки до розділу 2.....</b>	<b>29</b>
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>31</b>
<b>АНОТАЦІЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ.....</b>	<b>33</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>34</b>

## ВСТУП

Мова – це система, що постійно розвивається та зазнає різноманітних змін на всіх рівнях. Цей процес щільно пов'язаний з комунікативними потребами суспільства та допомагає мові трансформуватися відповідно до його розвитку. Сленг, зокрема, надзвичайно швидко зазнає змін.

Сленг – це розмовна мова, різноманітна семантично й стилістично, притаманна мовленню певних соціальних прошарків чи фахівців.

Японська мова, як і більшість мов світу, має довгу історію розвитку сленгізмів, що датується ще вісімнадцятим століттям. Але з швидким розвитком технології в Японії з'явився новий різновид сленгізмів, який використовує інтернет як платформу для постійного розвитку та створення нової лексики.

Особливості цієї лексики полягають у тому, що інтернет-сленг, що зокрема використовується у письмовому вигляді, на відміну від звичайного сленга, використовує не тільки японські лексеми, але й різноманітні символи та абетки іноземних мов, що дуже збільшило рівень складності розуміння сленгових понять.

**Актуальність** цієї роботи полягає у тому, що молодіжна лексика японської мови постійно збагачується і розвивається за рахунок різноманітних сленгізмів, жаргонізмів тощо. У середовищі інтернет-комунікації цей процес відбувається ще швидше завдяки постійній активності користувачів соціальних мереж. Лексика, що використовується в інтернет-комунікації, має сильний вплив на комунікацію між молоддю. Саме тому, висвітлення цієї теми є важливим чинником подальшого вивчення сучасної японської мови.

**Об'єктом** дослідження є японський інтернет-сленг.

**Предметом** дослідження є структурно-семантичні особливості інтернет-сленгу.

**Мета** курсової роботи полягає у виявленні та описі структурно-семантичних особливостей інтернет-сленгу.

Для досягнення вказаної мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- Виявити структурні особливості сленгізмів;
- Проаналізувати семантичний аспект сленгових понять на основі соціальних мереж;
- Дослідити шляхи створення сленгізмів.

**Методами дослідження** слугували історичний та описовий метод для визначення теоретичної основи дослідження інтернет-сленгу японської мови, класифікаційний метод та метод аналізу для визначення структури і семантики інтернет-сленгу, а також метод узагальнення проаналізовано матеріалу для визначення висновків.

**Матеріалом дослідження** слугували близько 30 мікроблогів різної тематики, взяті з платформи для соціальних мереж Twitter. Також було проаналізовано близько 60 сленгізмів.

**Наукова новизна** полягає у тому, що інтернет-сленг постійно модернізується та розвивається на різноманітних рівнях. Через його постійний та швидкий розвиток теми для дослідження є невичерпні.

**Практичне завдання** одержаних результатів полягає у удосконаленні розуміння та використання студентів сленгізмів під час навчальних процесів, а також покращенні процесу перекладу сучасної японської мови.

**Структура роботи.** Курсова робота, що складається зі вступу, двох розділів дослідницької роботи, висновків, списку використаної літератури і анотації японською мовою. **Повний обсяг** – 37 сторінок.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ

### 1.1. Поняття “сленг” та його основні функції

За словами М. П. Кочергана (2002), лексико-семантична система мови поділяється на два прошарки. До одного відносяться найбільш необхідні слова, а слова, що відносяться до іншого прошарку вважаються рідковживаними. Таким чином, за соціальною важливістю лексика поділяється на активну і пасивну.

Активна лексика включає в себе загальноновживані слова. Цю лексику використовують усі носії мови незалежно від професії, освіти, місця проживання тощо. Серед активної лексики виділяється основний словниковий фонд, який має три ознаки: ці слова вживаються завжди, всіма і у всіх випадках. Основний словниковий фонд дуже стійкий та майже не змінюється.

З іншого боку, пасивна лексика включає в себе рідковживані слова, якими переважно є застарілі слова, слова, які тільки-но з'явилися в мові, а також жаргонізми або сленгізми (Кочерган, 2002, с. 214-215).

Сленг – це ненормативна лексика, різноманітна семантично й стилістично, притаманна мовленню певних соціальних прошарків чи фахівців (Ковалів, 2007, т. I, с. 407). Це лексичне явище, що характеризується більш або менш яскраво вираженим фамільярним забарвленням більшості слів і висловлювань. Ця властивість сленгу обмежує стилістичні рамки його використання. Фамільярне емоційне забарвлення багатьох слів і висловів сленгу відрізняється значним різноманіттям відтінків. Вони можуть бути жартівливими, іронічними, глузливими, презирливими, грубими і навіть вульгарними (Мірошник, 2022).

Сленг зобов'язаний своїм походженням бажанням людини відхилитися від звичайної мови, нав'язаної нам суспільством і є свого роду результатом властивого людині бажання розважитися та потребує постійного оновлення

(Jespersen, 1954; Корнелаєва, 2019).

На думку японського лінгвіста Йонекави можна визначити 7 основних функцій причини використання молодіжної лексики (Yonekawa, 2001):

1. **Розважальна функція.** Це функція, що підтримує веселу та легку обстановку під час розмов. Ця функція поділяється на два типи: “розвага під час створення слова” та “розвага під час використання слова”.

イッヌ (/innu/) - інтернет-сленг, скорочення, що означає який означає 犬 (/inu/) - “собака”.

「イッヌが散歩に行きたがらない。」

*/innu wa sampō ni ikitagaranai/*

Моя собака не хоче йти гуляти (Quiz Castle, 2022).

Крім того, “розваги під час використання” наголошують на використанні вигаданого слова, а не на самому слові.

2. **Функція просування розмови.** Це функція, яка розширює розважальну функцію, використовуючи сленгові вирази, щоб пожвавити розмову, або використовуючи скорочення для покращення темпу.

乙 (/otsu/) це інтернет-сленг, що використовується у кінці розмови, як “дякую за вашу важку роботу”. Це слово з’явилося у результаті скорочення форми слова お疲れ様 (/otsukare sama/).

「乙した！」

*/otsu shita/*

Дякую за вашу працю! (武田, 2022)

ナメプ (/nameru/) – це скорочення від виразу 舐めプレイ (/name purei/) і означає: “грати в ігри неохайно, розслаблено або нечесно, зневажаючи суперника”.

ゲ-ム好きな友達と対戦ゲ-ムをしたら、ナメプされて腹が立った。

*/gemu zuki na tomodachi to taisen gemu wo shitara namepu sarete hara ga tatta/*

Коли я грав у змагальну гру з другом, який любить ігри, я розлютився, коли він недооцінював мої навички (落合, 2022).

**3. Колективна функція.** Це функція, яка створює відчуття близькості, що відбувається під час використання неформальної мови серед друзів, а також зміцнює почуття товариства. Молодіжний сленг – це насамперед мова, якою користуються однолітки, тому її використання може поглибити почуття колективу, але, з іншого боку, вона також виконує функцію відчуження тих, хто її не використовує.

エナメル (*/enameru/*) – “емаль”. Мова йде про конкретну людину, у якого взуття завжди блищить.

