

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Інститут філології  
Кафедра мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії

**Лексико-семантичні та структурні особливості  
молодіжного мовлення у японському медіапросторі**

**Кваліфікаційна робота**  
на здобуття ОС «Магістр»  
здобувачки другого рівня вищої освіти  
2 року навчання (денна форма)  
Галузь знань 03 – Гуманітарні науки,  
Спеціальність 035.069 Філологія (східні  
мови та літератури (переклад включно),  
перша – японська),  
ОНП «Східна філологія, західноєвропейська мова  
та переклад: японська мова і література»  
*Семенової Надії Станіславівни*

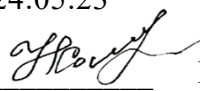


*науковий керівник:*  
*старший викладач Хіроюкі Егава*



*рецензент:*  
*к.філол.н., доцент Комарницька Т.К.*

«Допущено до захисту»  
Протокол засідання кафедри мов і літератур  
Далекого Сходу та Південно-Східної Азії  
Протокол № 11 від 24.05.23

Завідувач кафедри  Н.Ісаєва

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДІЖНОЇ МОВИ.....</b>	<b>5</b>
1.1. Молодіжний соціолект: визначення та характеристики.....	5
1.2. Поняття молодіжної мови .....	10
1.3. Доречність використання мови молодим поколінням .....	21
1.4. Сучасна медіакомунікація та її вплив на розвиток молодіжної мови...28	
Висновки до розділу 1.....	30
<b>РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ТА СТРУКТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОЛОДІЖНОЇ МОВИ.....</b>	<b>32</b>
2.1. Опис методик та етапів дослідження.....	32
2.2. Способи словотвору у молодіжній мові .....	33
2.2.1. Зміна звуку .....	36
2.2.2. Зміна у записі .....	38
2.2.3. Скорочення .....	42
2.2.4. Інверсія порядку літер.....	46
2.2.5. Афіксація.....	49
2.2.6. Вербалізація .....	52
2.2.7. Ад'єктивація .....	54
2.2.8. Запозичення.....	55
2.3. Семантичні зміни у вакамоно котоба.....	61
2.4. Динаміка розвитку семантичних категорій .....	63
Висновки до розділу 2.....	66
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>67</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>70</b>

## ВСТУП

Сучасна японська мова проходить через активний процес модифікації та розвитку. Це особливо помітно у мовленні молоді, яка прагне новизни, скорочень, більшої експресивності, єдності з групою, зменшення дистанції зі співрозмовником. Мова еволюціонує і кожне нове покоління застосовує інші слова, створює власні, але при цьому певні лексеми, особливо на позначення емоцій та побутових понять, можуть унаслідуватись наступними поколіннями і стати частиною нормованої мови. Аналізуючи молодіжний соціолект, ми можемо прослідкувати останні культурні та соціальні тенденції, розкрити психологічні особливості молоді, зміни в їх світогляді та інтересах.

Однією з ключових рис молодіжного мовлення полягає у використанні нових, нестандартних або запозичених слів та висловів, які не мають аналогів у традиційному японському мовленні. Такі лексичні одиниці збагачують мову та розширюють її можливості, проте також можуть викликати складнощі у сприйнятті та розумінні для інших носіїв мови. Тому ми маємо враховувати структуру слова, його семантику та контекст. Так, вивчення типових форм словотвору та семантичних трансформацій може допомогти в розумінні подальших нових слів, які постійно з'являються у динамічному молодіжному мовленні, що і зумовлює **актуальність** дослідження.

**Метою** дослідження є аналіз структурних та семантичних аспектів молодіжного соціолекту як мовного явища.

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

- охарактеризувати мовну поведінку японської молоді та особливості молодіжного соціолекту;
- встановити типові шляхи словотвору у сучасній молодіжній мові;
- проаналізувати семантичні трансформації новотворів;
- дослідити динаміку розвитку семантичних категорій.

**Об'єктом** дослідження є японська молодіжна мова.

**Предметом** дослідження є лексико-семантичні та структурні особливості сучасного молодіжного мовлення.

У процесі дослідження були використані **методи** аналізу та узагальнення при роботі з теоретичними джерелами, метод суцільної вибірки для виокремлення одиниць молодіжної лексики, їх словотвірний та семантичний аналізи, діахронічний підхід, описовий метод.

Матеріалом для дослідження слугували різні інтернет-джерела, такі як соціальні мережі, зокрема Twitter, відеоблоги та інші медіа-ресурси, що використовуються молоддю у Японії.

Під час написання роботи були використані праці широкого кола японських дослідників, серед яких варто виділити А. Йонекава, який розглядав функції та словотвір молодіжної мови, Ф. Іноуе, який класифікував лексику за вжитком у часі, та Ю. Кавамото – за характеристиками. Основні засади їх досліджень ми порівняли та узагальнили в першому розділі.

**Новизна** роботи полягає в комплексному погляді на феномен молодіжної мови, завдяки аналізу структури, семантики та контексту лексичної одиниці, виокремленню семантичних категорій та їх порівнянню в діахронічному аспекті. Це допомагає нам встановити сучасні соціокультурні тенденції японської молоді.

**Практичне значення** роботи полягає у можливості подальшого використання результатів для досліджень японської молодіжної мови з інших аспектів, стати в нагоді перекладачам, що стикаються з мовленням молоді, зокрема у блогах, ТВ-програмах, реальному житті тощо. Крім того, робота може стати матеріалом для проведення семінарів, лекцій, спеціальних курсів з лексикології та лінгвокультурознавства з метою ознайомлення учнів з тенденціями японського молодіжного соціолекту.

Робота **складається** зі вступу, двох розділів, висновків до них та загальних висновків.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДІЖНОЇ МОВИ

## 1.1 Молодіжний соціолект: визначення та характеристики

Для багатьох представників японської соціолінгвістики мовні прояви молоді повністю відповідають критеріям для віднесення їх до соціолектів – мовних варіантів середовища [67, с. 25]. Мовні прояви молоді відображають певні культурні шаблони, демонструють панівні у певній спільноті моделі поведінки особистості відносно свого оточення, її соціальні ролі, а також систему цінностей, у якій явно спостерігається негативне відношення до випадків формальності та офіційності, які для молоді є застарілими та неприємними.

Українські дослідники так само відносять молодіжну мову до соціолектів. Так, О. Козко зазначає, що соціолект є мовою певного соціального прошарку або групи, яку об'єднують певні фактори, такі як професія, інтереси, вік тощо. Він є відображенням рівня культури та групи, що його вживає, і в той же час є характерною рисою цієї культури. Молодіжний соціолект ґрунтується на загальній для всіх стилів системі фонетичних, граматичних і лексичних засобів. При цьому, він є мовою найбільш різноманітного та прогресивного прошарку суспільства, чим забезпечує середовище для розвитку та поширення нових слів і висловлювань у загальнонаціональній мові. Специфікою молодіжного соціолекту є вживання сленгу, арготизмів, запозичень та створення нових лексичних одиниць [5].

Молодіжний соціолект є сферою виникнення та активного поширення мовних новоутворень, які відображають сучасний стан мови та динаміку сьогодення. Ці новоутворення можуть включати не тільки нові слова та значення, але і зміну семантичної структури та об'єму слів. Таким чином молодь намагається відокремитись від світу дорослих, досягти самовираження, відчутти самотійність та індивідуальність.

Молодіжна мова є складним і різноманітним явищем. Її основною властивістю є виходження за рамки правопису та лінгвістичних конвенцій, до яких прагне стандартний варіант мови, відомий як 標準語 /hyojungo/ [64, с. 185]. У цій категорії передусім можна знайти нові лексеми, які виникають в результаті різних процесів словотворення, насамперед неймовірної кількості неологізмів, скорочення слів та їх поєднань, а також запозичень слів та морфем з іноземних мов та створення лінгвістичних гібридів.

Серед особливостей молодіжної комунікації О.Козко виділяє неформальність, жартівливий тон та високий рівень емоційності, що досягається за допомогою відповідної лексики. Молодіжний соціолект відрізняється використанням розмовної лексики та сленгу, тому вивчення специфічних особливостей його лексичного збагачення та виявлення співвідношення між різними способами словотвору є важливим для його характеристики [5].

Термін «соціолект» відповідає японському терміну 社会方言 /shyakai hyogen/ – соціальний діалект, критерієм якого є мовна диференціація, зумовлена належністю до різних груп. Ці групи розмежовуються насамперед за категорією, яку японські соціолінгвісти називають 属性 /zokusei/ – атрибут, властивість, приналежність [49, с. 14]. Відмінною рисою може бути вік мовців 年齢差 /nenreisa/, стать 性差 /seisa/, соціальний прошарок 階層差 /kaisosa/ та належність до угруповань 集団 /shudan/, пов'язаних роботою, інтересами та діяльністю [49, с. 17-28].

Соціолект японської молоді в цьому випадку не залишається ізольованим, адже головним критерієм для створення специфічних мовних форм і поширення їх у межах своєї спільноти та за її межами є зв'язки, які можуть бути результатом прямих відносин (спілкуватись так, як люди з кола друзів, родичів, однолітків) або опосередкованих відносин (спілкуватись так, як представники інтернет-середовища, з якими є схожі інтереси, смаки, цінності).

Однією з відмінних рис молодіжного соціолекту є їхній вік, що, безсумнівно, також визначає тип і міцність зв'язків між носіями мови. Однак

можна виокремити і другорядні підкатегорії, серед яких мова школярів, мова студентів (сюди також належить так звана キャンパス言葉 /kyanpasu kotoba/ – мова кампусу), мова субкультур або інтернет-сленг, що демонструє існування множинності та різноманітності ознак, які часто переважають віковий фактор [74, с. 555-557].

Особливості комунікації, що впливають з внутрішнього розмаїття мови, є одним із основних предметів досліджень японських соціолінгвістів. Певні соціальні групи спілкуються між собою різним чином, і вибір комунікаційної стратегії визначається багатьма чинниками, які часто пов'язані з самою мовою.

Молодіжний соціолект в сучасній Японії є дуже багатим матеріалом для роздумів про особливості комунікативної поведінки та комунікативної компетентності молодшого покоління, яке, залежно від статусу співрозмовника та ступеня близькості вирішують, яку мовну форму застосувати. Наприклад, під час розмови з дорослими вищого статусу молодь зазвичай використовує прикметник з ввічливою формою です /desu/, тоді як дуже близькій людині, з якою особа утворює спільне комунікаційне коло, вони скоріше скажуть такі короткі форми прикметників, як むずい /muzui/ (від むずかしい). Таким чином вони висловлюють свою комунікативну позицію, яка полягає в створенні особливої групової атмосфери єдності, а також нехтування правилами, які нав'язує суспільство.

За думкою Такаші Сайто, комунікативні здібності сучасної молоді поступово зменшуються, а основним чинником, який визначає це явище, є поступове зникнення навичок сприйняття контексту (文脈力 /bunmyakuryoku/) [58]. У молодіжній мові це описують, використовуючи скорочення КУ (від виразу 空気読めない /kuki yomenai/ «не відчувати атмосферу») та СКУ (від виразу チョー空気読めない /cho kuki yomenai/ «цілковито не має відчуття атмосфери»), які виражають негативне ставлення до людей, що не проявляють чутливості до проблем та потреб інших.

Більш того, в комунікації японців важливим компонентом є місцезнаходження співрозмовника в комунікативній ситуації, що

характеризується терміном 場 /ba/ – «місце; умови; ситуація; обставини; розташування», яке можна трактувати як обставини, що супроводжують акт комунікації [54, с. 65]. Однак, на думку Онодери, комунікація сучасної молоді більше залежить від фактора ノリ «норі» – «настрій; ритм; відчуття; ентузіазм». Його можна сприймати як «контекст, який відкривається перед очима» (目の前に広がるコンテキスト) або «контекст, що з'являється в особистій площині» (プライベートな場面におけるコンテキスト) [54, с. 65]. Осаму Накано в дослідженні, присвяченому аналізу лексики молоді, наводить таку дефініцію концепції норі як «божеволіти від чогось; не вміти схаменутися» (夢中になるってこと) [52, с. 212].

Молодь, що проявляє низький рівень розуміння ситуації, сприймають негативно і описують такими кличками, такими як 天然/tennen/ – «загублений; неадаптований; непристосований» (скорочення від 天然ボケ/tennenboke/), コミュ障 /komyusho/ – «особа з порушенням комунікації» (скорочення від コミュニケーション障害 /komyunikeshon shogai/) або вже згаданим KY – «особа без відчуття атмосфери».

Дослідженням молодіжної мови передували роботи стосовно такого явища як 集団語 «щю:данго» – «мова угруповань», тобто мова, використовується всередині певної групи людей, які мають спільні інтереси, хобі, професію чи інший зв'язок. Термін було запропоновано в 1958 році Такеші Шібатою, який об'єднав в нього аргі, професійну жаргон та сленг, оскільки всі вони штучно створюються в групі людей [66].

Тут «угруповання» означає функціональну соціальну групу (політичну, економічну або культурну), відмінну від основних соціальних груп (родини, рідного міста тощо). Шібата пояснює, що цей тип мови виникає в процесі групового життя і дозволяє підвищити рівень спілкування у групі. Згідно з дослідженням Шібати, мова угруповань має наступні особливості: 1) створюється штучно, 2) виникає, коли зв'язки між членами групи стають більш тісними, 3) з'являється в невеликих групах з однорідним складом, 4) зміцнює зв'язки між членами групи, але може розслаблювати або обривати зв'язки з

людьми зовні групи, 5) притаманні використання іноземних слів, зміна форми слів або значення, але не обов'язково виникають особливості вимови, граматики або письма, 6) поділяються на арго, професійний жаргон та сленг, 7) арго професійний жаргон є частиною комунікації, тоді як сленгові слова використовуються для розваг. 8) арго та професійний жаргон можуть бути передані від покоління до покоління як традиція, тоді як сленгові слова зазвичай існують дуже короткий час.

Йонекава у 2000 році наводить трохи іншу характеристику мови угруповань:

1) різні групи мають різну орієнтацію слів. Наприклад, злочинці схильні використовувати арго; 2) слова вигадують у спосіб, який не є поширеним у загальній мові; 3) багато синонімів; 4) багато слів зрозумілі лише вузькому колу осіб і не зрозумілі сторонній особі; 5) стороння особа, що знає і вживає цю лексику може зійти за члена групи; 6) старіші групи дуже часто використовують слова японського ваго та китайського походження канго, тоді як нові групи часто використовують іноземні запозичення гайрайго та аббревіатури; 7) за винятком спеціалізованих слів, багато слів мови угруповань належать до сленгу [73].

Однак новіша класифікація мови угруповань, розроблена у 2008 році Йонекавою вже містила в собі: 1) мова антисоціальних угруповань (злочинців тощо), 2) мова професійних угруповань (слова галузей, робочого місця тощо), 3) мова угруповань за інтересами та розвагами (слова про риболовлю, го та інше), 4) мова молодіжних угруповань (若者集団の語 /wakamono shiyudan no go/), в яку увійшли 若者語 «молодіжна мова»、キャンパス言葉 «мова кампусу».

Термін «мова кампусу» відноситься до студентських груп, що збираються навколо певного кампусу. Наприклад, ピ逃げ /pinige/ вважається прикладом мови кампусу. Його значення полягає в тому, що «після сканування студентського квитка у класі, студенти не хочуть відвідувати уроки та відсутні

на них». Оскільки це слово народилося з правил і культури на кампусі, які можуть бути різними, його класифікують як мову кампусу.

## 1.2 Поняття молодіжної мови

У галузі дослідження японської молодіжної мови Акіхіко Йонекава створив, здається, найбільшу та найпослідовнішу сукупність досліджень і теоретичних роздумів. Він пропонує використовувати термін *вакамоного* (або, альтернативно, *вакамоно котоба*), «молодіжна мова», для позначення сукупності мов, якими користуються молоді японці, тобто люди від середнього шкільного віку до близько 30 років. Він також зазначає, що існують значні відмінності у вживанні окремих слів та їх знання серед людей, а *вакамоного* зазнає змін з часом [71].

Йонекава пропонує прагматичне визначення японської молодіжної мови через дефініцію її основних функцій та мотивів її використання. Він виділив наступні функції *вакамоного*:

- 1) створення розважальної та веселої взаємодії (娛樂 /goraku/),
- 2) покращення та прискорення спілкування (会話促進/kaiwa no sokushin/),
- 3) вираження єдності, приналежності та близькості (連帯/rentai/),
- 4) передача значень як образів за допомогою візуально та акустично сильних виразів (イメージ伝達/imeji dentatsu/),
- 5) таємниця спілкування від не-членів внутрішньої групи (隠蔽/inpei/),
- 6) пом'якшення виразів, щоб не зачепити почуття партнера (緩衝/kansho:/)
- 7) сприяє зниженню напруги (浄化/jo:ka/) [70, 72].

Аналіз лексики молодіжної мови, запропонований Йонекавою, надав вказівок для подальшого розвитку цієї тематики і погляду на неї з нових перспектив для інших японських та іноземних дослідників. Через понад двадцять років після публікації роботи, спостереження Йонекави були повністю підтверджені, оскільки значна частина молодіжних висловів застаріла і вийшла з вжитку. Натомість з'явилися нові вислови, які відповідають сучасним

культурним тенденціям. Втім, детальний аналіз лексики сучасної молодіжної мови дозволяє побачити, що визначені Йонекавою структурні схеми та функції комунікації вакамоного, залишаються актуальними і нині.

Посилаючись на сім категорій, запропонованих Йонекавою, можна зробити висновок, що численні скорочення та аббревіатури грають роль інструмента для покращення спілкування та надання йому більшої динаміки (会話促進/kaiwa no sokushin/). Наприклад: 神がかっている /kami ga katteiru/ → 神ってる /kamitteru/ «виглядає божественно, дивовижно»; 突然六本木に行く /totsuzen Roppongi ni iku/ → トッポギ /toppogi/ «спонтанно поїхати на Роппонгі»;

(後で) 送ってちょうだい / (ato de) okutte chōdai/ → おくちよ /okuchyo/ «надішли пізніше». Крім того, слід виділити таку функцію, як пом'якшення виразів, щоб не зачепити почуття партнера (緩衝/kansho:/), тобто евфемізацію, коли не надто приємне слово зазнає аббревіації, яка є менш грубою і образливою. Наприклад, 面倒くさい /mendokusai/ → めんでい /mendi/ «дратує; клопітний»; ちゃらちゃら /charachara/ → ちゃらい /charai/ «несерйозний, кокетливий».

Ці функції мовлення відображають мотивацію молодих людей не тільки в Японії, але і по всьому світу. Саме вони підштовхують молодь до використання таких специфічних форм висловлювання. Одним з джерел мотивації мовних дій молоді є їхня належність до молодого покоління, що природним чином стимулює зміцнення зв'язків з ровесниками та часто ізолює від старших осіб.

Крім того, виявлення себе через розваги та гру є проявом неохоти виконувати серйозні суспільні завдання, які сприймаються як нудні та вимогливі, і, отже, не заслуговують поваги. Інші фактори, що мотивують комунікативну поведінку молоді, полягають в недостатній соціальній зрілості, яка часто проявляється в мовній агресії, за якою приховується невпевненість. Через це деякий зміст умисно приховують. Також, пом'якшення виразів є явищем, мотивованим бажанням зберегти власну автономію, власну позицію,

завдяки приховуванню дратівливого, вульгарного, занадто експресивного змісту, тим самим мінімізуючи ризик конфліктів.

Проте, слід підкреслити, що явище, яке розглядається у японістичному дискурсі як вакамоно котоба, не є лише сукупністю слів, скорочень та аббревіатур. У цій категорії ми також можемо відзначити зміни на морфологічному рівні, зокрема створення нових словотворчих частинок, переважно суфіксів, наприклад -タン /tan/, -キャラ /kyara/, -チック /chikku/ (від англ. суфіксу для утворення прикметників -tic: ハンサムチック /hansamuchikku/ «скоріш привабливий»), введення граматичних показників, наприклад ってかんじ /ttekanji/, てか /teka/ або つか /tsuka/ від っていうか /tteiuka/ «скоріше», надання нових функцій існуючим частинкам, наприклад みたい (な) /mitai na/, かも /kamo/, -的 /teki/ – 笑的な /waraiteki na/ «смішний, жартівливий». Інновації також вводяться на синтаксичному рівні, наприклад додавання частинки -っぽい /ppoi/ до дієслів у короткій формі, додавання частинки -的 до займенників першої особи, пропуск дієслова-допоміжника する /suru/ в конструкції -たり、-たり /tari/, що слугує для перерахування дій. Крім того, індивідуалізація мови як явище, що супроводжує різні форми активності молоді на рівні віртуального спілкування з однолітками, привела до популяризації інноваційних форм запису, а саме запису слова знаками катакани, які в стандартній японській мові фіксуються за допомогою канджі, наприклад «дуже» チョー замість 超 /cho:/, введення знаку подовження, характерного для катакани, до запису в хірагані, наприклад とんでもにゃーす «нічого такого», а також запису скорочень за допомогою літер латинського алфавіту, мотивованого обмеженою формою та кількістю символів у текстових повідомленнях, наприклад, YDK від やればできる子 – «як захочеш, то зможеш», マジ TBS від マジテンションバリ下がる – «настрій дуже впав».

Варто зазначити, що японська молодіжна мова може бути різним чином модифікована залежно від діалектного регіону носіїв. Крім того, залежно від характеру, способу життя та загальної соціальної ситуації носії використовують

її різною мірою. Тим не менш, її типові особливості, процеси та практики, загалом є спільними для мовної поведінки молоді по всій країні.

Кувамото (2003) визначає трохи інший віковий проміжок носіїв вакамоного: 15-25 років. І на його думку це не лише певна обмежена група людей, наприклад, з однаковими хобі, а більш широке поняття. Як джерело походження вакамоного він наводить «мову угруповань», яка є вищим класом мови молоді. Спочатку слово використовувалося як арго у певній групі, але з певних причин стало популярним і часто вживаним у молодіжній культурі. Наприклад, деяка лексика вакамоного походить з медіа-світу, як от カム /kamu/ (нездатність говорити спокійно) або з мови злочинних груп, як от パク ー /paku/ (красти). Він також стверджує, що 世相語 «сесо:го» (мова, яка представляє суспільство та його стан) та 流行語 «рю:ко:уго» (мова, популярна в певний час) становлять велику частину вакамоного, і тому багато слів забуваються через короткий час. Оскільки рюкоуго представляють популярну моду на той час, вони широко використовуються і визнані в суспільстві, але приречені зникнути з кінцем моди. Хоча багато слів, які зустрічаються в вакамоного на певний час, дійсно зникають через короткий час, деякі з них залишаються як частина мови молоді. Крім того, вакамоного створюються природньо, на основі креативності молодих людей. Щоб нова лексика поширювалась, потрібні 'деякі можливості', і медіа, такі як телевізор і журнали, можуть зробити це [45]. Однак цікавим явищем, пов'язаним із цим медіа-ефектом, є те, що не так багато людей відчувають, що медіа впливають на них у плані їх використання мови [59].

Кувамото аналізує характеристики вакамоного таким чином:

1. Слова використовуються в широкому діапазоні ситуацій.
2. Здатність до морфологічної флексії.
3. Зміна значення від початкового використання слова.
4. Неоднозначність
5. Не надто багато арго
6. Словниковий запас не заснований на мові знаменитостей.

Що стосується пункту 1, якщо словниковий запас можна використовувати в багатьох ситуаціях, то його можна інтегрувати в загальне використання мови. Пункт 2 аналогічний: якщо слово можна морфологічно відмінювати, воно може використовуватися в ширших ситуаціях. Щодо пункту 3, деякі вакамоного мають значення, протилежне їхньому початковому використанню, наприклад やばい, яке спочатку означало «небезпечний», але тепер також використовується для «чудовий».

Вакамоного містить лексику з неоднозначним значенням, наприклад «камо» (можливо), але ця тенденція спостерігається не лише в вакамоного, а й загалом у японській мові, оскільки таке обхідне вираження є традиційним прагматичним методом у японській мові. Крім того, вакамоного містить багато слів, закодованих або скорочених з мови оригіналу. Однак, оскільки вакамоного використовується в природньому спілкуванні, слова, які є надмірно закодованими або скороченими, використовуються не так часто, оскільки значення слів стає надто неоднозначним або непередбачуваним, і тому вони не будуть інтегровані в довгостроковій перспективі. Нарешті, оскільки мова, яку використовують популярні знаменитості, є відображенням тенденції часу, вона не зберігається для тривалого використання після того, як тенденція застаріла.

Іноуе Фуміо (1994) запропонував класифікацію молодіжної лексики за її вжитком: творцями цієї лексики з переходом в наступну вікову групу (1+/-), та наступними поколіннями молоді (2+/-). Таким чином лексику можна поділити на 4 категорії [35]:

(1- 2-): 一時的流行語 (ічіджітекі рю:ко:го), «тимчасово модні слова» – слова, які виходять з вжитку творців з віком та не використовуються наступними поколіннями; до них відносяться 新語 (шінго) «нові слова», 時事用語 (джіджійо:го) «слова, пов'язані з поточними подіями» та はやりことば «модні слова» або «слова, які є популярними серед молоді або в певний період часу».

(1+ 2-): コーホート語 (ко:хо:того), «слова когорти» тобто мова людей, що народились в один час – лексичні одиниці, які вживаються тільки творцями;

до них відносяться 生き残った流行語 (ікі нокотта рю:ко:го) – лексеми, які ще залишаються в ужитку після того, як мода на них вже пройшла, тобто все ще вживаються, хоча їхня популярність не така висока як раніше, 世相語 (сесо:го) – слова, що відображають поточні соціальні тенденції. Це можуть бути нові слова, які з'явилися в зв'язку зі зміною соціальних умов, або старі слова, які отримали нові значення або вживаються в новому контексті. Наприклад, під час пандемії COVID-19 багато нових слів та виразів, таких як "ソーシャルディスタンス" (соціальна дистанція) чи "ワクチンパス" (вакцинаційний паспорт), стали популярними в Японії та відображають поточні соціальні тенденції.

(1– 2+): 若者世代語 (вакамоно седайго), «слова певного покоління молоді» – слова, що вживають всі покоління у певному віці, наприклад, студенти; до них належать キャンパス用語 (кямпас йо:го) і 学生用語 (гаксей йо:го), деякі з цих термінів та висловів можуть бути унікальними для певного закладу, а інші – поширені в усьому академічному світі.

(1+ 2+): 言語変化 (генго хенка), «зміна мови» – лексика, що використовується всіма віковими категоріями і поколіннями, тобто така, що потрапила у загальний лексичний склад нормативної мови; до них віднесемо 新方言 (шінхоуген) «новий діалект» та 確立した新語 (какуріцу шіта шінго) означає «нові слова, які стали загальноновживаними», наприклад, «шінкансен» та явище ら抜き (ранукі) – випадання мори «ра» в потенційній формі дієслів II-ї групи).

Мовні зміни є, з одного боку, відображенням соціокультурних трансформацій, а з іншого боку, результатом тенденції людей до спрощення в різних сферах життя, в тому числі у сфері спілкування. Ці зміни не є однорідними, оскільки вони продиктовані специфікою часу, обставинами та потребами даної спільноти. Представники молодого покоління, шукаючи нових форм самовираження, намагаються змінити свої мовні ресурси в такий спосіб – вводячи різноманітні інновації, найчастіше на рівні лексичної системи, яка є менш формалізованою і закостенілою, ніж граматики та фонологія.

Ці новостворені слова часто не дуже далекі від початкової форми (власне у випадку аббревіатур і скорочень), але вони набувають зовсім іншого стилю, втрачають свою нейтральність і починають вказувати на пріоритети, цінності та типову поведінку всієї сучасної молодіжної культури. Наступні приклади ілюструють це: おしやかわ /oshakawa/ «стильний і милий», що скорочено від комбінованих прикметників おしやれな /oshare/ «стильний; шикарний» + かわいい /kawaii/ «милий»; ズツ友 /zuttomo/ «друзі назавжди», скорочено від ずっと友達でいようね /zutto tomodachi de iyo: ne/ «будемо друзями назавжди»; イチキタ /ichikita/ «прийти додому на деякий час» (і одразу ж піти, наприклад, на вечірку), що скорочено від 一時帰宅 /ichiji kitaku/.

Втім, інновація, що виникає в результаті внутрішньо-системних і позамовних трансформацій, не є зміною, а лише своєрідною пропозицією мовної зміни. Якщо нововведення прийнято мовною нормою, ми можемо назвати його мовною зміною, але слід підкреслити, що внесення змін у мову не є динамічним явищем. Більшість компонентів соціолекту молоді є тимчасовими. Деякі з них, мотивовані привабливістю та доречністю щодо названого ними явища, перетинають межу часу та простору й починають функціонувати як елементи розмовної мови. І вже пізніше можуть навіть закріпитися в мовній нормі як зміни, що розширюють лексикон цієї мови.

Однак більшість інновацій з часом застарівають. Новотвори японської мови, що вийшли з ужитку, називають архаїзмами (死語 «шіґо», букв. «мертве слово»). Наприклад, токійські студенти 90-х взяли посилювальний префікс японського походження 超 /cho/, за кілька років перетворили його на チョー катаканаю та почали додавати його і до власне японських слів, так і до запозичених. Зокрема, チョベリグ /choberigu/ – дуже-дуже добре, а наприкінці 90-х японці 10-30-ти років та школярки розповсюдили チョベリバ /choberiba/ – препогано, що виражає більш скрутне становище за 超バッド /chobaddo/ – дуже погано. «Препогано» навіть потрапило в 1996 році у ベストテン /bestoten/ тобто кращу десятку популярних неологізмів. Однак, вищезгадані лексеми, разом з チョベリグ /choberigu/ – передобре, チョベリブ /choberibu/,

скорочене від «very blue» – дужу-дуже сумно, チョバチョブ /choba-chobu/ – дуже погано й дуже сумно, – вже вийшли з ужитку.

За структурою серед молодіжних новотворів можна виділити такі категорії:

1. морфологічні новотвори:

– введення нових граматичних відмінків;

みた く /mitaku/ «ніби, як» замість правильної форми відмінка прислівника みたいに /mitai ni/;

2. лексичні новотвори:

– словотвірні інновації: комплементарні (неологізація, мовні гібриди) та скорочення, аббревіації;

友チヨコ /tomochoko/ «дружній обмін шоколадками на День Святого Валентина», скорочення від 友達 /tomodachi/ «друг» + チョコレート /chokoreto/ «шоколад»;

告る /kokuru/ «зізнаватися в коханні», поєднання скороченої форми іменника 告白 /kokuhaku/ «зізнання» із дієслівним закінченням る;

– семантичні інновації: неосемантизація, або семантичне розширення, тобто надання другого значення вже існуючій лексемі або семантичне скорочення, тобто уточнення значення;

来日 /rainichi/ та 在日 /zainichi/ «їхати до/бути в кампусі Хійоші (Кейо, Токіо), щоб перескласти завалені предмети», хоча початковий сенс лексеми був «приїхати до/знаходитись в Японії»), приклад キャンパス語;

NHK «здається дивним» — аббревіатура від なんか変な感じ /nanka henna kanji/, замість телерадіокомпанії Nippon ho:so: kyō:kai 日本放送協会;

3. синтаксичні нововведення:

– трансформації типових схем синтаксичного зв'язку;

додавання суфікса -ppoi っぽい до кінцевої форми дієслова, наприклад できるっぽい /dekiru-ppoi/ «здається, зможе»;

використання абрєвіатури як квазіприкметника, наприклад, YM なバイト /YM na baito/ «людина, яка дуже віддана підробітку», де YM – やる気満々 /Yaruki Manman/ «вмотивований».