「今日も松戸駅でエナメル見たよ。」

*/kyou mo matsudo eki de enameru mita yo/*

Я і сьогодні бачив емаль на станції Мацудо (飯尾, 2004).

ggrks – це скорочення від інтернет-сленгу ググレカス (*/gugure kasu/*), що означає “загугли це, покидьок”. Він використовується у відповідь на запитання, на які можна самостійно знайти відповідь за допомогою пошукової системи Google.

「そのところを詳しく教えてよ！」

「ggrks。」

*/soko no tokoro kuwashiku oshiete yo!/*

*/gugure kasu/*

“Розкажи мені про це більше!”

“Загугли це, покидьок” (瑠川, 2020).

**4. Функція передачі образу.** Здатність миттєво передавати образи речей за допомогою слів і виразів. Легше передати образ одним словом,



ніж намагатися створити опис за допомогою різноманітних слів, і це покращує темп розмови. З іншого боку, це також може бути наслідком браку словникового запасу.

サリ-ちゃん (/sari: chan/) – “Саллі-тян”, означає: товста жіноча нога.

「ねえ、あの人の足見て!」

「わあ、サリ-ちゃんだ。」

*/nee, ano hito no ashi mite!//*

*/waa, sari: chan da/*

- Гей, подивіться на ноги цієї жінки!
- Ого, це Саллі (飯尾, 2004).

陰キャ (/inkyā/) це аббревіатура від 陰気なキャラクター- (/inki na kyarakuta:/), тобто “похмурий персонаж, або людина з похмурим характером”. Людина, чия поведінка та атмосфера похмура або песимістична.

「陰キャで非リアなので今年のクリスマスもぼっちです。」

*/inkyā de hi riaju: nanode kotoshi no kurisumasu mo bocchi desu/*

Я похмура людина і в мене немає друзів, тому буду святкувати цьогорічне Різдва на одинці (言葉の手帳, 2021).

陽キャ (/youkyā/) — це аббревіатура від 陽気にキャラクター- (/youki na kyarakuta:/) – “веселого персонажа”, тобто людини з веселим характером. Ці люди позитивні, життєрадісні і люблять спілкуватися з іншими людьми.

「陰キャなので陽キャな人とは仲良くなれない。」

*/inkyā nanode yōkyā na hito to wa nakayoku narenai/*

Оскільки я негативна людина, я не можу ладити з позитивними людьми (言葉の手帳, 2021).

**5. Функція приховування.** Це функція приховування речей, які було б незручно говорити перед великою кількістю людей. Ця функція надає можливість перефразувати загальні слова на менш зрозумілі та загальні.

ワールドカップ (*/wa:rudo kappu/*) – “чемпіонат світу”. Від англійської “World Cup”, використовується замість WC (water closet), що означає туалет, через однакові ініціали.

「ワールドカップへ行く」

*/wa:rudo kappu e iku/*

Я піду на чемпіонат світу (у туалет) (飯尾, 2004).

**6. Функція заміщення.** Ця функція надає можливість пом'якшення образливих виразів чи їхнього уникнення взагалі, щоб не зачепити почуття співрозмовника. Таким чином, вираз буде менш різкішим та буде звучати як жарт, щоб не погіршувати стосунки.

ブッキー (*/bukki:/*) – від слова 不器用 (*/bukiyou/*) – “незграбний”.

「けいこ、何やってんの?」

「ボタンとれたからつけようと思ってるんだけど、うまくいかないんだよね。」

「もう、ほんとにブッキー-なんだから」

*/Keiko, nami yatten no?/*

*/botan toretakara tsukeyou to omotterun dakedo, umaku ikanain dayone/*

*/mou, hontou ni bukki: nan dakara/*

-Кейко, що ти робиш?

-У мене відпав гудзик, тому я намагаюся його пришити, але в мене не виходить.

-Ой, ти така незграба (飯尾, 2004).

**7. Функція очищення.** Здатність вивільнити та очистити неприємні емоції, промовляючи ці слова.

きもい (*/kimoi/*) скорочення від 気持ち悪い (*/kimochi warui/*) – огидно, некрасиво.

「あのネクタイの柄、きも～い」

*/kono nekutai no gara, kimo ~i/*

Візерунок цієї краватки жахливий (飯尾, 2004).

ぴえん (/pien/) – “хник”, це оноματοпея, яка означає “мило плакати”.

「好きなバンドのチケット取れなかった。ぴえん」

*/sukina bando no chiketto torenakatta pien/*

Я не змогла купити квиток на концерт моєї улюбленої групи. Хник (言葉の手帳, 2021).

Таким чином, сленг в японській мові можна вважати інструментом, який використовується у різних сферах життя молодого покоління для покращення стосунків, темпу розмови, ввічливості тощо (Yonekawa, 2001).

## 1.2. Інтернет-сленг як складова сучасної японської молодіжної лексики

Починаючи з епохи Мейджі (1868 – 1912 рр.), медійні засоби мали великий вплив на японську сленгізовану мову, включаючи поширення освіти, розвиток видавничої культури, кіно та радіопередач.

В Японії виділяють два великі етапи розвитку сленгізованої мови:

1) У 50-тих роках минулого століття виявлялися прямі залежності динаміки мовного середовища та зростання популярності молодіжної течії.

2) У 80-тих роках відбувалося поширення сленгізмів у мові. Саме цей період часу прийнято пов'язувати з початком масштабних соціальних перетворень, що відбувалися в житті усієї країни. Таким чином, поява детермінованих засобів соціальної комунікації, що являє собою різноманітні вияви обміну інформацією в суспільстві, уможливила дуже швидке еволюціонування такого поширеного явища, як сленг (Костишин, 2019).

В Японії використовується термін 若者言葉 (/wakamono kotoba/), тобто молодіжна мова, як інша назва для позначення сленгових слів. За словами А. Йонекави wakamono kotoba – це слова, які вживають переважно чоловіки та жінки

від 10 до 30 років, і, як правило, не входять до японських словників і розглядаються як сленгові слова. Ці слова характеризуються свободою від норм і використовується серед друзів з метою сприяння розмові, розваг тощо (Yonekawa, 2001).

Зазвичай *wakamono kotoba* розглядалася, як лексика, що виникає і використовується перш за все в усному мовленні (Мірошник, 2022). Однак, на сьогоднішній день сленг умовно можна поділити на усний та письмовий. Якщо розмовний сленг використовується у усному мовленні серед молоді, то інтернет-сленг зазвичай використовується у письмовому вигляді за допомогою соціальних мереж та інтернетних платформ (Twitter, Facebook, LINE тощо). Йонекава стверджує, що з розвитком інформаційно-комунікаційних пристроїв, таких як смартфони, планшети тощо, *wakamono kotoba* останніми роками стали доступними у письмовій формі на екранах (Yonekawa, 2001). Через це різниця, яка існувала між письмовою та усною мовою поступово зникла, а інтернет-сленг набув свої особливості стосовно написання, вимови та значення різних сленгових понять (富田, 2016).