Наведені вище приклади ілюструють основні процеси словотворення, в результаті яких виникають мовні інновації, які згодом вводяться в розмовний вид мови. У лексичному шарі, який є більш гнучким і схильним до змін, більшість популярних на даний момент одиниць з часом втрачають свою свіжість, перестають сприйматися як привабливі і замінюються новими словами, більш відповідними часу і домінуючим тенденціям в у сферах моди, відеоігор, косметики, музики, харчування, тощо. Слід також зазначити, що через свій тимчасовий, ефемерний характер вони насправді не становлять великої загрози для літературної мови. Всупереч поширеним побоюванням, загальне ставлення представників старшого покоління до лексичних неологізмів, хоч і не надто прихильне, але не завжди вороже, оскільки часто супроводжується переконанням, що лексичне нововведення з часом пройде, як і інші форми моди. З іншого боку, інновації, внесені в морфологічний або синтаксичний шар, зустрічаються значно рідше, але як тільки вони сприйняті в молодіжному середовищі і почнеться їх популяризація в більших масштабах, вони мають більше шансів зберегтися і навіть закріпитися в нормативному мовному узусі. Як наслідок, ставлення дорослих японців щодо втручання молодих людей у морфологічну підсистему чи японський синтаксис видається скоріше негативним і консервативним.

Серед інших досліджень присвячених вакамоно котоба, варто згадати описані Сенумою (2005) та Накамурою (2005) психологію молоді при використанні такої лексики, а також їх почуття дружби [59, 51]. Зокрема, Сенума стверджує, що причиною використання вакамоно котоба молоддю є «погане вміння слухати» та «схильність до сміху». Згодом Мурата (2005), Шюнсукє Іноує (2008) та Кувамото (2013) зосередилися на значенні молодіжної лексики та її функціях [50, 36, 46]. Інші дослідження розглядали молодіжну мову з точки зору японської мовної освіти, наприклад, Кояно (2007), Судзукі

(2010) [42, 63]. Існують також праці присвячені конкретним словам чи конструкціям, як от ~みたいなの, っていうか, っつば, виконані Фукухара (2013), Хаяші (2007) та Кучіката Шюічі (2013) [24, 25, 44].

Щодо семантичних полів вакамоного, було проведено статистичне дослідження Я.Кімом [39], в якому від підрахував кількість вакамоного опублікованих в 『現代用語の基礎知識』 «Базові знання сучасної лексики» в період з 2008 по 2012 роки, розбивши їх за категоріями: «дії», «емоції та мовні звички», «розваги», «іменникові конструкції», «людські відносини та повсякденне життя», «мода», «стать», «їжа». За його підрахунками, найбільш частотними є слова, пов'язані з «почуттями та словами-паразитами», які в загальній складності становлять 819 слів або 36,2%. Наступними є «дії» (302 слів або 13,4%), «розваги» (281 слів або 12,5%), «людські відносини та повсякденним життям» (251 слів або 11,1%), «їжа» (212 слів або 9,4%), «стать» (185 слів або 8,2%), «мода» (173 слів або 7,7%) та «іменники» (33 слів або 1,5%).

Отже, найбільш часто вживаними вакамоного є ті, що відносяться до категорії «емоції та мовні звички» і становлять понад третину всієї лексики. Це пояснюється тим, що важливу роль у формуванні молодіжної мови відіграють психологічні фактори. Зокрема, у підлітковому віці виникає самоідентифікація та порівняння з іншими, що може призводити до почуття меншовартості або зверхності, тому молоді люди використовують багато оцінних слів, зокрема і негативні. Наприклад, такі слова, як びびる /bibiru/ «боятися», キレル /kireru/ «вийти з себе, розгніватись», 終わってる /owatteru/ «нам кришка», 死んでる /shinderu/ «подихаю», きもい /kimoi/ «огидний, неприємний», うざったい /uzattai/ «надокучливий», 自己ちゅー /jikochuu/ – «єгоцентричний» часто зустрічаються в дослідженнях. Це свідчить про те, що психологічні фактори мають великий вплив на молодіжну мову, зокрема і на виникнення цього семантичного поля.

Отже, вакамоного рясніє фонологічними, морфологічними, лексичними, семантичними та іншими лінгвістичними модифікаціями, грою коду або стилю.

Надзвичайно популярні афективно-оцінні вирази, підсилення, перебільшення та інші афективно навантажені експресивні мовні засоби. Крім того, молодь наголошує на гармонійних стосунках у групі, ідентичності, почутті приналежності та єдності. Таким чином, їхні розмови пройняті інтертекстуальними посиланнями та великою різноманітністю засобів, що відзначають спільність і створюють взаєморозуміння.

Усі вищезазначені риси можуть бути пов'язані з потребою молодих людей у більшій експресивності та їх бажанням вільних і приємних міжособистісних стосунків. Дійсно, експресивній і сполучній функціям мови в міжособистісному спілкуванні молоді приділяється першорядне значення.

### **1.3. Доречність використання мови молодим поколінням**

Аргумент старшого покоління про те, що молодь використовує недоречну мову, є розповсюдженою тенденцією. Хорасава [32] зазначає, що старші люди вважають вакамоно котоба «недоречним використанням мови», через те, що люди мають природний інстинкт, який полягає в бажанні використовувати мову правильно і знати її глибоко.

Інша можлива причина полягає в тому, що старше покоління просто не може зрозуміти вакамоно котоба. Сасаки поділяє вакамоно котоба на кілька категорій, таких як безглузді слова на кшталт ギャル語 «гяру-го» або ネット用語 «нетто йо:го» – мова інтернету [56].

Кажуть також, що молодь не вміє використовувати ввічливі конструкції кейго належним чином. Один з прикладів – молоді люди використовують -ssu (っす) у реченнях як засіб вираження кейго, коли слід було б використовувати desu (です). Це поширене явище, яке використовується не лише в приватному спілкуванні, але й на роботі, на підробітках, тобто в офіційних випадках у суспільстві [59]. Більше того, навіть деякі ділові вирази вживаються з некоректним використанням кейго. Наприклад, 2,000 円からお預かりします /nisen en kara oazukari shimasu/ (Я беру 2,000 єн) – から тут зайва, і, на жаль, це

неправильне речення часто можна почути в японських закладах харчування. Крім того, кілька подібних мовних моделей зустрічаються у сфері послуг; цей мовний реєстр називається バイト敬語 /baito keigo/ (ввічливість на підробітку), оскільки працівники з неповним робочим днем зобов'язані вживати ці фрази, так як їх 'навчила' компанія за допомогою посібника з ділового обслуговування. Таким чином, молоді люди засвоюють такі неправильні конструкції природним чином, без особливих на те причин чи усвідомлення цього [33].

Сенума згадує, що іншою причиною, чому молоді люди не можуть правильно використовувати кейго, є те, що вони покладаються на інші канали, такі як невербальна комунікація, щоб показати свою повагу до старших або інших людей. Крім того, і це може бути пов'язано зі складністю самого кейго, це також може бути пов'язано з впливом засобів масової інформації, таких як телевізійні шоу, в яких знаменитості використовують невимущену мову або недоречно звертаються з кейго до старших людей [32, 59]. Інший соціальний фактор, на який вказує Кітахара, полягає в тому, що використання мови, яка демонструє високу повагу, водночас збільшує дистанцію між співрозмовниками [40]. Це призводить до того, що молоді люди, як зазначає Хорасава, думають, що кейго заважають інтимним стосункам зі співрозмовниками, і тому уникають їхнього використання [32]. Тому іноді вони плутаються в тому, чи варто їм використовувати кейго, особливо в близьких стосунках зі старшими людьми, як повідомляє Канеко [38]. Це свідчить про те, що причини, через які молоді люди не використовують кейго, полягають не лише у відсутності розвинених навичок його вжитку, але й у їхньому ставленні до використання кейго. Водночас, оскільки молоді люди вважають, що функція кейго полягає в тому, щоб тримати дистанцію між співрозмовниками, вони використовують кейго для того, щоб відштовхнути інших. Хорасава також описує використання кейго, яке іноді називають 新丁寧語 /shin teineigo/ «нова мова ввічливості» [32]. Оскільки сучасна молодь вважає 'добротою' не

втручатися в почуття інших людей, 新丁寧語 відображає цей новий тип доброти.

Вважається, що неналежне використання кейго є частиною 乱れ «мідаре» (неправильне використання мови) [26]. Однак це стосується не лише молоді. Канеко стверджує, що в минулому існувала достатня кількість середовищ і випадків, в яких кейго використовувалася природно, але ситуація змінилася, і сьогодні існує набагато менше можливостей для використання кейго, тому молодь не має достатньо шансів для практики в природних ситуаціях [38]. Знову ж таки, для ділових людей дуже важливо вивчати і використовувати кейго, а молодим людям це важко доти, доки вони не почнуть працювати як повноцінні працівники в суспільстві [32]. Це пов'язано з тим, що вони не мають достатніх можливостей зустрічатися зі старшими людьми, з якими їм потрібно використовувати кейго, поки вони молоді [59]. Зокрема, молоді люди мають обмежений досвід використання кейго, в кращому випадку зі старшими на один-два роки в школі, особливо до закінчення середньої школи [38]. Це тип мовних змін в Японії.

Надмірне використання молодими людьми слів катакани також сприймається як фактор, що сприяє «мідаре» [62]. Велика кількість слів катакани використовується у повсякденному житті. Основними проблемами вживання великої кількості таких слів є те, що значення слів катакани важко зрозуміти; крім того, слова катакани зменшують справжнє значення японських слів, що ще більше руйнує мовну систему японської мови. Водночас, оскільки існують речі, які неможливо виразити інакше, ніж за допомогою катакана-го, їх використовують за необхідності [27, 29]. Це поширена думка серед японців, особливо серед людей похилого віку, проте дослідження Сугішіми (2005) показує, що насправді люди похилого віку використовують більше слів катаканою, ніж студенти університетів [62]. Це цікаво, оскільки показує, що образ молодих людей як користувачів недоречної японської мови не є настільки реальним, як вважається, що може бути ключем до розгляду доречного/недоречного мовного вжитку в Японії.

Серед чинників, які визначають мовні трансформації, і через що вакамоного зазнає критики, варто звернути увагу на такі мовні тенденції:

1. Зловживання багатозначними формами:

微妙/bimyō:/, かも/kamo/, 一応 /ichio:/, みたいな /mitai na/;

2. Надмірне вживання префіксів і емфатичних прислівників:

ちょー /chyō:/, 激 /geki/, マジ /maji/, めっちゃ /metcha/, バリ /bari/;

3. Використання скорочень та аббревіатур;

イタ語 /itago/ «заняття з італійської мови» як скорочення назви предмету イ

タリア語 /itariago/ «італійська мова»;

フラ語 /furago/ «заняття з французької мови», аналогічно;

4. Введення багатьох неологізмів, які виникли, зокрема, внаслідок змін семантики (意味変化/imi henka/):

楽勝 /rakushyō/ (досл. «легка перемога») щодо предмету, з якого легко отримати залік;

5. Позичення слів з інших мов:

ノウ /nau/ з англ. now «зараз»;

6. Створення гібридних мовних форм:

エーコミ /ekomī/ «комунікація на англійській мові», скорочення японського

слова 英語 /eigo/ «англійська мова» та запозичення з англійської コミュニ

ケーション /komyunikeshyon/ «комунікація»;

7. Індивідуалізація зображення:

а) хірагана зі знаком продовження тривалості звуку ー:

ちょー /chyō/ (вимовляється chyoo);

б) катакана в емфатичній функції:

ムカツク /mukatsuku/ «дратуючий»;

в) використання аббревіатур, які виникли з англомовних слів;

DM (від direct message) «приватне повідомлення»

RT (від retweet) «поділитися чийось записом у Twitter»;

8. Розширення семантики існуючих суфіксів:

a) суфікс псевдо-прикметник 的 /-teki/ з займенником першої особи わたしの 的には /watashi-teki ni wa/; ぼくの 的には /boku-teki ni wa/ «на мою думку; як на мене».

Питання про те, чи є ці невідповідні випадки вживання японської мови «мідаре», чи це природний процес мовних змін, є суперечливим. Наприклад, ら抜き言葉 /ranuki kotoba/ (слова, в яких пропущено склад «ра») вважається неналежним вжитком. Згідно з нормами японської граматики, коли люди виражають можливість, слово повинно містити частку «ра»; наприклад, «їсти» – たべる, отже, «можу з'їсти» має бути たべられる, але багато японців кажуть たべれる. Фактично, це граматична помилка. Однак багато японців вважають, що ра-нукікотаба є природним явищем, яке стало частиною японської мови, тому це розглядається як зміна мови, а не як «мідаре» [61, 30].

У будь-якому випадку, таке нестандартне використання японської мови все ще відповідає правилам японської лінгвістики, таким як фонологія, морфологія та синтаксис [56]. Наприклад, Шін зазначає, що «ра», як правило, опускається після приголосних, пов'язаних зі паузами та носовими звуками, а не після приголосних, які вимагають іншої артикуляції [60]. れ不足言葉 «ретасукотооба» (слова з додатковим складом «ре») також демонструють тенденцію слідувати правилам словотворення японської мови, тому ці, здавалося б, нерегулярні вживання не є абсолютно випадковими і з часом можуть стати стандартними через їхню фундаментальну відповідність звичайним правилам японської мови. Тому важливо пам'ятати про це, розглядаючи нерегулярний мовний вжиток.

Для того, щоб нові форми чи вживання стали стандартними, вони повинні часто використовуватися у великих містах протягом певного періоду часу, а також бути поширеними в письмовій мові в реальному використанні [34]. Наприклад, сучасна стандартна японська мова пропагується телевізійними програмами, заснованими як на вербальній, так і на невербальній мові [65]. Це збігається зі звітом Управління культури (Бункачьо, 2003), який показує, що

майже всі японці отримують інформацію з телебачення, на додаток до газет [28].

Респонденти опитування також вважають, що електронні засоби письмової комунікації впливають на використання мови як зовнішні чинники. На їхню думку, ці пристрої призводять не лише до погіршення уміння писати канджі, але й до втрати мовної культури Японії, а також до змін у значенні слів. Через них також збільшується кількість нової лексики, виразів та аббревіатур [28]. Доречність чи проблематичність використання мови, особливо серед молоді, часто обговорюється в суперечливій манері, і навіть широка громадськість зазвичай має свою думку з цього приводу.

Однак звіт Управління культури за 2009 рік свідчить, що неналежне використання мови не є наслідком зневаги молоді до японської мови: понад 70% молодих людей вважають японську мову цінною [30]. Тому доречність використання мови – це не просто питання того, як вони сприймають власну мову. Слід також пам'ятати, що люди схильні дотримуватися правил, яких вони навчилися, і вважають ці правила стандартними або доречними.