Інтернет-сленг відноситься до різноманітних повсякденних мов, якими користуються різні спільноти в Інтернеті. Він перейшов із посередництва комп'ютера в інші нефізичні сфери і зараз переважає в телефоні, переважно через короткий термін повідомлення (SMS). Через обмежений простір для написання повідомлення на мобільному телефоні особливо стало поширено використання скорочень та вставних слів (Flamand, 2008).

### **1.3. Комплекс методів дослідження японських сленгізмів сучасних мас-медіа**

Під час дослідження особливостей в сленговій інтернет-комунікації ми використовували наступні методи:

За допомогою історичного метода ми розглянули історичний процес

розвитку сленгізмів в японській мові у першому розділі. Ми також дійшли до висновку, що медіа мали великий вплив на японську сленгізовану мову на протязі десятиріч.

Метод аналізу вжито для розрахунку потрібної інформації використання японських сленгізмів в інтернеті та її роз'яснення.

Описовий метод надав нам змогу визначити основні характеристики інтернет-сленгу японської мови.

Використовуючи метод класифікації, ми визначили 7 основних функцій використання молодіжної лексики.

Останній методом дослідження слугує узагальнення проаналізованого матеріалу. За допомогою цього методу ми маємо змогу визначити головне та узагальнити отримані результати у висновках.

### **Висновки до розділу 1**

Під час нашого дослідження сленгізмів ми дізналися, що сленг – це ненормативна лексика, що вживається молодим поколінням в цілях відхилятися від звичайної мови, нав'язаної їм суспільством і є, свого роду, результатом властивого людині бажання розважитися.

Також було встановлено, що на сьогодні сленг має сім основних функцій: розважальна функція, функція просування розмови, функція передачі образу, колективна функція, функція приховування, функція заміщення та функція очищення. Ці функції використовується у різних сферах життя молодого покоління для покращення стосунків, темпу розмови, ввічливості тощо.

Ми визначили, що медійні засоби мали великий вплив на японську сленгізовану мову, ще з епохи Мейджі та зазнав значних змін у 50-тих та 80-тих роках двадцятого століття пов'язаних з початком масштабних соціальних перетворень, що відбувалися в житті усієї країни.

З появою інтернет-комунікації сленг набув письмовий вигляд за

допомогою соціальних мереж та інтернетних платформ, та має свої особливості стосовно написання, вимови і значення різних сленгових понять, максимально ефективно використовуючи особливу структуру японської мови.

## РОЗДІЛ 2

### СТРУКТУРА І СЕМАНТИКА ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ

#### 2.1. Структура японського інтернет-сленгу

Структура японської мови дуже відрізняється від інших мов світу та має складну систему письма. У цій системі письма вживають переважно символи двох видів: морфемні знаки – ієрогліфи, або канджі (漢字) та складові знаки кана (仮名), які поділяються на дві абетки – хірагана (平仮名) і катакана (片仮名), які передають звучання незалежно від змісту. Письмо з використанням канджі, абеток хірагана и катакана в одному тексті називається 漢字仮名交じり文 (*/kanji kana majiri bun/*), тобто мішане письмо.

Канджі відрізняються від кани тим, що передають зміст. Тим часом, як знаки кани передають насамперед звук. Кана розбиває мову на звуки і так передає форму мови; ієрогліфи ж відображають цілісність слова, і в цьому їхня головна відмінність (Комарницька & Комісаров, 2012, с. 76).

Однак на сьогоднішній день у середовищі японської інтернет-комунікації ми можемо побачити змішане використання не тільки хірагани, катакани та канджі, а також латинського алфавіту та навіть графічних символів. Завдяки цієї особливості структури японської мови інтернет-сленг має багато можливостей створення нових сленгових понять з особливими способами читання та написання.

Сленг, який трапляється в повсякденній інтернет-комунікації, можна класифікувати за чотирма основними категоріями: скорочення, неправильна інтерпретація канджі, застосування графічних символів у сленгізмах та графічно зображені символи, що можуть відображати емоції (岡田, 2012).

#### 1) Скорочення.

До першої категорії відносять скорочення та аббревіатури. Коли люди вводять текст на різноманітних пристроях, як комп'ютер або мобільний телефон, вони неминуче використовують пристрої введення тексту, наприклад клавіатури.

Програмне забезпечення для введення японських символів дозволяє вводити хірагану, катакану, кандзі, графічні символи та латинські літери. Під час введення тексту, латинські літери, або ромаджі ローマ字 (*/ro:maji/*) перетворюються на хірагану, катакану або канджі автоматично. Але у випадку, коли потрібно написати ромаджі, треба натиснути на клавішу “shift”. Скорочення відбувається з використанням голосних/приголосних звуків або канджі, які використовуються у введенні ромаджі.

Наприклад для написання слова “OK” на японській клавіатурі потрібно натиснути клавіші “shift+O” “shift+K”. Інтернет-сленг 「おk」 (*/ok/*) з’явилося в результаті ненатискання клавіші “shift” на клавіатурі для більш швидшої комунікації.

Також є схожі приклади:

kwsk – це абривиатура слова 詳しく (*/kuwashiku/*), що означає “детальніше”.

メイク方法 kwsk 教えて

*/meiku houhou kwsk oshiete/*

Розкажи мені детальніше про твій метод нанесення макіяжу (スッキリ, 2021).

グぐる (*/guguru/*) - загуглити. Зазвичай використовується для пошуку слів або зображень за допомогою пошукової системи Google.

人に聞くより ググったほうが早いよ

*/hito ni kiku yori gugutta hou ga hayai yo/*

Погуглити швидше, ніж запитувати у когось (講談社, 2022).

レベチ (*/rebechi/*)- це скорочення від виразу “レベルが違う” (*/reberu ga chigau/*), що означає “на іншому рівні” і використовується для вираження речей, які мають інший ранг або не можуть бути порівняні.

高いホテルは設備もスタッフも レベチ。

*/takai hoteru wa setsubi mo sutaffu mo rebechi/*

Дорогі готелі мають кращий рівень оснащення та персоналу (weblio 辞書,



2023).

乙 (*/otsu/*) – це скорочення від виразу お疲れ様 (*/otsukare sama/*), що означає “дякую за вашу тяжку працю.”

久しぶりに怖いと感じた配信だった乙

*/hisashi buri ni kowai to kanjita haishin datta otsu/*

Давно не було такої трансляції, яка змусила мене налякатися, дякую всім за участь (Twitter, 2024).

メン限 (*/men gen/*) – це скорочення від слова メンバ-限定 (*/menba: gentei/*) – “тільки для учасників”; це система на платформі YouTube, яка дозволяє глядачам підтримувати творців, сплачуючи щомісячну плату на їхній канал.

メン限歌枠お疲れ様でした～！

*/mengen utawaku otsukare sama deshita ~ !/*

Дякую всім за участь у платній музичній трансляції (Twitter, 2024).

コメ欄 (*/kome ran/*) – це скорочення, що означає розділ коментарів на інтернет сайтах.

松山大学の合格発表のニュースのコメ欄ほんまおもしろい wwwwww

*/matsuyama daigaku no goukaku happyou no nyu:su no komeran honma omoroi wwwwww/*

Розділ коментарів у новинах про вступ до університету Мацуяма справді смішний (Twitter, 2024).

ナメプ (*/naperu/*) – Грати в ігри неохайно, розслаблено або нечесно, зневажаючи суперника

ゲ-ム好きな友達と対戦ゲ-ムをしたら、ナメプされて腹が立った。

*/gemu zuki na tomodachi to taisen gemu wo shitara naperu sarete hara ga tatta/*

Коли я грав у змагальну гру з другом, який любить ігри, то я розлютився, коли він почав недооцінювати мої навички (武田, 2021).

## 2) Неправильна інтерпретація канджі.

До другої категорії відносять неправильну інтерпретацію читання ієрогліфів. При написанні канджі за допомогою програмних забезпечень для введення тексту, спочатку потрібно ввести ромаджі, які автоматично перетворюються на хірагану, катакани або канджі. Але ці програми іноді роблять помилки при перетворенні та видають неправильні канджі з однаковим звучанням; такі канджі називаються 誤変換 (*/gohenka/*) – неправильне перетворення та 誤読 (*/godoku/*) – неправильне читання.

Також через те, що в японській мові немає пробілу між словами, програмне забезпечення неправильно визначають межі, де закінчується одне слово і де починається наступне. Таким чином, створюючи безглузді слова з неправильними канджі. Такі слова називаються 無意味語 (*/muimigo/*), тобто слова без значення.

Наприклад:

ゆで卵が大好き (*/yude tamago ga dai suki/*) – Я люблю варені яйця.

перетворюється на:

茹でた孫が大好き (*/yudeta mago ga dai suki/*) – Я люблю відварених онуків.

Такі програмні забезпечення були створені для прискорення швидкості написання повідомлень, але під час роботи з такими програмами неухважність користувачів все одно може призвести до лексичних помилок, що часто можна побачити в інтернеті.

Наприклад:

雰囲気 (*/fun'iki/*) – настрій, атмосфера. В інтернет-комунікації його помилкове читання виглядає, як */fuinki/*.

既出 (*/kishutsu/*) – через схожість першого ієрогліфа 既 (*/ki/*) на ієрогліф 概 (*/gai/*) його помилково читають, як */gaishutsu/*. Означає “вже зроблено”.

中坊 (*/chu:bo:/*) – означає учня середньої школи, але за сленговим значеннями набуває значення “троль” (岡田, 2010).

お願い (*/onegai/*) – перекладається як “будь ласка”. Сленгове читається -

*/onagai/*.

頑張れ (*/ganbare/*) – перекладається як “так тримати”, або “зробити все можливе”. Сленгове читання – */gangare/* (Uchiyama, 2010).

У цій категорії варто відзначити те, що використання неправильних ієрогліфів продовжується, не дивлячись на те, що воно було ненавмисним. Неправильне розуміння та неправильне читання стається через брак знань з боку користувача, який написав слово, або через те, що користувач не уважно поставився до перетвореного слова, але обидва вони спричинені свідомим чинником користувача. Однак інші користувачі, яких потішило неправильне читання або написання слова, почали використовувати його свідомо, і це закріпилося (岡田, 2010).

### **3) Застосування графічних символів у сленгізмах.**

До третьої категорії відносять сленгізми через зчитування графічних знаків. У випадку усної мови, яка використовується в реальних розмовах, мовець, природно має вибрати слова, які мають сенс, правильно їх вимовити, щоб слухачі могли сприйняти ці звуки та зрозуміти передане значення повідомлення. Але інтернет-комунікація між користувачами полягає не в вимові слів та звуків, а у їх написанні. У цій ситуації значення символів можна зрозуміти не лише зі значенням слова, але й із форми та розташування символів (岡田, 2010).

Наприклад:

orz – це графічне зображення, що було зроблено за допомогою літер. Спочатку воно виглядає, ніби це скорочення, яке має якийсь зміст. Але, насправді, це графічне зображення де o – це голова, r – це руки, а z – це ноги. “orz” позначає людину, яка кланяється. Це японське явище поклону 「土下座」 (*/dogeza/*), яке робиться у випадках коли зробив дуже велику помилку та потрібно попросити вибачення, наприклад у начальника.

888888 - ぱちぱちぱち (*/pachipachipachi/*) – означає звук оплесків. Одне із японських читань “8” це はち (*/hachi/*). У випадку цього виразу, воно

використовується з одзвінченням “ha”, що перетворюються на “ra”. Таким чином, воно звучить як оноματοпея для позначення звуку оплесків.

2828 - にやにや (/niyaniya/) - оноματοпея посмішки. Інше читання “8” – це “ya”. Використовуючи їх разом виходить оноματοпея посмішки.

2 娘 1 - (/ni ko ichi/) – двоє людей настільки близькі, що їх можна назвати одним цілим.

39 - さんきゅう (/sankyu/) – від англійської “thank you” дякую. Використовує читання “3” і “9”, для швидкого написання подяки у соціальних мережах.

4649 - よろしく (/yo ro shi ku/) – приємно познайомитись. Використовує скороченні читання чисел, щоб вони звучали як 宜しく (/yoroshiku/).

55 - ごご (/gogo/) – після обіду. Швидкий спосіб написання слова 午後 (/gogo/) за допомогою чисел.

#### **4) Графічно зображені символи, що відображають емоції.**

До четвертої категорії входять графічно зображені символи, що можуть означати емоції. В Японії їх ще називають каомоджі.

Каомоджі (顔文字 /kaomoji/, буквально “обличчя-літера”) – це комбінація літер і символів, яка виражає міміку та емоції людини. Часто використовується в електронній пошті на комп’ютерах і мобільних телефонах, електронних дошках оголошень в Інтернеті тощо. Приклади типових смайликів включають усміхнене обличчя “(^\_^)” і заплакане обличчя “(ToT)”. Це японський варіант смайликів “:-)” та “:- (“ (コトバンク).

Такими символами легше передати значення чи емоції, ніж словами з попередньої категорії, бо вони розрізняються несвідомо.

Існують різні теорії щодо історії каомоджі, тому їх важко звузити лише до однієї, але переважаюча теорія полягає в тому, що вони виникли в Сполучених Штатах на початку 1980-х років і почали використовуватися в японських

комп'ютерних комунікаціях у середині 1980-тих років. Каомоджі можуть виражати різноманітні емоції та дії, а якщо їх використовувати в кінці речення або окремо, вони додають значення, яке важко висловити одним текстом.

Каомоджі можуть використовуватися для показання різних емоцій:

o( ; o ; )o – цей каомоджі виражає смуток. “;” використовується, як заплакані очі.

( ; ^V ^ ) – цей каомоджі виражає тривогу. Тут “;” використовується як піт.


( ^ ▽ ^ ) – цей каомоджі виражає радість.

( o`·o·´o ) – цей каомоджі виражає впевненість.

ヽ ( ^ D'# ) / – цей каомоджі виражає гнів.

Їх також використовують для створення різних персонажів, або ситуацій:

\_ ( > L&: ) \_ - цей каомоджі показує лінивого персонажа, який лежить на підлозі. Також є варіант з ліва на право : \_ ( :3 ^ ) \_ .