До того ж, Томіта Місакі провела опитування в жовтні 2016 серед студентів 1-4 курсів університету Комадзава, серед запитань якого було «Чому ви використовуєте вакамоного замість інших слів?». Результати показали, що молодь віддає перевагу використанню вакамоного з трьох причин – як засіб розваги, засіб передачі яскравих образів та як засіб пом'якшення висловлювання. Понад 50% відповідей вказували на те, що молодь використовує молодіжну мову саме з цими цілями. З іншого боку, функція таємниці спілкування заради уникнення розголосу чи передачі інформації особам ззовні, не є дуже важливою для молоді. Натомість, варіант «тому що всі використовують» був найбільш популярною причиною використання молодіжної мови, тобто молодь часто віддає перевагу використанню таких висловів, щоб відчувати себе більш інтегрованою в групу [66].

Також було поставлено запитання «В яких аспектах вжиток вакамоного має негативний вплив?». Найбільш частотними були такі відповіді: «Слова звучать грубо» (77%), «Відчуваю тривогу щодо руйнування японської мови» (68%), «Можна використовувати тільки серед близьких друзів» (59%), «Не буде корисним для мовної активності в майбутньому» (52%), «Не встигаю слідкувати за змінами» (51%) та «Співрозмовник не розуміє значення слів» (50%) [66]. Отже, хоча молодь і використовує молодіжну мову, вони усвідомлюють, що це може мати негативні наслідки.

Наостанок, на запитання «Чи розрізняєте ви, в яких ситуаціях не варто вживати молодіжну мову?» 73% опитаних відповіли, що можуть вживати молодіжну мову відповідно до ситуації та адресата, а 27% – розуміють, де не можна вживати молодіжну мову, але інколи вживають її все одно [66]. Таким чином, більшість молоді свідомо ставиться до свого мовного вжитку і обирає стиль мовлення залежно від комунікативної ситуації.

Згідно з результатами опитування громадської думки Управління культури, опублікованого у 2014 році, 72,8% загальної кількості опитаних відповіли, що «відчувають недоліки в мовленні середніх та старших школярів» [31]. Питання недоліків у мовленні молоді є важливою соціальною проблемою та піднімається у новинах на телебаченні та інших медіа. Хоча вакамоного і має свої переваги, які полягають у передачі нюансів та швидкому темпі розмови, створенні спільності та збільшенні почуття належності, але вона часто асоціюється з негативом. Проте фактом є те, що мова постійно змінюється, щоб бути зручною для використання. Це стосується не тільки вакамоного, а й інших аспектів мови, наприклад, зміни звуків для зручності вимови в повсякденному житті. Крім того, з'являються нові слова для позначення нових концепцій у суспільстві, тому використання вакамоного може бути природнім та не викликати жодних незручностей.

Отже, ми розглянули, як японці ставляться до мовного вжитку молоддю, чому вакамоно котоба зазнає критики, та що думає про вакамоно котоба власне молодь. Оскільки більшість молоді свідомо ставиться до свого мовного вжитку

і обирає стиль мовлення залежно від комунікативної ситуації, питання про недоречність їх висловлювань не має підніматись старшим поколінням. Незважаючи на критику, молодь використовує вакамоно котоба, що відображають їхні інтереси, думки та настрої. Поява новотворів – це природний процес мовних змін, притаманний всім живим мовам. Тим більше, далеко не всі вакамононого входять врешті до нормованої японської, а частіше виходять з моди і забуваються з часом. Також важливо зрозуміти, що вакамоно котоба є іншою формою мовлення, яка відображає відмінності поколінь і культурних груп. Розуміння цих відмінностей може допомогти побудувати ефективну комунікацію з молодими людьми і зберегти мовну спадщину країни.

#### **1.4. Сучасна медіакомунікація та її вплив на розвиток молодіжної мови**

З огляду на технологічний прогрес, медіа стають все більш доступними та зручними у використанні. Процес комунікації став більш гнучким завдяки зменшенню фізичних, когнітивних та соціальних витрат. Зокрема, досягнення в технологіях дозволили зняти обмеження на відстань, час, об'єкти, доступність та вибір інформації. Застосування сучасних медіа-технологій дозволяє здійснювати комунікацію будь-де, в будь-який час та з будь-ким.

Відбулась зміна способу комунікації, включаючи зростання кількості інформації, що передається шляхом віртуального спілкування, а також зростання популярності особистих блогів та власних веб-сайтів. Особисті блоги стають платформою для висловлювання власних думок та почуттів, та забезпечують можливість знайомства з новими людьми та обміну думками з ними. Крім того, соцмережі виконують важливу соціальну функцію, допомагаючи людям знаходити спільну мову та створювати онлайн-спільноти на основі спільних інтересів та цінностей. Такі спільноти можуть бути використані для вирішення різних проблем та питань, а також для підтримки та розвитку особистих та професійних зв'язків.

Виникає групова мова, якій характерні: 1) доповнення повідомлень емоджі, смайлами для виразів і жестів, які не передати словами; 2) зменшення

кількості символів заради економії часу та місця; 3) психологічний зміст (підтримка групової ідентичності, зниження когнітивних витрат).

Іншим видом комунікації є особиста – це можливість самовираження через створення власних блогів, сайтів, форумів тощо. Мотивація до написання блогів може бути різною: потреба самовираження, зручність оновлення та можливість коментування. Такі блоги можуть мати позитивний вплив на авторів, допомагаючи їм розкрити себе і взаємодіяти з іншими людьми.

За допомогою медіа можлива більш рівноправна комунікація, адже вік, стать, соціальний статус тощо не впливають на спілкування, бо співрозмовника не видно, якщо той бажає залишитись анонімом. Це може мати позитивний вплив на створення рівних умов для всіх користувачів, але також може призвести до недоліків, таких як неможливість встановлення соціальних відносин або виникнення необдуманих коментарів з приводу анонімності.

Втім, є і свої недоліки: 1) виникають непорозуміння, адже через відсутність міміки та звуків не передаються нюанси мовлення; 2) фреймінг – когнітивне спотворення, вплив форми подачі інформації на її сприйняття людиною, коли одне і те ж твердження може бути представлено як в негативному, так і в позитивному світлі; 3) у віртуальній комунікації не видно особистість, що може призводити до виходу на поверхню висловлювань, які стримують під час зустрічей у живу [48].

До того ж, існує проблема залпового поширення і недостовірності інформації. Це порушує громадський порядок або навіть сприяє злочинності. Крім того, можливість комунікувати з невідомими людьми збільшує шанси отримати інформацію від ненадійних джерел. Тому люди надають перевагу інформації з авторитетних джерел (засоби масової інформації, відомі портали, популярні форуми). Однак, мас-медіа передають тільки інформацію, яка має новинне значення, а кожен джерело інформації має свій власний погляд на події, тому жодна інформація не є об'єктивною. Люди часто забувають, що те, що більше поширюється, не обов'язково є достовірним (евристика доступності

– прийняття рішень, заснованих на інтуїції, а не логіці). Тому важливо звертати увагу на це і приймати інформацію з обережністю.

Починаючи з епохи Мейджі, поширення освіти, розвиток видавничої культури, кіно, радіомовлення та інших форм ЗМІ значно вплинули на японську мову. Інтернет та соціальні мережі, які в Японії називають SNS (скорочення від ソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service), зокрема Twitter, Facebook, LINE тощо, також змінюють японську мову. Ми вступили в епоху, коли люди, які раніше просто отримували інформацію, можуть легко передавати інформацію та думки невизначеній кількості людей.

Хоч для письма існує свій стиль, словниковий запас і формат, на противагу усному стилю мовлення, але в соціальних мережах люди пишуть речення розмовною мовою, так, ніби вони розмовляють з іншою людиною вічна-віч, не обмежуючи себе.

Зросла кількість екстремальних скорочень, щоб зменшити клопоти з набором речень, а слова, які були створені для зручності використання в соціальних мережах (наприклад, 了解 /ryo:kai/ → りよ /ryo/ «зрозумів»), також стали розмовною мовою. Іншими словами, можна вважати, що ці слова не були б створені, якби соціальні мережі не набули широкого розповсюдження, тому можна вважати, що розвиток культури та технічний прогрес має значний вплив на мову.

Отже, інтернет та соціальні мережі змінили спосіб, яким люди спілкуються та обмінюються інформацією, що відобразилося і на їхній мові. Такі зміни, як використання скорочень, нових слів, емоджі, зменшення кількості символів тощо, стали розповсюджуватись у повсякденному мовленні та використовуються для зручності та швидкості комунікації. Ці зміни можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на мову, залежно від їхньої якості та кількості вживання, комунікативної ситуації.

## Висновки до розділу 1

Ми розглянули поняття «соціолекту», тобто мову конкретної соціальної групи, об'єднаної спільними факторами, що відображає її культурні та соціальні особливості. Молодіжному соціолекту притаманні вживання сленгу, арготизмів та створення нових лексичних одиниць. Молодь використовує мову, щоб показати свою індивідуальність та самостійність, відкидає нормативну мову та формальності, які вважаються застарілими та неприємними, такими що створюють дистанцію між людьми.

Існує кілька різних поглядів на дефініцію вакамоно котоба або вакамоноого, але в загальному розумінні – це мова, яку люди 15-30 років використовують серед однолітків з метою створення веселої взаємодії, покращення спілкування, вираження єдності, передачі значень за допомогою візуально та акустично сильних виразів, таємниці спілкування всередині групи, пом'якшення виразів та зниження напруги. Ми розглянули існуючі класифікації вакамоно котоба, зокрема за їх вжитком у часі, за характеристиками, за функціями та словотвором.

Вакамоноого часто зазнає критики старших поколінь через такі тенденції, як зловживання багатозначними формами, надмірне вживання префіксів та емфатичних прислівників, скорочень та абревіатур, введення багатьох неологізмів, запозичення слів з інших мов, розширення семантики існуючих суфіксів. Для деяких це неправильне використання та руйнування мови, а інші ж вважають ці явища природним процесом мовних змін.

Технічний прогрес спричинив зміну шляхів комунікації, що призвело до змін і у мові. Скорочення заради зменшення кількості символів перейшли з екранів пристроїв і до повсякденного мовлення.

## РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ТА СТРУКТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОЛОДІЖНОЇ МОВИ

### 2.1. Опис методик та етапів дослідження

У першому розділі нашої роботи ми звернулись до **методу аналізу та узагальнення** для встановлення основних теоретичних положень молодіжного соціолекту та вакамоно котоба, зокрема їх дефініцію, характерні особливості та класифікацію.

У нашій роботі ми також використали **метод суцільної вибірки** для відбору матеріалу з інтернет-джерел, таких як соціальні мережі, зокрема Twitter, відеоблоги та інші медіа-ресурси, що використовуються молоддю у Японії. Подібне дослідження могло б було виконане на базі контенту дорам або телевізійних шоу, втім наявність там рольової мова якуваріго могла б вплинути на результати дослідження. Саме тому ми обрали віртуальну спільноту, оскільки в ній використовується природна невимушена мова. Переважна більшість контенту була відібрана саме з соціальної мережі Twitter, адже пости там мають сильний розмовний характер обумовлений обмеженою довжиною повідомлень, і відповідно, в них часто з'являються вакамоно котоба. Більш того, за даними 2021 року Твіттером користуються 78,6% людей у віці 20-30 років та 67,4% людей у віці 10-20 років, тобто рівень використання особливо високий серед молоді [55].

На наступному етапі роботи ми провели **словотвірний аналіз** виділених лексем як складову частину **структурного методу**, класифікувавши сучасні вакамоно котоба відповідно до шляху їх створення. В цьому нам стала в нагоді класифікація А. Йонекави (1998) [72], на базі якої ми виділили 8 видів типового словотвору молодіжної японської мови, а саме: зміна звуку, зміна у записі, скорочення, інверсія порядку літер, афіксація, вербалізація, ад'ективація та запозичення. При цьому ми врахували контекст та конотації. Структурний аналіз також допомагає виявленню механізмів утворення вакамононого та

словотвірних елементів їх формування, що сприяє розумінню значення слів та їх смислових відтінків.

Ми застосували **семантичний аналіз** для виділення основних семантичних категорій у найбільш розповсюджених вакамоно котоба за 2021-2023 роки. Крім того, ми встановили семантичні трансформації, які можуть виникати у вакамоно котоба через гру слів та метафори, змінюючи значення з денотативного на конотативне [57].

Далі ми використали **діахронічний підхід** для порівняння отриманих даних з результатами 2008-2012 років. Таким чином, ми змогли виявити, які семантичні категорії є більш популярними серед молоді в даний час, порівняно з попереднім періодом. Так ми краще зрозуміли сучасну молодіжну мову та її еволюцію від попередніх поколінь, її тенденції, що є важливим для розуміння культурних та соціальних трансформацій.

**Описовий** метод був застосований для дослідження особливостей молодіжної комунікації, що виникають на лексичному, синтаксичному, фонетико-графічному рівні, виділення характерних для молодіжної комунікації лексичних одиниць, та висвітлення особливостей їх структури, етимології та способів утворення.

## 2.2. Способи словотвору у молодіжній мові

Наукові дослідження з класифікації мови молоді за словотвором є досить розвиненими. Ґрунтовну працю виконав А. Йонекава (1998), виділивши такі типи [72]:

- 借用 /shakyo:/ запозичення
- 省略 /sho:ryaku/ скорочення
- 倒置 /to:chi/ інверсія
- 読み替え /yomikae/ зміна читання
- 言い換え /iikae/ перефразування
- 頭文字化 /to:mojika/ аббревіація
- もじり /mojiri/ гра звуків

- 語呂合わせ /goroawase/ гра слів
- 混交 /konko:/ змішування
- 動詞の派生/doshi no hasei/ вербалізація
- 名詞の派生 /meishi no hasei/ номіналізація
- 形容詞・形容動詞の派生 /keiyoshi·keiyodoshi no hasei/ ад'єктивація
- 動詞の複合 /doshi no fukugo/ складання дієслів
- 名詞の複合 /meishi no fukugo/ складання іменників
- 音の転化 /on no tenka/ зміна звуків

Порівнюючи з більш сучасними дослідженнями, можемо сказати, що інші класифікації словотвору не надто відрізняються від вищезазначеної. Однак, Ю. Фан (2013) також звернув увагу на явище архаїчних слів у формуванні вакамоно котоба (наприклад, いとおかし /itookashi/ «дуже дивний»), хоча це радше рідкісне явище.

Таким чином, спираючись на класифікацію Йонекави, ми визначили 8 видів типового словотвору, що зустрічається в молодіжній японській мові останніх років, а саме: зміна звуку, зміна у записі, скорочення, інверсія порядку літер, афіксація, вербалізація, ад'єктивація та запозичення.

При розгляді вакамоно котоба варто враховувати і контекст, і структуру слова. На них часто впливає середовище, в якому слово з'являється (наприклад, телефон, комп'ютер, розмовна мова). Наприклад, слово う p /uru/ та навіть う p する /uru suru/ – з'явилося внаслідок помилкового набору тексту на клавіатурі від アップロード ur, так само з'явився お k /okke:/ замість стандартних オッケー або ОК, який дуже часто зустрічається, адже постійна зміна мови клавіатури не найшвидша справа. В листуванні на мобільних телефонах раніше можна побачити ぐやス多 オヤス多 замість おやすみ – добраніч, втім воно вже вийшло з вжитку.

Звичайно, бувають випадки, коли контекст слова вакамононого створюється з самої структури слова, і, навпаки, бувають випадки, коли мова молодій людини створюється лише з контексту. Наприклад, принцип структури слова стає принципом контексту у таких вакамоно котоба, як 死ね → タヒね або タヒね

/shine/ – здохни, а також けいたい → 「|ナ L \ ナニレ \」 /keitai/ – мобільний – в гяру-го, де ієрогліф замінюється іншим знаком шляхом так званого 破字 /haji/, що посилює характер «мову угруповань» у цих вакамоноґо. В той час як タヒね досі активно використовують в соціальних мережах, подібний запис для мобільного телефону вийшов з вжитку через його довгу кількість знаків. Крім того, молодіжні слова, такі як ロールキャベツ /ro:rukyabetsu/ не у сенсі «голубців», а зі зміненою семантикою як «чоловік, що виглядає як ‘травоїдний’ тобто не зацікавлений у активному пошуку жінки, але насправді – ‘хижак’», використовують існуючу лексику без жодних змін у структурі слова, а лише мають зміни в контексті, що надає їм нового значення, яке можна застосувати лише в межах групи.

Оскільки молодіжна мова є соціолектом і в свою чергу мовою угруповань, яка зокрема виходить з контексту і структури слова, можна виділити таку властивість вакамоноґо котоба як ‘неясність’, тобто ступінь, до якої люди можуть зрозуміти значення лексики, з якою вони вперше стикаються, не знаючи контексту, що стоїть за нею. Це поняття виходить з такої функції вакамоноґо як 隠蔽 /inpei/ – таємниці спілкування від не-членів внутрішньої групи, визначеної Йонекавою. ‘Неясність’ слів збільшується за використання досі неіснуючої або не загальновідомої структури слова, а у деяких випадках може бути додатково збільшена такими структурами слова як запис каною, скорочення та афіксація (наприклад, MK5 – аббревіатура від マジでキレル 5秒まえ /Majide Kiregu 5 byou mae/ «от-от вибухну»).

### 2.2.1. Зміна звуку

#### 1) заміна I・イ

> ア ряд : звук エ рядка + エ

ちいせえ : 小さい малий

(ビッグカツ...ちいせえ!!! - Біггац щось замалий!!)

はええ : はやい швидкий, ранній

> ウ ряд : звук イ рядка + イ

あちい：暑い жара

(ディズニーまだちょっと夜は肌寒いんかな～？昼間は晴れてたら逆にくそあちい？ - В Дісней вночі все ще трохи прохолодно? А вдень як вийде сонце навпаки дико жарко?)

うしい：薄い ненасичений

> 才 ряд:звук 工 рядка +工

すげえ：すごい неймовірно, дуже

(ええな～、すげえ食べたいんやけど w - Хмм... але я дуже сильно хочу їсти)

おせえ：遅い повільний

(今日はおせえから、明日やる 昼から夕方どっかで起きたら - Сьогодні вже пізно, тому завтра зроблю. Якщо зможу встати десь між обідом і вечором.)

2) подовження звуку 長音 /cho:ou/

はやー：はやっ швидкий

はやーい：早い швидкий (わーい！届いたー！予想よりはやーい Ура!  
Доставили! Швидше, ніж очікувала)

すげー：すげえ неймовірний

ちいさー：ちいさっ маленький

ちっせー：ちっせえ маленький

泣いたー：泣く плакати

(また卵値上がりしてて泣いたー。Знов яйця подорожчали, плачу)

3) заміна кінцевої い на носовий звук っ - 促音便 /sokuonbin/ для емпіазису чи передачі здивування:

たっか・たかっ：高い+っ дорого

やっす・やすっ：安い+っ дешево

はっや・はやっ：早い+っ швидкий

(さっ寝よーって思ったけどまだ 22 時半... はっや - Думала лягати спати, але ще тільки 22.30, ранувато)

おっそ・おそっ：遅い+っ повільний

すごッ：すごい+ッ неймовірно

ちっさ・ちいさっ・ちっせえ : 小さい+っ малий (заміна エ・イ в останньому)  
こっ / こっゆ・こゆっ : 濃い+っ・濃ゆい+っ густий, насичений (другий варіант слова – західний діалект)

#### 4) метатеза (перестановка звуків)

雰囲気 /funiki/ «атмосфера» при швидкій і недбалій артикуляції відбувається перестановка приголосного 'н' і голосного 'і' – /fuinki/. На думку молоді, зсув звуків, що супроводжує швидку артикуляцію частки -уні- на -уін-, є не категоричною фонетичною помилкою, а більш природним способом вимови, оскільки занадто ретельна вимова буде нагадувати мову дітей або іноземців на ранньому етапі вивчення мови, які схильні вимовляти кожен звук окремо.

(ABEMA で雰囲気をふいんきって読んでたからその時点で閉じたわ、マジで意味分からん - Прочитав 'фунікі' як 'фуінкі' на ABEMA і тут же закрив сайт, справді, що це зі мною. 言葉は生き物なのでふいんきさんが多くなるとふいんきが正しくなりますね。 Мова – жива, тому чим більше буде fuinki-санів, тим більш fuinki буде правильним.)

#### 5) зміна ウ・エ

ありえる : ありうる можливий; дедалі частіше вимовляється як /arieru/ із видимою зміною звуку. Популярність такої форми мотивована аналогією, яка в цьому випадку є результатом заперечної форми ありえない /arienai/, що спочатку містить голосну 'е', а також від імітації моделі відмінювання дієслів другої групи, наприклад こえる – こえない.

### 2.2.2. Зміна у записі

Не зважаючи на те, що мова молоді має яскраво виражений розмовний характер, але в процесі запису з'являються нові способи творення слів. Перш за все, мова йде про зміну запису лексики, наприклад, ієрогліфи каною, а хірагану катаканою. Це збільшує 'неясність' у значенні. Такі зміни часто з'являються у поєднанні з іншими формами словотвору, втім чітко прослідковується тенденція до написання слів каною молоддю. На це є дві основні причини: по-перше, при утворенні слова шляхом скорочення певної частини слова або

фрази, за допомогою кани легше, ніж за допомогою канджі, розділити кожен звук на окремі скорочення. Крім того, катакана є більш ефективною не лише візуально, але й при передачі нюансів та відтінків, при підкресленні, перебільшенні та інтенсивній емоційній експресії, які є характерними рисами вакамоноого.

とくに：特に особливо (この写真はとくに可愛さ爆発してますよね！  
何回みてもため息でるくらい可愛いです Це фото особливо вибухає милістю!  
Скільки б не дивилась, так мило, що аж зітхаю)

ケータイ：携帯 /keitai/ мобілка

クソ：くそ /kuso/ до біса, дуже (катакана посилює експресивний ефект, наприклад 布団つく前はクソ眠いののに布団つくにあんま眠なくなる  
Хоч і до біса сонний, як тільки натягую ковдру – сну як не було)

オワタ /owata/ 1) мені кришка, торба; 2) закінчити (від 終わった, наприклад 1) 容量不足。オワタ。Пам'ять кінчилась. Торба. 2) 仕事今日は早くオワタ Роботу сьогодні швидко закінчив)

ワロタ або リロタ /warota/ посміявся, лол (від дієслова сміятись у минулому часі)

バケモン /bakemon/ жахливо, диявольськи (від іменника 化け物 /bakemono/ «монстр», подібне до やばい, наприклад この絶景はバケモン  
Неймовірний пейзаж)

しょんどい /shyondoï/ справді виснажений (скорочення від 正直しんどい, наприклад 昨日楽しくて飲みすぎた 家飲みで二日酔いはしょんどい  
Вчора весело напився вдома, справді виснажений від похмілля)

マターリ /mata:ri/ розслаблений (зміна звуку від まったり, наприклад 体調はもう大丈夫なん？ ゆっくりマターリして休んでなあ Тобі вже краще?  
Гарно розслабилась і відпочила)

たかし /takashi/ і справді, точно (скорочено від 確かに та зазнало перестановки знаків, – これだったら、さっきの方がよくね？ – たかし～。  
Раз так, то може краще як було? Точно)

なう /nau/ зараз, в процесі чогось (від ナウ, яке в свою чергу запозичене з англійського 'now', タイヤ交換 5 時間待ってるなう。タイヤ交換するだけで 5 時間も待つ? ! Чекаю 5 годин на заміну шин. 5 годин, щоб просто поміняти шину? !)

チョー /cho:/ дуже (замість 超, посилюючого суфіксу, この写真の眠そうな顔チョーかわいいですね タレ目パンダしゃん Сонне обличчя на цьому фото таке миле, очі як у панди)

サイコー /saiko:/ топово, найкраще (від やっぱ深夜に喋るのサイコーにキマるね やべーわ 朝起きれるかな Зрештою, розмова серед ночі – це найкраще. Капець, чи зможу я вранці прокинутись)

キンチョー /kincho:/ хвилююсь (キンチョーがハンパない… Безмежно хвилююсь. 多分明日合否わかる やばい鬼キンチョーしてきた Завтра дізнаюсь пройшов чи ні. Капець як сильно хвилююсь – у цьому прикладі також наявний посилюючий префікс 鬼 /oni/).

升 /chi:to/ читерство в грі, обман (змінений запис チト, що від チート від англ. 'cheat'. 升使わないといけない程のゲーム設定にしている運営側にも責任がある Творці гри також несуть відповідальність за налаштування гри до такої міри, що доводиться використовувати чити). Відбулось об'єднання знаків катакани в один ієрогліф, зовсім непов'язаний значенням. Відповідно є і зворотній процес, розширення одного канджі на два, так званий 破字 «хаджі»:

タヒね або 死ね замість 死ね /shine/ – здохни

ネ申 замість 神 /kami/ божество

(今日はま\*つ\*りのネ申として来た)

Сьогодні я прийшла в якості божества фестивалю)

矢口 замість 知 /chi/ знання

女兼 замість 嫌い /kirai/ ненавидіти

(言い忘れてたけど、べつにぜんぜんフォロリクっていいよ 通矢口溜まるのも女兼でしょ Забув сказати, але можеш кинути запит на підписку. Ти ж не любиш, коли накопичуються сповіщення)

Також зустрічається використання малих літер хірагани або катакани для графічного представлення подовження:

やべえぞ /yabe: zo/ неймовірно

ざまあみろ /zama: miro/ ти заслуговуєш на це, ти поплатишся

うめえ /ume:/ та うまつ /uma. / смакота

Зміни в записі також часто виникають в залежності від електронного пристрою вводу повідомлення. В 21 столітті основний засіб перетворення слів молоддю на літери перемістився від акту «написання» до акту «введення». З популярністю пейджерів та мобільних телефонів у 1990-х років виникли гяруго, KY 語 (кей-вай-го), які символами описують оригінальну нотацію. Така гра слів збільшує 'неясність' значення та підвищує почуття товариськості. Оскільки введення за допомогою клавіатури стало поширеним, почали з'являтися нові вакамоно котоба. Багатошарова структура японського письма була змінена шляхом введення її в електронний пристрій, породивши вакамоно із багатьма варіаціями. Коли програмне забезпечення не перетворює введений символ на необхідний знак, вони так їх і залишають, створюючи нову лексику. Такі зміни можна розглядати як народження технологічно залежної мови молодих людей, спричинене розвитком інформаційних і комунікаційних технологій.

う p /upu/ та похідні від нього う p する /upu suru/ та う p る /upuru/ завантажувати (інтернет-сленг, з'явилися внаслідок помилкового набору тексту на клавіатурі від アップロード up, наприклад キーボードちゃんブランク楽しいね(※声なしで再う p) Кірбі насолоджується гойдалкою (перезалив без голосу). 動画う p するときには相手の名前隠す方法をようやく覚えたぞ Нарешті навчився приховувати ім'я іншої людини під час завантаження відео)

**おk** /okke:/ замість стандартних オツケー або ОК

厨房 /chu:bo:/ – це не обов'язково «кухня», а може бути «учень середньої школи» замість 中坊, хоча це вираз з 2-чяну і таке написання стало рідше вживатись останнім часом (これ SUM41 解散ってこと?? 厨房ぐらいの学生時代ハマってたグループなのに Тобто SUM41 розпалися?? Я був одержимий цією групою у шкільні роки)

今北産業 /ima kita sangyo:/ помилковий запис いまきたさんぎょう, що скорочено від 今来たばかりなので今までの流れを三行でまとめてください  
- Щойно прийшов, тому, будь ласка, розкажіть в двох словах (букв. у трьох рядках), наприклад なんかがあった? (今北産業 Що ж сталося? Розкажи в двох словах. しごおわ今北産業 投手戦! ? Робота все, розкажіть в двох словах, дуель пітчерів!?)

乙 /otsu/ гарно попрацювали, замість おつ, що є скороченням お疲れ様

乙あり /otsuari/ пишуть в якості подяки у відповідь на 乙, від お疲れさま  
と言ってくれてありがとう

ス /su/ замість 素 у значенні «як є, прямо кажучи, без жодних роздумів»  
(泣いてる。スで無理めっちゃス 感動した

Плачу. Кажу як є, це неможливо. Я вражений)

裏山 /urayama/ заздрити; помилковий запис うらやま, що від 羨ましい  
(出そびれて今ランチなんだけど隣の席の人がビール飲んでて裏山

Пропустив шанс вийти, зараз ланч, а хлопець поруч зі мною п'є пиво, заздрю.)

### 2.2.3. Скорочення

Використання скорочень є одним зі способів заощадження мовних засобів, який дозволяє передавати складні ідеї та концепції у більш короткій формі. Це особливо актуально в сучасному швидкоплинному світі, де ефективність та швидкість комунікації має велике значення. Молоді користувачі інтернету проявляють креативність та активно створюють нові аббревіації, які використовуються не тільки в інтернеті, але й у повсякденному житті та текстових повідомленнях. Концепція економії мовних засобів, яку розвивав А. Мартіне, є однією з найбільш обґрунтованих теорій появи скорочень у мові. Однак, мова в інтернеті не сприяє покращенню знань правопису та синтаксису серед користувачів, що взаємодіють між собою, що може призвести до формування нового стилю комунікації, який впливає на мовленнєву поведінку всього суспільства [13].

Таким чином, скорочення є одним з найпродуктивніших способів словотвору вакамоно котоба, оскільки він є відносно простий і часто зустрічається в нормативній мові (ми кажемо 高校 замість 高等学校). Втім, буває надзвичайно важко віднайти оригінальне слово, якщо тільки воно не поділяє контекст певної групи, що знову ж таки відповідає концепції 'неясності' молодіжної мови. У багатьох випадках скорочення з'являються в поєднанні зі зміною запису або запозиченнями гайрайго з англійської чи інших мов, які ми детальніше розглянемо далі.

Скорочення можливі на різних рівнях, таких як буква, слово, словосполучення, речення, граматики, абрєвіація початкових букв тощо. За типом морфологічних змін можемо виділити такі типи скорочень:

а) аналітичної форми, що призводять до синтезу аналітичних форм:

とく /toku/ – скорочення форми V ておく /te oku/, що позначає завчасні дії з певною метою підготовки до події, наприклад, 買っておく → 買っとく /kattoku/ купувати заздалегідь

てる /teru/ – скорочення теперішнього тривалого часу V ている /te iru/, наприклад 飲んでいる → 飲んでる /nonderu/ зараз п'ю.

б) синтетичної форми:

れる /reru/ – скорочення потенційної форми дієслова られる /rareru/, наприклад 食べられる → 食べれる можу з'їсти

в) інших граматичних форм:

かも /kamo/ – скорочення умовного способу かもしれない /kamoshirenai/ можливо, мабуть; наприклад, 来ないかも мабуть, не прийду.