( ^ ) 3'  フ`フ`フ`-フ` オオオ – цей персонаж щось здуває. “フ`フ`フ`-フ` オオオ” означає звуки сильного вітру.

= [ ‘ワ’ ≡ ‘ワ’ = ] - цей малюнок показує персонажа, який дуже швидко рухається у різні сторони.

( U · ω · U ) – позначає малюнок собаки. “U” використовуються, як вуха, а грецька літера омега “ω”, як рот. Також є варіанти

ㄥ ( U · ω · ) та ( U ^ ω ^ U ).

Γ ( o D o Γ ) Γ - цей каомоджі показує персонажа, який стоїть на руках.

スチャ   - цей персонаж стріляє з автомата на підлозі.

ζ ▽ ω ▽ ) – один із персонажів відомого японського коміксу “Дивні пригоди Джоджо” Какьоін Норіакі. Літера дзета “ζ” – позначає волосся, а чорні трикутники – сонцезахисні окуляри.

На японському сайті 2ちゃんねる (/2channeru/) каомоджі мають велику

популярність, що стало причиною виникнення нових, більш досконалих картинок зроблених за допомогою символів, що за своєю будовою схожі на справжні японські комікси. Такі каомоджі називаються АА скорочено від 「アスキ-アート」 (*ascii art*).

АА називають каомоджі, які використовують по кілька рядків через свої великі розміри. Вони виражають не тільки емоції, але й особистість намальованого персонажа, його репліки та дії.

Одними з найпопулярніших АА на сайті “2channel” є наступні пункти:

```

      /  \  \
     二二二 ( ^ ω ^ ) 二コ
           |      /           ア-ン
           (  \  /
           />/
     三     レレ
  
```

Цей АА називається 「内蔵ホライゾン」 (*inaijou: horaizon*), що означає “вбудований горизонт”. Цей велетенський АА виглядає, ніби він бігає зліва направо з розпростертими руками. Його використовують задля нападу на інші електронні дошки з метою вандалізму чи фестивалю, але через його унікальний вигляд багато людей його обожають. Він не має фіксованої мети, і його можна побачити в різних ситуаціях. Його часто називають за прізвиськом “бун” (*ブン bun*) – ономатопея високої швидкості.

```

     ^_^      /-----
    ( ' V ` ) < オマエモナ-
    (      )   \-----
    |   |   |
    (___) ___
  
```

Цей АА є найвідомішим персонажем сайту "2channel". Його почали

називати 「モナ-」 (*/mona:/*) через його крилату фразу 「オマエモナ-」, тобто 「お前もな-」 (*/omae mo na:/*) – “ти нічим не кращий”. Через цю фразу в деяких випадках він використовує “мона” замість “я”, або вставляє його під кінець речення. Цей гігантський АА походить від каомоджі ( ´ √ ` ). “Мона” використовують без особливої мети у різних ситуаціях (岡田, 2010).

## 2.2 Семантика японського інтернет-сленгу

Сутнісні характеристики сленгу поділяються на п’ять видів: загальні характеристики, групові характеристики, семантичні характеристики, формальні та додаткові характеристики.

Семантична характеристика є однією з основних рис сленгізмів. Вона позначає наявність в одній лексемі декількох елементів значення, не всі з яких можуть бути адекватно передані під час перекладу.

Семантичні характеристики, включають в себе наступні характеристики:

- Часто яскраво метафоричні;
- Часто включають перебільшення;
- Часто використовуються з негативною комунікативною метою у відношенні до інших людей (Мірошник, 2022).

Ієрогліфи, або канджі (漢字) є одними з елементів структури японської мови. Кожен ієрогліф має принаймні два читання, що поділяється на два види: онне читання (音 */on/*, 音読み */onyomi/*) та кунне читання (訓 */kun/* 訓読み */kunyomi/*) (Комарницька & Комісаров, 2012, с. 89). Одне чи інше читання використовується залежно від розташування інших ієрогліфів у слові, або при деяких випадках особливого читання.

Ця особливість структури японської мови дозволяє легко створювати гру слів на основі різних способів читання. Існують багато слів, які мають абсолютно різні значення, але звучать однаково, наприклад, “особистість” 性格 (*/seikaku/*) і

“точність” 正確 (/seikaku/), а також “лікар” 医師 (/ishi/) і “воля” 意志 (/ishi/).

Ця особливість широко використовується в інтернет-комунікації задля додавання гумору у повсякденні розмови. Наприклад, є випадки, коли канджі для позначення тварин навмисно використовуються в іншому сенсі слова, щоб створити візуально смішний ефект.

「今日は早くカエルね」

*/kyou wa hayaku kaeru ne/*

Я сьогодні раіше повернуся додому.

У цьому випадку іменник カエル (/kaeru/) – “жаба” навмисно використовується замість дієслова 帰る (/kaeru/) – “повертатися”.

Також бувають випадки, коли прикметник うまい (/umai/) – “смачний”, що у скороченому розмовному варіанті має вигляд うま (/uma/), замінюється ієрогліфом 馬 (/uma/), що означає “кінь”.

Однак, таке явище гри слів в японській мові не є новим. Найстаріша збірка віршів Японії 万葉集 (/manyoshu/) також містить письмові вислови, схожі на сучасний інтернет-сленг.

Маньйошу є найдавнішою поетичною збіркою, що збереглася, і вважається, що вона була складена в період Нара у другій половині VIII століття. У той час існував лише один тип канджі. Тому була прийнята унікальна система письма під назвою “Маньйогана”, у якій слова записувалися шляхом застосування їх до канджі. При цьому стародавні японці часто винаходили дуже перекручені формулювання.

Прикладом цього є така пісня, автор якої невідомий:

「杜若につらふ君をゆくりなく思ひ出でつつ嘆鶴鴨」

*/kakitsu-hata ni tsurau kimi wo yukuri naku omoi idetsutsu nagetsuru kamo/*

“Я пам’ятаю, як зітхнув, коли раптом згадав твій прекрасний колір обличчя, схожий на метелика”



В останній частині 「嘆鶴鴨」 */nagetsuru kamo/* використовуються назви птахів, такі як 鶴 (*/tsuru/*) - “журавель” і 鴨 (*/kamo/*) - “качка”, але, якщо подивитися за змістом ці ієрогліфи використовувались тільки через схоже читання до форми намінального відмінка допоміжного дієслова “tsuru” та традиційної кінцівки тогочасної поезії “kamo”, тому воно не має ніякого відношення до птахів.

Також, однією із особливостей інтернет-сленга – це викорисання комбінації різних символів для позначення одного ієрогліфа. Наприклад поєднання катакани ネ (*/ne/*) та канджі 申 (*/shin/*) візуально схоже на канджі 神 (*/kami/*) – “Бог”, також комбінація 糸 (*/ito/*) - “нитка” та 冬 (*/fuyu/*) – “зима” для створення слова 終 (*/shu/*) – останній.