Також скорочення можуть бути класифіковані відповідно до їхньої позиції:

1) 上略 «джьо:ряку» опущення на початку слова

メット /metto/ : ヘルメット /herumetto/ шолом

(リクエスト中、、、 「アウト ?、アウトだあ～ ( ; ; ) 」 そりゃメット 落としちゃう ( ; ; ) Запит... Аут? Аут... Тоді вроню шолом (коментар бейсбольної гри))

ヒール /hiiru/ : ハイヒール /haihiiru/ каблуки

リーマン /riiman/ : サラリーマン /sarariiman/ білий комірець  
(帰宅途中のリーマンみたいやけど背負ってるものが物騒

Схоже на білого комірця, що йде з роботи, але він несе на спині щось небезпечне (коментар до прикріпленого відео))

ドチキン /dochikin/ : ケンタッキーフライドチキン /kentakkii furaido chikin/ фаст-фуд заклад KFC, (ケンタッキー略し方→ケンタ (関東) ?ケンチキ (関西) ?ドチキンてのもたまにいただきますが・・あえてそこをトリミング! 笑! Як скоротити Кентаккі → Кента (Канто)? Кенчікі (Кансай)? Я обрізаю курку! хаха! (пост від KFC в Твіттері, на якому видно різні види скорочень назви залежно від регіону))

茶店 /saten/ : 喫茶店 /kissaten/ кафе, заклад  
(茶店に寄って行かう、が大好きだ……Обожнюю заходити в кафе…; тут також помітна інверсія порядку слів притаманна розмовній та молодіжній мові)

ぱしり・パシリ /pashiri/ : 使い走り /tsukai hashiri/ бути на побігеньках  
(弟のパシリなのでお菓子買ってくる めんど~( Я у молодного брата на побігеньках, тож піду куплю цукерок. Напряг)

まんま /manma/ : そのまんま /sono manma/ як є

2) 中略 «чю:ряку» опущення всередині слова

むずい /muzui/ : むずかしい /muzukashii/ складний

きもい /kimo/ : きもち悪い /kimochiwarui/ огидний

はずい /hazui/ : はずかしい /hazukashii/ соромно

うっとい /uttoi/ : うっとうしい /uttoushii/ дратуючий

はげい /hagei/ : はげしい /hageshii/ жорстокий

フラ語 /fura go/ : フランス 語 /furansu go/ французька мова

チャイ語 /chai go/ : チャイニーズ+語 /chainizu go/ китайська мова

3) 下略 «ге:ряку» опущення кінця слова

マクド /makudo/ : マクドナルド /makudonarudo/ Макдональдс

セブン /seibun/ : セブンイレブン /seibun irebun/ конбіні Сeven-Іleven

キャラ /kyara/ : キャラクター /kyarakutaa/ персонаж

ケンタ /kenta/ : ケンタッキーフライドキッチン /kentakkii furaido kitchin/ KFC

うれし /ureshi/ : うれしがり /ureshigari/ щасливий

おそろ /osoro/ : おそろい /osoroi/ підходящий

お気に /okini/ : お気に入り /okiniiri/ улюблений

色ち /irochi/ : 色ちがい /irochigai/ іншого кольору

なにげ /nanige/ : なにげなく /nanigenaku/ ненавмисно

ごち /gochi/ : ごちそう /gochisou/ пригощання

4) 二箇所以上 «ніккашьо іджьо:» опущення у двох або більше місцях

固ツイ /kotsui/ : 固定ツイート /kotsui:to/ закріплений твіт

イマフレ /imafure/ : イマジネーションフレンズ /imajineshonfurenzu/ уявний друг

イントラ /intora/ : インストラクター /insutorakuta:/ інструктор

5) 複合語の省略 «фукуго:го но шьо:ряку» скорочення складних слів

ケイバン /keiban/ : 携帯電話番号 /keitaidenwa bango:/

車校 /shyako:/ : 自動車学校 /jido:shya gakko:/

いた電 /itaden/ : いたずら電話 /itazura denwa/

かて教 /katekyo:/ : 家庭教師 /kateikyo:shi/

スノボ /sunobo/ : スノーボード /sunobodo/

一通 /ittsu:/ : 一方通行 /ippo:tsu:ko:/ односторонній рух

(バイク配達員ふつうに一通を逆走してきたけどわたししか見てないから黙っておこう Кур'єр на мотоциклі їхав в зворотному напрямі по односторонній дорозі, але я єдиний, хто це бачив, тому давайте промовчимо)

6) 語句の省略 «гоку но шьо:ряку» скорочення словосполучень

おつあり /otsuari/ : お疲れさまであってくれてありがとう відповідь-подяка на  
お疲れ様

しごとおつ /shigo otsu/ : 仕事、お疲れ様 гарно попрацювали

しごとおわ /shigo owa/ : 仕事が終わった /shigoto ga owatta/

絶起 /zekki/ : 絶望の起床 /zetsubo no kisho/ відчайдушне пробудження

しょんどい /shyondo/ : 正直しんどい справді виснажений (при цьому відбулась зміна у записі)

ズツ友 /zuttomo/ : ずっと友達 /zutto tomodachi/ друзі назавжди (зміна у записі)  
はげど /hagedo/ : 激しく同意 /hageshiku do:i/ повністю згоден  
ブタメシ /butameshi/ негарний, огидний чоловік. Протилежне доイケメン /ikemen/ красунчик, привабливий чоловік (відいけてるメンズ); походить від  
ブサメン /busamen/ (від不細工な男) потворний чоловік таシケメン (відシケてる男) похмурий чоловік. ブタ свиня накладається наブサ, а наメン - メシ, що викликає неприємний образ свинячої миски чи їжі.

7) 頭文字 «кашіра моджі» абрєвіація слів та словосполучень

ATM : あいつたまにむかつく /aitsu tamani mukatsuku/ він іноді дратує, огидний (完璧にあいつらオタクをATMだと思ってるよね! Вони тепер на сто відсотків вважають отаку – огидними)

KWSK : 詳しく /kuwashiku/ детально

KS : 既読スルー /kitoku suru/ не відповідати на повідомлення після прочитання;

У всіх прикладах також відбулась зміна у записі.

#### 2.2.4. Інверсія порядку літер

まいう /maiu/ : うまい /umai/ смакота

かっぱ寿司の本鮪中とろ、まいうー!!

Тунець в Каппа-дзуші, смакота.

グラスン /gurasan/ : サングラス /sangurasu/ сонячні окуляри

グラスンをかけたハードスタイルがたまらない

Не можу перестати носити сонячні окуляри в хардкорному стилі.

ワンフー /wanfuu/ : ファン /fan/ фан

ワンフー集まれって また、もう一度だけでも号令のかかる日が来て

Збираються фанати. Вже чекаю наступної зустрічі.

ぱっきん /pakkin/ : 金髪 /kinpatsu/ блондин

パッキンって金髪みたいだなもね 真っ黒魔法美少女ナのニ

Схожа на блондинку, хоч і справжня відьма.

ゲーハー /gehaa/ : はげ /hage/ лисий

ゲーハーって奇行種率高いの何でやろ

Чому лисі такі ексцентричні?

ロイク /roiku/ : 黒色 /kuroiro/ чорний колір  
織部黒茶碗 (ベーオリのロイクのワンチャ)

Чорна чайна чашка.

ナオン /naon/ : 女/onna/ жінка  
口が悪すぎテエロ金目的ナノン (中身ハ男かも)

Чорнорота жінка з ціллю збагачення, а в душі може й чоловік.

チャンカー /chanka/ : 母ちゃん /okaachan/ ママ  
75歳のチャンカーが電話で「朝ご飯食べたら急ニ苦しくなッテ」  
75-літня мама подзвонила мені і сказала: «Після сніданку мені раптово стало погано».

チャンネー /channee/ : 姉ちゃん/anechan/ старша сестра  
やっぱチャンネーと飲みて一わ

Хочу випити з сестричкою.

チャンバー /chanbaa/ : 婆ちゃん /baachan/ бабуся  
飴チャンバー食べる機会ってあんまりなくなっちゃったけど美味しいのんに出逢うとハマっちゃうん(ㄣㄣ)

Я не часто мав нагоду їсти цукерки бабусі, але коли я бачу смачненьке, я стаю залежним.

ザギン /zagin/ : 銀座 /ginza/ район Гіндза  
ザギンと新橋と有楽町と築地ガ系ガッテる  
Гіндза, Шінбаші, Юракучо і Цукіджі відчуюються як одне ціле.

ワイハ /waiha/ : ハワイ /hawai/ Гаваї  
ワイハのメシがまずい

На Гаваях жахлива їжа.

ジャーマネ /jaamane/ : マネージャー /maneejaa/ менеджер  
女優さんとジャーマネの距離感がわからんから。

Не розумію почуття дистанції між актрисою і менеджером.

シータク /shiitaku/ : タクシー/takushii/ таксі  
シータク乗ったんガ 10.30 ごろこの時点で80人近くガ並んでた。

Близько 10:30, коли я сідав у таксі, у цій точці стояло в черзі близько 80 людей.

ケーサ /keesa/ : 酒 /sake/ алкоголь

あまケーサを飲むと、調子もよくなるニナ(ΦωΦ)

Випивши трохи алкоголю, самопочуття покращується

ダータ /daata/ : タダ (只) /tada/ безкоштовний

どうせ課金 エピソードと思えば無料 (ダータ！)

Думав, що ця серія платна, а виявилась задарма.

シーメ /shiime/ : 飯 /meshi/ їжа

今日は1日ヒマでヒマでヒマ疲れ笑 サッサとシーメ食べてノンビリしよう。

Сьогодні весь день такий вільний, що аж стомився хах. Давай швиденько поїмо і відпочинемо.

マイウー /maui/ : うまい /umai/ умілий

そして歌がマイウー

І пісні класно співає.

チョイモー/choimo/ : もうちょい /mouchoi/ ще трохи

割とチョイモーやった 悔しい…

Зробив тільки ще трохи, сумно

シーホー /shi:ho:/ : 欲しい/hoshii/ хотіти

その前に洗濯をシーホー

Перед цим хочу випрати речі.

ルーネー /ruune/ : 寝る /neru/ спати

今日はお昼寝してないからそろそろルーネー。

Сьогодні вдень не дрімав, тож настав час сну.

クリビツ /kuri sotsu/ : びっくり /bikkuri/ здивуватись

大変そうな話だ~と思って動画見たら 義弟でクリビツでした w

Подумала це важка історія, але подивившись відео, здивувалась – він швагр

テンギョー /ten gyo/ : 仰天 /gyouten/ здивуватись

いつの間にやら Yahoo に出とりました、クリビツ、テンギョー

Зайшов випадково на Yahoo, і здивувався ....

イタオドロ /itaodoro/ : 驚いた/odoroita/ здивуватись

風呂入ってる間に色々発表でクリビツ・テンギョー・イタオドロー!!

Я в шоці з повідомлень, що прийшли поки я купався

ホドナル /hodonaru/ : なるほど /naruhodo/

### 2.2.5. Афіксація

超〜 /cho:/ дуже

超寒い /cho:samui/ сильно холодно:

電車は空いてるけどもうエアコンガンガンで超寒い

Поїзд був пустий, але вже гудів кондиціонер, тому дуже замерзла

超腹減る /cho:haraeru/ дуже зголодніти:

超腹減りすぎてセブン寄って なんも考えずに手に取って買ったけど 麵・麵・麵！ やん 炭水化物のオンパレード。 Я був такий голоднючий, що зайшов до Севену, не роздумуючи, взяв і купив, локшину, локшину, локшину! Виставка вуглеводів.

鬼〜 /oni/ диявольськи, до біса, дуже

Цікаво, що префікс вживається саме з позитивними словами

彼氏のいいところ : 鬼優しい、メンタル鬼強い、鬼背高い

Плюси мого хлопця: до біса добрий, сильний психічно, високий

神〜 /kami/ дуже, божественно

マリオのパクリゲームがクソゲーを乗り越えて神ゲーなんだけど w

Ця гра-копія Маріо – пройшовши відстійну частину, виявляється божественною)

やっぱラーメンは神うまい

Дійсно божественно смачний рамен

〜系 /kei/ суфікс, що вживається для категоризації

ビジュアル系 /bijuaru kei/ візуали – категорія чоловіків та жінок, що носять яскравий макіяж і стильний одяг.

ぴえん系女子 /pien kei jyoshi/ – категорія жінок з багатою емоційною палітрою. Їх особливість – слабкий психічний стан, відчуття суму та туги, частий плач, що передано звукоподібним словом "піен". В їх одязі переважає

чорний колір, а також елементи лоліта-стилю та вінтажних речей, що є виразом їхніх емоцій. За такою жінкою може ховатись насправді інша особистість:

地雷系女子 - дівчата, які можуть виявитись несподіванкою для чоловіків після певного часу відносин. 地雷 означає «міна», тобто така людина – ходяча бомба. Такі жінки нестабільні, вибагливі, непередбачувані, часто мають дуже сильні реакції на маленькі речі та можуть різко змінювати свій настрій. З ними важко спілкуватись та будувати стосунки. Цей термін має негативні конотації та сприймається як образливий або стереотипний.

Подібну функцію виконує суфікс ～型:

量産型女子 /ryo:sangata jyoshi/ – жінки, які відповідають стереотипам і очікуванням, які накладає на них суспільство. 量産 означає «масове виробництво», тому такі жінки – стандартизовані та безособисті. Вони слідуєть сучасним трендам моди і стилю і виглядають так само, як і решта дівчат навколо, тому цей термін теж має негативну конотацію.

Розглянемо категоризацію чоловіків за допомогою ～系 /kei/:

素朴系 /soboku kei/ простий, скромний, безпретензійний тип особистості.

紳士系/shinshi kei/ джентльмен, ввічливий та уважний до жінок.

熱血系 /nekketsu kei/ енергійний, запальний, відважний тип.

不思議・天然系 /fushigi tennen kei/ загадковий.

イケメン系 /ikemen kei/ привабливий.

カワイイ系 /kawaii kei/ милий, чарівний.

体育会系 /taiikukai kei / спортивний, активний.

癒し系 /iyshi kei/ заспокійливий.

グルメ系 /gureme kei/ знавець кулінарії.

こぼんのう系 /kobonno: kei/ майстер на всі руки.

動物好き系 /dobutsu suki kei/ любитель тварин.

アウトドア系 /outdoor kei/ любитель активного відпочинку.

～レス суфікс від англійського 'less' «без»

元気レス /genkiresu/ нездоровий

ジェンダーレス /jenda:resu/ без гендеру – субкультура, що виникла в Японії всередині 2010-х, яка виступає проти гендерних норм в моді

バスレス /basuresu/ не приїздить шкільний автобус

〜チック суфікс від англійського ‘tic’, що утворює прикметники, має сенс «трохи» в молодіжних новотворах

ヤバチック /yaba chikku/ трохи жисть

変チック /hen chikku/ трохи дивно

コメディチック /komedi chikku/ комедійний

宗教チック /shukyo chikku/ релігійна людина

脚本チック /kyakuhon chikku/ ніби за сценарієм

〜フル суфікс від англійського ‘full’, «переповнений»

ハートフル /haato furu/ з душею, від серця

羞恥フル /shuuchi furu/ переповнений почуттям сорому

妄想フル /mouso: furu/ повний диких ідей

自動フル /jido: furu/ повністю автоматичний

頭フル /atama furu/ голова забита думками

Таким чином, у молоді є тенденція виходити за межі встановлені мовними нормами та свідомо розширювати значення мовних одиниць, зокрема за допомогою суфіксів. Це впливає з потреби категоризувати, що є типовим для підліткового періоду не тільки в Японії, але й в інших країнах. Молодь має тенденцію ‘сортувати’ інших та шукати своє місце в менших групах, так і в субкультурах. Такі новотвори описують типові риси молодих людей, відображають ставлення до означених типів поведінки, що свідчить про сприйняття світу сучасною молоддю.

### 2.2.6. Вербалізація

Цей спосіб словотвору полягає в переході слів або словоформ з інших частин мови до класу дієслів, тобто шляхом додавання る.

サビる /sabiru/ ржавіти, слабшати

頭を使わないと脳がサビると言われた

Мені сказали, що мій мозок заіржавіє, якщо я не буду користуватися головою

**マク**る /makuru/ йти в Макдональдс

今日も帰りジム寄ってマクるぞ

Сьогодні як буду йти додому зайду в спортзал, а потім в Мак!

**トリ**る /toriru/ йти до KFC за куркою

日本ケンタッキー・フライド・チキン様より、ムチョスタベにトリる Twitter キャンペーンに当選して みちよぱサイン入り KFC カード 2,000 円分をいただきました。

Отримав від KFC купон на 2000 ієн, підписаний Мічопою, вигравши кампанію у Twitter, тепер доведеться йти поїсти.

**ディス**る /disuru/ словесно ображати (від «disrespect», «to dis»)

少し前は反日、最近は共産黨員ってディスる傾向があるみたいやな。

Раніше існувала тенденція критикувати Японію, а тепер комуністичну партію.

おい千葉ディスるな

Ей, не кажи гидоти про Чібу.

**神**る /kamiru/ виглядати божественно

卒業式の日私前髪神ってる

Мій чубчик у день випускної церемонії виглядає божественно

**イモ**る /imoru/ боятись

いもって何も言えない。 Не можу нічого сказати через страх.

初動ファイトしたいやつやらくっそイモるやつやら

Хлопці, які одразу хочуть битися, насправді дуже бояться.

**オケ**る /okeru/ йти в караоке

ふと思ったんだが、カラオケするは『オケる』、1人カラオケするは『ヒトカラ』。そもそもカラオケが略語なわけだが、略さないと前者は『オーケストラする』、後者は『1人空する』となるのだろうか…

Я раптом подумав, що караоке – це ‘океру’, а одне караоке – це ‘хітокара’.

Власне караоке – це аббревіатура, тому якщо не скорочувати, то перше буде ‘оркеструвати’, а друге – ‘одна особа пустує’…

**ガスト**る /gastoru/ та **ガス**る /gasuru/ йти в сімейний ресторан Gusto

午前営業おしまい 午後訪問先付近んでガストる。

Вранці не працюють, після обіду підемо в Gusto поруч з домом.

**バミる** /bamiru/ йти в мережу ресторанів Bamiyan

バミるてか高くなってるし 前は500円以下だったのになんか最近餃子ばかり食べてる気がする

Баміритись стає дорого. Колись поїсти коштувало менше 500 ієн. Таке відчуття, що останнім часом постійно їм самі лиш гьодза.

**ガチる** /gachiru/ братись за щось всерйоз

今回のテストまじで勉強してなさすぎてびっくりする

明日からガチる(今回のテストだけで何回目?)

Я дивуюсь сам собі, що взагалі не готувався до цього тесту.

Візьмусь за нього серйозно завтра (скільки разів я це вже собі казав?)

**キャピる** /kypiru/ поводитись ніби молодий

ばばあにはキャピるなんてできません。

В такому віці за молоду не зійдеш.

**キョヒる** /kyohiru/ відмовляти

黒似合ういそうだしキョヒる理由ないけど

Тобі і чорний личить, тому немає причин відмовлятись.

**ググる** /guguru/ гуглити

BingAIで「ググる」のが正解なのか。

Чи правильно 'гуглити' в BingAI?

**タヒる** /tahiru/ бути в такому розпачі або утомі, що хочеться померти,

зміна запису від 死+る

自分ブスすぎて死ぬ

Я така страшна, що вмерти охота.

**デブる** /deburu/ товстіти

こんな時間に食べ物は食べないwww デブるから(´Д`ク`ス

でも美味しそう(\*´▽`)(\*´・ω・)(・ω・`\*)ネ

Я не їм в такий час ха-ха, бо товстію, але виглядає смачно.

**バグる** /baguru/ глючити, від англ. 'bug' (ігри, комп'ютер, голова)

あなたがしてくれなくてもの奈緒とチェウオン似すぎて脳バグる…

Нао і Чае Вон з дорами «Навіть якщо ти цього не зробиш» настільки схожі одна на одну, що аж мізки глючать...

### 2.2.7. Ад'єктивація

Цей спосіб словотвору полягає в переході слів або словоформ з інших частин мови до класу прикметників *い* та *な* груп.

*グロい* /guroi/ дивний, неприємний, від *グロテスク*  
怖いのとグロいのほんまにあかん( ; ; )

Страх і дивина справді не допоможуть.

*ナウい* /nauī/ актуальний, теперішній

「ナウい漫画の描き方」の例として出ていたのに……。

З'явилося як приклад «малювання сучасної манги»

*エグい* /egui/ має і позитивне і негативне значення: важкий, неприємний; неймовірний

見たいアニメどれもエグい長くて寝ちゃうわ

Усі аніме, які я хочу глянути, настільки довгі, що я засинаю

*ブルー* /buru:/ сумний, від англійського сталого виразу *to feel blue*

「僕が頑張ってると思って、君も頑張ってください」はい(泣)私も頑張ります(泣)今週はちょっとブルーだったからこそ、この言葉がめちゃくちゃ沁みてる……泣

«Я роблю все, що в моїх силах, тож ти теж постарайся». Так (плаче) Я зроблю все можливе (плаче). Саме тому, що цей тиждень був трохи депресивним, ці слова потрапили в серце... (плаче)

### 2.2.8. Запозичення

У молодіжній лексиці нерідко має місце словотвір на базі запозичених лексем гайрайго, переважно з англійської мови. Притаманні заміни японського слова або його частини запозиченим англійським компонентом, скорочення, використання запозичених афіксів. Однією з основних причин використання запозичених англійських слів і словосполучень в молодіжній лексиці є вплив

західної культури, а також слів в японській мові не завжди достатньо для опису нових понять, технологій та ідей, особливо пов'язаними з соціальними мережами. До того ж молодь прагне створити більш оригінальні та виразні слова з метою самовираження. Розглянемо кілька прикладів:

ナイス /naisu/ від 'nice' – класний

イケボ /ikebo/ (від イケメンボイス) – привабливий чоловічий голос.

リアタイ /riatai/, скорочене від リアルタイム, – в режимі реального часу, наприклад テレビ番組やネット配信をリアルタイムで視聴する Перегляд ТВ-програм та веб-трансляцій в режимі реального часу. Також може вживатись у значенні «брати участь»: 来月のその日は好きなアーティストのライブにリアタイ予定だから、一緒に遊べない Наступного місяця планую піти на лайв улюбленого виконавця, підеш зі мною?

ういる /wiru/ зараз робитиму, від «will», вживається переважно у Твіттері, наприклад ラーメンういる Зараз піду їсти рамен.

あごう /ago:/ був, ходив, від «ago», наприклад: 京都あごう Був у Кіото.

わず /wazu/ був, ходив, від «was», наприклад: カラオケわず Ходив у караоке. Дія відбулась не так давно, як у випадку あごう . Обидва слова вживаються користувачами Твіттеру.

だん /dan/ був, зробив, від «done», вживається подібно до わず.

メンヘラ /menheru/ походить від メンタルヘルス /mentaruherusu/ «психічне здоров'я», але означає «психічно хвору людину», «психічне порушення». Часто так кличуть тих, хто обмежує себе через залежність від друга або коханої людини, не може жити без неї. 彼女がメンヘラかもしれない. «Здається, вона божевільна».

メンブレ /membure/, скорочене від メンタルブレイク «психічний розлад», що означає болісний стан душі. 「彼女にフラれてメンブレしたわ」 Мені відмовила дівчина і я морально зламався. 「テストの点数悪すぎてメンブレなう」 Я зараз страждаю через препогані оцінки за тест.

エアプ /earu/ (від エアプレイ або エアプレイヤー) – не мати реального досвіду чи знань, але вдавати ніби є. Часто вживається для негативної оцінки

людини, але може бути й самоіронічним жартом. Походить від エアギター (уявної гітари, на якій вдають гру), від якої усередині 2000-х утворились похідні слова エア〇〇. Слово нашло свій початок у 2016 в інтернеті, а в 2018 стало популярним і в реальному житті серед молоді до 25 років.

ダブスタ /dabusta/ подвійні стандарти, від ダブルスタンダード, «double standard». Слово з'явилося ще у 2000-х і вживалось як в інтернеті, так і у реальному спілкуванні, з 2018 розповсюдилось саме у Твіттері та у мовленні. Звичайно, має негативне значення: 都合のいいようにダブスタで対応してるの 見てきたから信用できない Не можу йому довіряти, адже бачив його подвійну натуру. Але може бути вжите і з самоіронією: まあ今回はダブスタでいってみようかな Що ж, цього разу спробуємо за подвійним стандартом.

ヲチ /ochi/, від ウォッチ (watch) або ウォッチング (watching) – слідкувати за сторінкою або кимось, має негативний відтінок. Має похідні іменники ヲチャ або ヲチャー /очя/ (watcher) – той, хто слідкує. На форумі 2ch є тред ヲチスレ /очісуре/, де слідкують за трендами і обмінюються інформацією.

イエー, いえあ /yea/ «Так! Ура!», від «Yeah».

ベランピング /berampingu/ – кемпінг на балконі, утворене від ベランダ /beranda/ і グランピング /gurampingu/, тобто гламурного кемпінгу, що від グラマラス /guramasu/ і キャンピング /kyampingu/.

フレネミー /furenemi/ фальшивий друг, злодруг, від friend та enemy

マスクマジック /masuku majikku/ маско-магія, наприклад 可愛いと思って声かけたらマスクマジックだった…Здавалась милою, та як заговорила, виявилось – маско-магія.

オフゲー /ofuge/ офлайн ігри

ネットゲ /netoge/ онлайн ігри

アンスト /ansuto/ видаляти, від アンインストール (uninstall), деінсталяція

ドリンク /dorinku/ напої

スイーツ /suitsu/ солодощі

チャレンジ /charenji/ челендж (жанр інтернет-роликів, в яких блогер виконує завдання, а потім пропонує його повторити іншим); виклик; випробування

ポピュラー /popuura/ популярний

パリピ /paripi/ любитель вечірок, від パーリーピーポー (party people). Виникло в 90-ті і позначало зірок, що привертають увагу на вечірках. У 2015 слово підхопили і розповсюдили у сучасному значенні молоді дівчата, було найпопулярнішим словом року, а молодь близько 20 років називали パリピ世代 - поколінням любителів вечірок.

イマフレ /imafure/, від イマジネーションフレンズ - уявний друг

ノンストップ /nonsutoppu/ нон-стоп, без зупинок, безперервно

カンニングペーパー /kanningure:pa:/ шпаргалка

ジャパニーズ /jyapani:zu/ японський

カオス /kaosu/ хаос

トラブル /toraburu/ неприємності

ラッキー /rakki/ щасливець

ムービー /mu:bi:/ фільм

バンギャル /bangyaru/ фанатка груп, від バンドのファンのギャル

コスメティックバイオレンス /kosumetikku bayorensu/ косметичне насилля, має два значення: 1) переборщити з парфумами так, що всім заважає їх запах; 2) робити макіяж у публічному місці чи транспорті.

フェイクニュース /feiku nyu:su/ фейкові новини

ファースト /fasuto/ перший

インプレッション /impureshyon/ враження

ディスプレイ /disupurei/ дисплей

フリーランス /furiransu/ фріланс

エンターテインメント /enta:teimento/ розваги

タレント /tarento/ талант, популярна у медіа людина

イベント /ibento/ івент, подія, захід

ユーザー /yu:za:/ користувач

アカウント /akaunto/ акаунт  
エゴサーチ /egosachi/, エゴサ /egosa/ пошук про себе в інтернеті,  
утворено від «egosearching», хоча насправді в англійській такого слова немає,  
натомість існує «egosurfing».

ニックネーム /nikkuneimu/ нік, нікнейм

コテハン /kotehan/ нік, нікнейм, від 固定ハンドルネーム

ハンドルネーム /handoruneimu/ нік, нікнейм

ツイッター /tsuitta:/ Твіттер

インスタ /insuta/ Інстаграм

インスタグラマー /insutagurama:/ інстаграмер

ストーリー /suto:ri:/ історії, сторіс

リップ /ripu/, リプライ /ripurai/ реплай, відповідь

リツイート /ritsui:to/ ретвіт

ファボ /fabo/ лайкнути, від favorite

アンファボ /anfabo/ прибрати лайк

フォロバ /foroba/ підписатись у відповідь, від フォローバックする

フォロリク /forotiku/ запит на підписку, від フォローリクエスト

ブロック /burokku/ блокування

スパブロ /supaburo/ блокування спаму, від スパムブロック

デマッター /dematta:/ користувач, що розповсюджує фейки, неправдиву  
інформацію у твітах

リスト /risuto/ списки

リスイン(する) /risuin/ додавати до списку, від リストインビテーション

ニュースフィード /nyu:sufi:do/ стрічка новин

タイムライン /taimurain/ хроніка

スレッド /sureddo/ тред, гілка обговорення

ソース /so:su/ джерело, від «source», не має нічого спільного з соусом.

メンション /menshyon/ згадування

ツイドル /tsuidoru/ Твіттер-ідол, людина, що прославилась завдяки  
Твіттеру; не стосується власне ідолів і відомих зірок.

インフルエンサー /infuruensa/ інфлуенсер – людина, що має вплив на аудиторію.

トレンド /torendo/ тренди

ボット /botto/ бот

ミラー /mira:/ копіювати контент

エロイプ /eroipu/ непристойні онлайн-чати або дзвінки

アンチ /anchi/ або アンチリスナー /anchirisuna:/ хейтер, той, хто ненавидить оратора, від префікса «anti».

アンチコメ /anchikome/, アンチコメント /anchikomento/ коментарі від хейтера, від префікса «anti».

ブルスク /burusuku/ синій екран (смерті), blue screen

ギャラリー /gyarari:/ галерея

ウェブチャンネル /webbu chaneru/ веб-канал

アクセス /akusesu/ доступ

レスポンス /resuponsu/ відповідь, від якого походять:

亀レス /kame/ той, хто повільно відповідає на повідомлення

即レス /sokuresu/ той, хто негайно відповідає на повідомлення

Таким чином, молодіжна мова є соціолектом, лексика якої виходить з контексту і структури слова, з яких виникає поняття ‘неясності’. Без пояснення етимології, структури та процесу виникнення таких слів як наприклад ブタメシ, 今北産業, ス сторонні люди скоріш за все не здогадаються їх значення.

### 2.3. Семантичні зміни у вакамоно котоба

При розгляді семантичних змін, можемо говорити про кількісні семантичні трансформації (звуження значення слова та його розширення); якісні – перенесення значення (метафоризація, метонімізація). В контексті вакамоно котоба можуть виникати нові значення слів через гру слів, метафори, іронію та інші контекстуальні фактори, які впливають на семантику слів мовлення молоді.

Гра слів – це метод, при якому замість частини або повної назви слова використовується інше слово, яке має схожу вимову. Словотвір відбувається на основі подібності вимови, а не спорідненості значення, тому важко зафіксувати певний шаблон. Гра слів використовується для створення гумористичних ефектів в мові молодіжного середовища, і ці слова мають тенденцію бути дуже короткочасними. Розглянемо деякі приклади:

フロリダ /furorida/ «Я побіг купатись», не має нічого спільного з американським штатом, а походить від 風呂で離脱する /furo de ridatsu suru/ «припиняю дзвінок, бо йду приймати ванну», вживається для завершення розмови по телефону або онлайн-вечірки тощо. 「ごめん、フロリダするからまたあとで！」 «Вибач, я побігла в ванну, пока». Тут ми бачимо перехід від початкового денотативного значення до конотативного. Слово могло б відноситися до штату Флорида, але в контексті речення має конотативне значення «приймаю ванну, тому не зможу відповісти». Це значення не пов'язане з походженням слова, але це конотація, створена за допомогою подібного звукового шаблону.