Приклад такої гри слів також зустрічається в “Маньйогані”. Слово, що складається із 5 ієрогліфів 「山上復有山」 читається, як 「出づ」 (*/idzu/*). 「山上復有山」 має значення “на горі є ще одна гора”. В японській мові слово “гора” позначається ієрогліфом 山, тому якщо покладеш на цей ієрогліф ще одну гору вийде ієрогліф 出.

Цей певний варіант гри слів невпинно продовжувалася і від періоду Едо до періоду Мейдзі. У міру прогресу глобалізації гра слів продовжує розширюватися вже в інтернеті, включаючи і алфавіти іноземних мов, яких не існувало в епоху Маньйошу (山本, 2014).

### **2.3. Шляхи формування інтернет-сленгу на основі соціальних мереж**

Комунікація за допомогою Інтернету виявляється за рахунок здійснення обміну інформацією між різними суб’єктами комунікації за допомогою голосу, відео, текстових повідомлень, документів, файлів.

Особливості способів інтернет-комунікації включають у себе:

1. Анонімність. Вона дає можливість приховати особисту інформацію про себе, або, навпаки, давати неправильну інформацію, яка може бути

вигаданою.

2. Добровільність контактів. У будь-який момент їх можна перервати.
3. Майже завжди письмовий характер спілкування.
4. Поліфонічність комунікації, що дозволяє об'єднати велику кількість мовних практик і типів дискурсу.
5. Відсутність невербальної комунікації.
6. Відсутність єдності у часі й просторі. Це надає можливість бути спілкуватися з людьми з різних часових поясів і різних країн.
7. Прагнення до емоційності у спілкуванні. Це виражається у створенні різноманітних спеціальних значків для позначення емоцій (Чередник, 2017).

Інтернет є місцем, де кожен має можливість висловити свою точку зору або враження про конкретні події, які відбулися у реальному світі, або в інтернеті. Японський інтернет налічує близько 116.3 мільйонів користувачів. Через таку велику кількість людей, які зацікавлені інтернетом в Японії, комунікація, що відбувається в межах соціальних мереж та електронної пошти дуже швидко змінюються. Нові сленгові слова та вирази постійно народжуються, а застарілі слова перестають використовуватися, що призводить їх до не буквальної “смерті” в межах інтернет-комунікації.

Нові слова часто з'являються за рахунок різних платформ соціальних мереж, де користувачі мають змогу вільно висловлювати свою думку, або креативно розвиватися за допомогою численних можливостей створення контенту на різні теми, (наприклад : LINE, X (Twitter), 2channel, YouTube, TikTok тощо).

У анкеті “найпопулярніші соціальні мережі 2023 року в Японії” перше місце посів додаток для обміну миттєвими повідомленнями “LINE” (DMFA, 2023).

LINE дозволяє безкоштовно обмінюватися повідомленнями, голосовими записами та відеодзвінками. Станом на кінець березня 2021 року було визначено, що приблизно 70% населення Японії використовує LINE, незалежно від статі чи

віку. Велика різноманітність стікерів, тобто великих смайлів з використанням різних персонажів, є однією з найпопулярніших функцій цього додатку.

X (Twitter) посів друге місце. Він дозволяє користувачам писати свої думки, розповідати, як вони провели свій день або ж ділитися своїми враженнями про події.

Завдяки цим електронним платформам, японські користувачі почали використовувати спрощенні варіанти слів для швидкішої комунікації, або ж нові сленгові вирази для позначення нових понять.

Такими прикладами є:

www – це вираз, що використовує початкову літеру дієслова 笑う (*/warau/*) - сміятися.

「おばあさん初手から強すぎ w」

*/obaasan shote kara tsuyosugi w/*

Бабуся занадто сильна з самого початку дол (YouTube, 2024).

草 (*/kusa/*) – “www” стали називати “куса”, що означає травичка, тому що “www” виглядає так, ніби густо ростуть бур’яни.

流石に醜すぎて草も生えない

*/sasuga ni hido sugite kusa mo haenai/*

Це так жахливо, що навіть не смішно (Twitter, 2024).

ワイ (*/wai/*) — це дуже неформальний спосіб вираження займенника “я” в Інтернеті”.

ワイプレミアムを使っているから広告がない

*/wai premium wo tsukatteiru kara kōkoku ga nai/*

В мене нема реклами, так як я використовую функцію преміума (YouTube, 2024).

ニキ (*/niki/*) – це скорочення від слова 兄貴 (*/aniki/*), що означає старший брат, або побратим. Це ввічливий спосіб звертатися до чоловіків в інтернеті.

踊ると IQ が 2 くらいになる ニキ まじ大好き

*/odoru no IQ ga 2 kurai ni naru niki maji daisuki/*

Мені дуже подобається цей хлопець, чие IQ стає приблизно 2 коли він танцює (YouTube, 2024).

ネキ (*/neki/*) – це жіночий варіант “нікі”.

私の撮った ネキ たち、くしょかわいいので絶対に見ろください^\_^

*/watashi no totta neki tachi, kusho kawaii node zettai ni miro kudasai ^\_^/*

Дівчата, яких я сфотографувала дуже милі, тому будь ласка подивіться (Twitter, 2024).

おけ (*/oke/*) – японський варіант слова “окей”, що не використовує латинський алфавіт.

「古いやつしかないんだけど俺のポケカ売れる？」

「わかんないですけど出してみる価値あると思います！」

「おけ 任せた！」

*/furui yatsu shika naindakedo ore no pokeka ureru?/*

*/wakannai desu kedo dashite miru kachi aru to omoimasu!/*

*/oke makaseta!/*

“Воги трохи старі, але ти зможеш продати мої карти “Покемон”?”

“Я не впевнений, але я думаю можна спробувати!”

“Окей, я на тебе покладаюся!” (Twitter, 2024).

オラつく (*/ora tsuku/*) – злитися на щось, або мати поганий настрій.

あの人、オラついててなんか怖いよね。

*/ano hito ora tsuite te nanka kowai yone/*

Та людина виглядає дуже розлюченою, це якось страшно (Моека, 2021).

あ-ね (*/ane/*) – скорочення фрази 「あなるほどね」 (*/a naruhodo ne/*) “ось як. Зрозуміло”.

「明日、今日より暑いんだって」

「あ-ね、まじキツイ」

*/ashita, kyou yori atsuin datte/*

*/a:ne, maji kitsui/*

“Кажуть, що завтра буде ще спекотніше ніж сьогодні.”

“Ось як, який жах” (語彙力, 2023).

スタ爆 (*/sutabaku/*) – скорочення від виразу 「スタンプ爆発」 (*/sutampu bakuhatsu/*) “вибух стікерів”, має на увазі людину, що надсилає багато стікерів підряд.

スマホ discord で gif 送ろうとしたら、画面バグってスタ爆みたいになっちゃった。許せ

*/sumaho discord de gif okurou to shitara, gamen bagutte sutabaku mitai ni nacchatta. yuruse/*

Я намагався надіслати картинку формату gif в дискорд, але екран почав глючити і воно стало виглядати, ніби я надіслав багато стікерів. Вибач (Twitter, 2024).

ぐるちゃ (*/gurucha/*) – скорочення від “груповий чат”.

通話後のぐるちゃ盛り上がりすぎて出るタイミング失ったの～

*/tsu:wa ato no gurucha moriagari sugite deru taimingu ushinatta no ~/*

Після телефонної розмови усі почали писати у груповий чат, що я не змогла знайти гарний момент, щоб вийти (Twitter, 2024).

亀レス (*/kamesesu/*) - використовується для позначення людини, що повільно відповідає на повідомлення.

昨日も課題しながら寝落ちしちゃった。少しずつでもお返事したいので亀レスお許してください

*/kino: mo kadai shinagara neochi shichatta. Sukoshi zutsu demo o henji shitai node kamesesu o yurushi kudasai/*

Вчора я заснула поки розв’язувала завдання. Я хочу потрохи

відповідати на повідомлення, тому вибачте, якщо це буде відбуватися повільно (Twitter, 2024).

神 (*/kami/*) – “Бог”, визначає людину, або предмет, що зробили великий внесок у хід розмови, надав важливу інформацію, або сприяв допомозі іншим.

ありがとう～マジ神～

*/arigato: ~ maji kami ~/*

Дякую. Ти найкращий (田中, 2021).

オワタ \ ( ^ o ^ ) / (*/owata/*) – “все закінчилося”, використовується в ситуаціях, коли немає іншого вибору, окрім як здатися.

「カナダの首都を答えよ」

「オワタ」

*/kanada no shuto wo kotae yo/*

*/owata/*

“Назвіть столицю Канади”

“Я здаюсь” (Twitter, 2024).

アンチ (*/anchi/*) – “анти” “хейтер”, вказую на людину, яка проявляє нелюбов або опозицію до певної людини чи речі. В основному це відноситься до людей, які публічно заявляють про те, що їхні ідеї та принципи не збігаються, розпалюючи конфлікт або атакуючи інших.

このアンチ、ウザいね-。

*/kono anchi, uzaine:/*

Цей хейтер такий набридливий (Twitter, 2024).

Ktkr (キタコレ */kitakore/*) – скорочення від виразу “キタコレ” “キタ—(°V°) —!!”, що означає “почалося! Ура!”.

公立合格 ktkr !!!

*/ko:ritsu go:kaku kita kore!!!*

Я поступив до державного університету ура!! (Twitter, 2024).

っ (/tsu/) - виражає руку каомоджі AA “(° д° )っ”, яка на щось показує.

Часто використовується під час надання довідкового посилання.

まあまあ落ち着きなさいよ (・∀・)っ且 お茶ドゾ -

/ma: ma: ochitsukinasai yo (・∀・)っ且 ocha dozo:/

Заспокоїся \*дає кружку з чаєм\* випий чай (伊藤, 2021).

垢 (/aka/) - аббревіатура від слова “аккаунт”, що використовує неправильний ієрогліф з однаковим читанням.

私新しい垢作ったの！後で教えるからよかったらフォローしてね！

/watashi atarashi: aka tsukutta no! ato de oshieru kara yokattara foro: shite ne!//

Я зробила новий аккаунт! Я потім дам посилання, тому будь ласка підпишіться! (コトバの意味紹介サイト, 2020).

## Висновки до розділу 2

У цьому розділі ми визначили, що за структурою існують чотири основні категорії класифікації сленгу, який трапляється в повсякденній інтернет-комунікації. Вони поділяються на скорочення, неправильну інтерпретацію ієрогліфів, застосування графічних символів у сленгізмах та графічно зображені символи, що можуть означати емоції. Ми детально розглянули кожен із цих категорій та визначили, що японська мова, яка має три системи письма, часто позичає літери та знаки інших мов світу для кращої передачі інформації та образів. Японський інтернет-сленг, окрім лексичних одиниць, поширюються також і на графічні зображення, що додає забарвлення до повсякденної комунікації.

Під час нашого дослідження семантичних особливостей інтернет-сленгізмів японської мови ми дізналися, що через особливості структури японської мови інтернет-сленг може змінюватися у семантичному плані через

схожі звучання різних ієрогліфів та їхнього написання. Ми також дізналися, що така гра слів з'явилася ще у епоху Нара, під час написання збірки "Ман'йошу".

В останньому пункті цієї наукової роботи ми визначили, що сленгові слова, які трапляються в інтернеті в Японії, створюються та розвиваються за допомогою численних користувачів соціальних мереж та їхніх постійних внесків до розвитку інтернет-дискурсу, будь то скорочення виразів та понять, які використовуються у повсякденному усному мовленні, або створення нових сленгових одиниць для позначення нових ситуацій, які можуть траплятися тільки в інтернеті.



## ВИСНОВКИ

Під час нашого дослідження японського інтернет-сленгу та його структурно-семантичний аспект, ми дізналися, що інтернет-сленг – це ненормативна лексика, що вживається молодим поколінням на різних інтернетних платформах та соціальних мережах.

У першому розділі ми визначили, що на сьогодні сленг має сім основних функцій: розважальна функція, функція просування розмови, функція передачі образу, колективна функція, функція приховування, функція заміщення та функція очищення.

Було встановлено, що з появою інтернет-комунікації сленг набув письмовий вигляді та різноманітні особливості стосовно написання, вимови та значення різноманітних сленгових понять, максимально ефективно використовуючи особливу структуру японської мови.

У другому розділі ми визначили, що за структурою існують чотири основні категорії класифікації сленгу, що поділяються на скорочення, неправильну інтерпретацію ієрогліфів, застосування графічних символів у сленгізмах та графічно зображені символи, що можуть означати емоції. Ми дізналися, що японський інтернет-сленг поширюються також на графічні зображення, задля емоційного та візуального забарвлення повсякденної комунікації.

Також, ми дізналися, що через особливості структури японської мови інтернет-сленг проходить різноманітні у семантичному плані через схожість звучання різних ієрогліфів та їхнього написання.

Було визначено, що гра слів на основі семантичних особливостей японської мови використовувалась ще у епоху Нара, під час написання найстарішої збірки “Маньйошу”.

Ми визначили, що шляхи утворення нових сленгових понять походять від численних користувачів соціальних мереж. Задля покращення темпу розмови та швидкості написання миттєвих повідомлень було створено багато скорочень, які

почали використовуються у повсякденному усному мовленні, а також створення нових сленгових одиниць для позначення різноманітних ситуацій пов'язаних з інтернетом.

## АНОТАЦІЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ

本論文の目的は、日本語における「ネット用語」の構造意味的側面を明らかにすることである。目的を達成する為に、次の問題を設定する。

- 日本語のネット用語の歴史的発展に関する研究を行うこと；
- ネット用語の構造的特徴を分析し、それらの使用を SNS に接地すること；
- ネット用語の意味的特徴を分析すること。

第一章では、ネット用語が使用される目的は以下の 7 項目の機能を果たすためであると考えられる

- 娯楽機能
- 会話促進機能
- 連帯機能
- イメ-ジ伝達機能
- 隠ぺい機能
- 緩衝機能
- 浄化機能

第二章では、ネット用語を主に 4 種類に類別すると判明した：

- 略字
- 誤変換・誤読語
- 読みの意識されない語
- 顔文字

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Ковалів, Ю. І. (2007). *Літературознавча енциклопедія: У двох томах* (Т. 1, с. 407). Київ: Академія.
- Комарницька, Т. К. & Комісаров, К. Ю. (2012). *Сучасна японська літературна мова* (Т. 1-2, с. 76, с. 89). Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго.
- Корнєлаєва, Є. В. (2019). Сленг як об'єкт лінгвістичного дослідження. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 35, 80-84.
- Костишин, Н. Я. (2019). *Лексичні особливості японської мови молоді та сленгу, та способи їх перекладу на українську мову*. Київ: Київський Національний Лінгвістичний Університет.
- Кочерган, М. П. (2002). *Вступ до мовознавства* (Розділ 3.3. Лексико-семантична система мови, с. 214-215). Київ: Академія.
- Мірошник, С.О. (2022). Поняття “сленг” та його сутнісні характеристики (Т. 3). *Закарпатські філологічні студії*, 27, 124-128.
- Чередник, Л. А. (2017). *Інтернет-комунікація як спосіб сучасного міжособистісного спілкування*. Полтава: Сімон.
- DMFA (2023). *Social Media in Japan 2023 – everything you need to know*. Retrieved from <https://www.digitalmarketingforasia.com/social-media-in-japan/>
- Flamand, E. (2008). *Internet slang on Message Boards*. Master's thesis. Ghent: Ghent University.
- Jespersen, O. (1954). *A Modern English Grammar on Historical Principles* (Vol. 3). London: Routledge.
- Moeka (2021). 「オラつく」ってどんな意味？ 語源と使い方を解説. Retrieved from <https://woman.mynavi.jp/article/210930-7/>
- Nishimura, Y. (2010). *Linguistic and sociocultural studies of Japanese computer mediated communication: a literature review*. Toyo: Gakuen University.
- Quiz Castle (2022). *イッヌの意味とは？* Retrieved from [https://jp.quizcastle.com/dictionary/0dok9dd29r#google\\_vignette](https://jp.quizcastle.com/dictionary/0dok9dd29r#google_vignette)

Twitter. Retrieved from <https://twitter.com>

Uchiyama, H. (2010). An Analysis of Japanese used in the Net World: 2channel and Niko Niko Doga. *Journal of the Doctorate Studies in Social Sciences*, 7, 219-236 pp.

Weblio 辞書, (2023). レベチの意味と解説. Retrieved from [https://www.weblio.jp/content/%E3%83%AC%E3%83%99%E3%83%81#google\\_vignette](https://www.weblio.jp/content/%E3%83%AC%E3%83%99%E3%83%81#google_vignette)

Yonekawa, A. (2001). *Beyond Polite Japanese: A Dictionary of Japanese Slang and Colloquialisms* (2nd ed.). Tokyo: Kodansha USA.

YouTube. Retrieved from <https://youtube.com>

「レベチ」とは・「レベチ」の意味. (2023) Retrieved from <https://www.weblio.jp/content/%E3%83%AC%E3%83%99%E3%83%81>

イッヌの意味とは？ (2023) Retrieved from <https://jp.quizcastle.com/dictionary/0d0k9dd29r>

コトバの意味紹介サイト(2020). ネット用語「垢」の意味や使い方・由来を解説！垢バンも紹介. Retrieved from <https://kotoba-imi.com/aka-1829>

コトバンク. デジタル大辞泉 「ググる」の意味・読み・例文・類語 Retrieved from <https://kotobank.jp/word/%E3%82%B0%E3%82%B0%E3%82%8B-482921>

コトバンク. 精選版 日本国語大辞典 「顔文字」の意味・読み・例文・類語 Retrieved from <https://kotobank.jp/word/%E9%A1%94%E6%96%87%E5%AD%97-2281>

スッキリ (2021). 「kwsk」とは？意味と使い方を例文付きでわかりやすく解説. Retrieved from <https://gimon-sukkiri.jp/kwsk/>

伊藤優依 (2021). 「つ」とは？意味と例文が3秒でわかる！ Retrieved from <https://kotowaka.com/internet/tsu/>

富田美咲 (2016). 広告表現における若者言葉の有効性. 中野香織ゼミ卒業

論文 駒澤大学: 経営学部経営学科.

岡田矧平 (2010). インタ-ネット上で使われる言葉「2ちゃんねる」に見られる顔文字について. 比較民俗研究 / 比較民俗研究会, 編 24. 横浜: 比較民俗研究会.

武田麻希 (2021). 舐めプ (ナメプ) とは何? 意味や由来・使い方 (例文つき) . Retrieved from <https://woman.mynavi.jp/article/210827-27/>

瑠川芭杜子 (2020). 「ggrks」とは? 意味と例文が3秒でわかる! Retrieved from <https://kotowaka.com/internet/ggrks/>

田中詩織 (2021). 「神、ネ申」とは? 意味と例文が3秒でわかる! Retrieved from <https://kotowaka.com/internet/kami-2/>

言葉の手帳 (2021). 「陰キャ」の使い方や意味、例文や類義語を徹底解説 ! Retrieved from <https://www.tutitatu.com/%e3%80%8c%e9%99%b0%e3%82%ad%e3%83%a3%e3%80%8d%e3%81%ae%e4%bd%bf%e3%81%84%e6%96%b9%e3%82%84%e6%84%8f%e5%91%b3%e3%80%81%e4%be%8b%e6%96%87%e3%82%84%e9%a1%9e%e7%be%a9%e8%aa%9e%e3%82%92%e5%be%b9%e5%ba%95/>

言葉の手帳 (2021). 「ぴえん」の使い方や意味、例文や類義語を徹底解説 ! Retrieved from <https://www.tutitatu.com/%e3%80%8c%e3%81%b4%e3%81%88%e3%82%93%e3%80%8d%e3%81%ae%e4%bd%bf%e3%81%84%e6%96%b9%e3%82%84%e6%84%8f%e5%91%b3%e3%80%81%e4%be%8b%e6%96%87%e3%82%84%e9%a1%9e%e7%be%a9%e8%aa%9e%e3%82%92%e5%be%b9%e5%ba%95/>

言葉の手帳 (2021). 「陽キャ」の使い方や意味、例文や類義語を徹底解説 ! Retrieved from <https://www.tutitatu.com/%e3%80%8c%e9%99%bd%e3%82%ad%e3%83%a3%e3%80%8d%e3%81%ae%e4%bd%bf%e3%81%84%e6%96%b9%e3%82%84%e6%84%8f%e5%91%b3%e3%80%81%e4%be%8b%e6%96%87%e3%82%84%e9%a1%9e%e7%be%a9%e8%aa%9e%e3%82%92%e5%be%b9%e5%ba%95/>

[%be%a9%e8%aa%9e%e3%82%92%e5%be%b9%e5%ba%95/](https://goiryoku.com/aane/)

語彙力 (2023). 「あ-ね」の意味や使い方とは? どこかの方言? むかつく人が多い? Retrieved from <https://goiryoku.com/aane/>

飯尾牧子 (2004). ことはにみる日本のアメリカの大学生. 東洋女子短期大学紀要 (36) 流山: 東洋女子短期大学.