ベッケンバウアー /bakkenbaua:/ – має значення 「別件がある。」 /bekken ga aru/ – «у мене є інші справи» або фрази на кшталт 「ところで」 /tokoro de/ для зміни теми бесіди; сленг утворений за аналогічним звучанням. Хоча це насправді ім'я німецького футболіста, автор неологізму, і в особливості його популяризатори навряд чи знають про це. Приклади вжитку: 1) ごめん。その日はベッケンバウアー。Вибач, у мене є інші справи в той день; 2) ところで、ベッケンバウアーになるけどいいかな? Власне як щодо змінити тему?

そんなバナナ /sonna banana/ від そんな馬鹿な /sonna baka na/ «таке дурне», це старий жарт, і вважається архаїзмом, втім схоже, що і молодь може ним іноді користуватись: 昨晚目前で限定つけが売り切れ そんなバナナ «Вчора в мене на очах було розпродано лімітовану серію, я такий дурник».

Метафора є ще одним ефективним способом словотвору в мовленні японської молоді. Вона полягає у використанні існуючого слова зі зміненою

семантикою, що надає їм нового значення, яке можна застосувати лише в межах групи. Наприклад:

ロールキャベツ /ro:rukyabetsu/ вживають не у сенсі «голубців», а у метафоричному сенсі як «людина, що виглядає як ‘травоїдна’ тобто не зацікавлений у активному пошуку партнера, але насправді – ‘хижак’», що може бути сказано про обидві статі. Так само як і ця страва ззовні виглядає як овоч, коли всередині прихована м’ясна начинка.

バーコード /ba:ko:do/ у прямому значенні це штрих-код на товарі, але у переносному – зачіска, що візуально нагадує штрих-код за формою, наприклад у лисої людини.

B ダッシュ /bi dashyu/ насправді це кнопка на ігровому контролері, яка змушує персонажа бігти, тому це слово використовується для позначення людей, які поспішають або енергійну швидку дію.

ハンター /hanta:/ використовується для опису людей, які дуже активні в пошуку романтичних відносин та мають підхід мисливця, як і в охоті на здобич.


チー牛 /chigyuu:/ гюдон з сиром, тобто його денотативне значення – страва, втім його почали використовувати для опису людини. Існує ілюстрація, яка спричинила виникнення та популярність цього слова. На ньому зображено чоловіка в окулярах, який замовляє спеціальну порцію гюдону з потрійним сиром і яйцем в круту. Приблизно у 2018 році це стало гарячою темою обговорень в мережах, а людей, що мають зовнішній вигляд як у чоловіка на ілюстрації стали називати チー牛 . Це людина в окулярах, з дитячою зачіскою та виразом обличчя, інфантильна, без амбіцій, енергійна в інтернеті, але похмура в реальності. Термін часто використовується для опису негативного ставлення до отаку чи неформальних осіб, але також може бути використаний для самоіронії. Наприклад: たまに Twitter で流れてきてた「やしろあずき」って漫画家、女だと思ってたら男だし顔面も初めて見たけどチー牛みたいだったし、やってることも気色わりい Я думав, що мангака Яшіро Адзукі, який час від часу з’являвся в Твіттері, це жінка, але це чоловік, і коли я вперше

побачив його обличчя, воно виглядало як сирний гюдон, та й мені неприємно те, що він робить.

Отже, кожен з цих термінів описує певну характеристику або стан людини чи речі, але при цьому використовується асоціація з іншою, відмінною від описуваної характеристикою, сферою життя. Це дозволяє зробити опис більш яскравим та емоційним, а також допомагає з легкістю відтворювати в уяві описувану характеристику.

#### 2.4. Динаміка розвитку семантичних категорій

Нами було зібрано 50 вакамоноґо зі списків найбільш розповсюджених слів за 2021-2023 роки [75, 76, 77, 78]. Серед цих слів виділяються за їхніми лексико-семантичними особливостями наступні категорії: «емоції, мовні звички» (19 слів або 38%), «відносини та повсякденне життя» (15 слів або 30%), «дії» (5 слів або 10%), «їжа» (4 слова або 8%), «розваги» (3 слова або 6%), «іменникові конструкції» (2 слова або 4%), «мода» (1 слово або 2%), «секс» (1 слово або 2%). Розподіл обраної лексики можна побачити на Таблиці 2.1.

Емоції, мовні звички	すこ, ワンチャン, てえてえ, 好ハオ, ひよってるやついる?, ビッタビタにはめてましたね, はにゃ?, 好きピ/ちゅきび, もみあげ手裏剣, 羽ばたいている, プルい, ~しか勝たん, アセアセ, きまZ, それな, エモい, 激おこふんぷん丸, バビる, ぴえん
Дії	ちいかわ構文, RPS, 領域展開, チルする、チルい, ディスる, チー牛,
Розваги	超チルなラッパー, やりらふいー, ユザネ
Відносини та повсякденне життя	限界オタク, 素人質問で恐縮ですが, (  )ペア, 母胎ソロ, ニシパ, メンヘラ, リムる, してもろて, ちょえ, 草, チー牛, ウーロン茶, ぴ, り, アマゾン生える
Мода	地雷メイク
Секс	スパダリ
Іменникові конструкції	ぴえん系女子, 地雷系女子
Їжа	マスク会食, 路上飲み, おうちカフェ, ダルゴナコーヒー

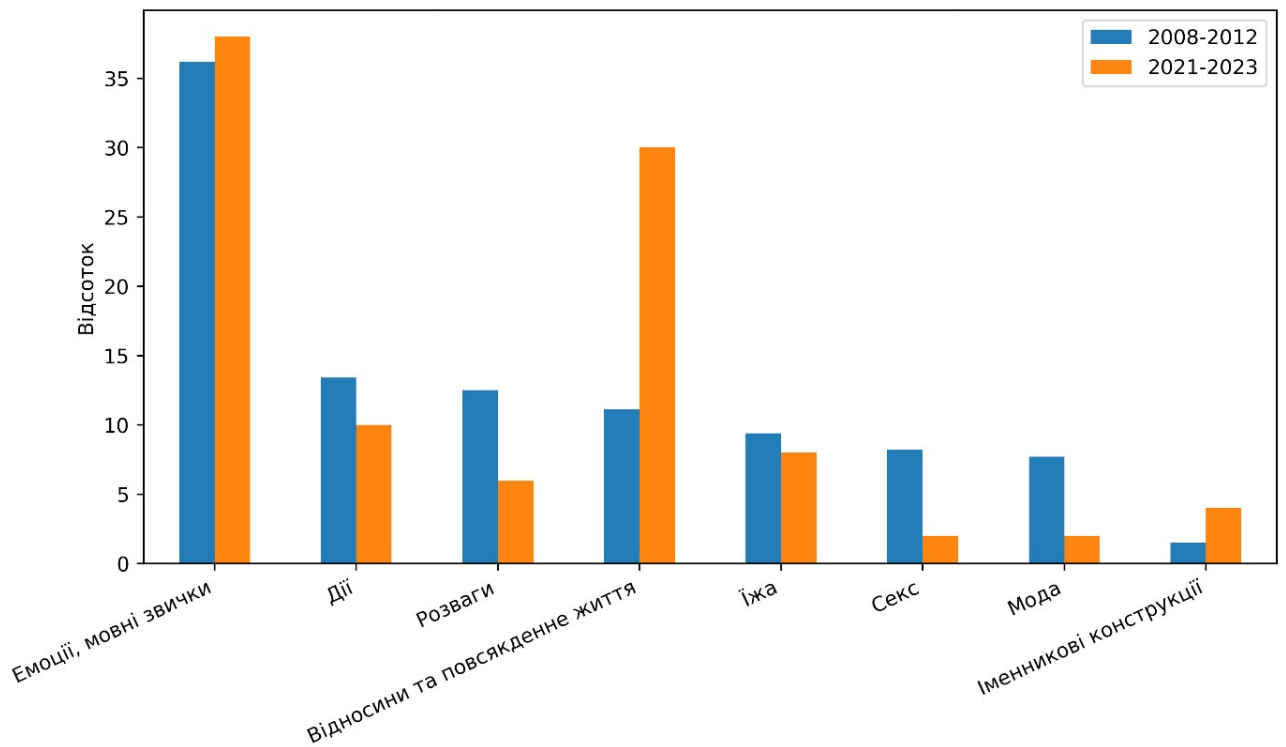
Таблиця 2.1. Розподіл семантичних категорій популярних нині вакамоноґо

Цікаво, що ワンチャン в останні роки почав вживатись переважно у значенні «можливо», а не «останній шанс» як раніше. Втім його тлумачення

залежить від мовця. Помітно, що аж 3 лексеми мають в собі елемент 好き /suki/ – любити, подобатись, зокрема すこ /suko/ милозвучний інтернет-сленг від 好き, 好きピ /ちゅきぴ /sukipi/ краш, улюблена людина, 好ハオ /hao/ походить з китайської, де цей ієрогліф читається як ‘хао’, але там він означає «добре», тому слово запозичило вимову, але залишилось вірним японському значенню і вживається як «любити, подобатись».

На нашу думку, слова, пов’язані з популярними зараз аніме чи манга, скоріше вийдуть з вжитку через кілька років або після спаду популярності художнього твору. В той же час, згадані вище слова, що передають емоції, та іменникові конструкції для категоризації людей – можуть залишитись надовго в мовленні молоді, та більш того, увійти до вжитку поза молодіжним соціолектом.

Порівнюючи наші дані з попереднім дослідженням, проведеним Я.Кімом в період з 2008 по 2012 роки, який ми детально розглядали в першому розділі, можна зробити висновок, що вираження емоцій все ще є головною функцією вакамоного, і складають 38% від загальної кількості слів, що майже ідентично цифрам минулого десятиліття. Помітно, що значення людських відносин для молоді зросло, оскільки категорія «людські відносини та повсякденне життя» збільшилась з 11,1% до 30%, піднявшись з 4 на 2 позицію. Проте, варто зазначити, що зміст слів цієї категорії може бути абсолютно неясним для сторонніх осіб, оскільки в японському суспільстві емоції ніколи не висловлюються напряду. (Графік 2.1)



Графік 2.1. Хронологічні зміни в семантичних категоріях

Можемо припустити, що такі зміни у розподілі семантичних категорій пов'язані з пандемією COVID-19, яка мала значний вплив на соціальне життя та економіку більшості країн світу. Люди були змушені дотримуватися карантинних обмежень та ізоляції, що вплинуло на їхні звички та спосіб життя. Молодь, як активна та соціальна група, також була позбавлена багатьох можливостей для спілкування та розваг. Тому, можливо, більше уваги приділялось особистим відносинам та повсякденному життю, а не моді. Проте, треба зазначити, що мода є складовою частиною японської молодіжної культури, і її вплив може бути помітним навіть в період пандемії. Вірогідно, молодь використовувала інші канали для спілкування і вираження свого стилю та індивідуальності, наприклад соціальні мережі.

Таким чином, деякі семантичні категорії залишаються стійкими, тоді як інші можуть змінюватись відповідно до соціально-культурних процесів в суспільстві. Вираження емоцій є головною функцією вакамоноґо, тому слова цієї категорії складають більше ніж третину від загальної кількості, що майже ідентично даним минулого десятиліття. Така ж тенденція, вірогідно, продовжиться і в наступних роках.

## Висновки до розділу 2

Загальною метою емпіричного дослідження було вивчення структурних та лексико-семантичних особливостей вакамоно котоба. Ми описали методіку дослідження, що включає в себе збір даних з соціальних мереж, зокрема з Твіттеру, структурний та семантичний аналіз лексем, та їх категоризацію.

Було визначено 8 видів типового словотвору в молодіжній японській мові, що зустрічаються в лексиці останніх років, що допомагає зрозуміти значення слів та їх смислові відтінки. Було описано семантичні трансформації, що переважно відбуваються шляхом метафоризації та гри слів. Асоціація з іншою сферою життя допомагає зробити образ більш яскравим та емоційним, відтворити в уяві описувану характеристику. Тобто вакамоно котоба тісно пов'язані з контекстом та структурою слова.

Ми проаналізували динаміку розвитку семантичних категорій у вакамоно котоба та дійшли висновки про те, що деякі семантичні категорії залишаються стійкими, тоді як інші можуть змінюватись відповідно до соціально-культурних процесів в суспільстві. Вираження емоцій залишається головною функцією вакамононого, а категорія «людські відносини та повсякденне життя» зросла з 11,1% до 30%, порівняно з минулим десятиліттям.

Отже, дослідження показало, що молодіжна мова та вакамоно котоба не є статичними та можуть змінюватись в залежності від соціальної ситуації, масової культури та її трендів. Нова лексична одиниця за певний час починає сприйматися носіями як застаріла і виходить з активного вжитку, втім деякі лексеми можуть навпаки увійти у загальний вжиток.

## ВИСНОВКИ

Соціолект – мова конкретної соціальної групи, об'єднаної спільними факторами, що відображає її культурні та соціальні особливості. Соціолекти, безперечно, розширюють лексичний запас мови та сприяють її розвитку. Однак, вони можуть як прикрашати її, так і забруднювати. Молодіжному соціолекту притаманні вживання сленгу, арготизмів та створення нових лексичних одиниць. Молодь використовує мову, щоб показати свою індивідуальність та самостійність, відкидає нормативну мову та формальності, які вважаються застарілими та неприємними, такими що створюють дистанцію між людьми.

Вакамоно котоба або вакамоного – це мова, яку люди у віці 15-30 років використовують серед однолітків з метою створення веселої взаємодії, покращення спілкування, вираження єдності, передачі значень за допомогою візуально та акустично сильних виразів, таємниці спілкування всередині групи, пом'якшення виразів та зниження напруги. Ми розглянули існуючі класифікації вакамоно котоба, зокрема за їх вжитком у часі, за характеристиками, функціями та словотвором.

Вакамоного часто зазнає критики старших поколінь через такі тенденції, як зловживання багатозначними формами, надмірне вживання префіксів та емфатичних прислівників, скорочень та абревіатур, введення багатьох неологізмів, запозичення слів з інших мов, розширення семантики існуючих суфіксів. Для деяких це неправильне використання та руйнування мови, а інші ж вважають ці явища природним процесом мовних змін. Більш того, такі структури можуть збільшувати ступінь неясності слів, створювати бар'єри в розумінні для тих, хто не є членами групи, хоч це і не є основною ціллю молоді. Тому, більшість молоді свідомо ставиться до свого мовного вжитку і обирає стиль мовлення залежно від комунікативної ситуації. Також важливо зрозуміти, що вакамоно котоба є іншою формою мовлення, яка відображає відмінності поколінь і культурних груп. Розуміння цих відмінностей може допомогти

побудувати ефективну комунікацію з молодими людьми і зберегти мовну традицію.

Ми зібрали матеріал з інтернет-джерел, таких як соціальні мережі, зокрема Twitter, відеоблоги та інші медіа-ресурси, якими користується молодь в Японії. Соціальні мережі є інструментом комунікації один з одним для понад 80% молоді, тому мова публікацій є невимушена та природна, має розмовний характер і велику кількість вакамоно котоба. Технічний прогрес та розповсюдження соціальних мереж спричинив зміну шляхів комунікації, що призвело до змін і у мові. Скорочення заради зменшення кількості символів перейшли з екранів пристроїв і до повсякденного мовлення.

Було визначено 8 видів типового словотвору в молодіжній японській мові, що зустрічаються в лексиці останніх років, а саме: зміна звуку, зміна у записі, скорочення, інверсія порядку літер, афіксація, вербалізація, ад'єктивація та запозичення. При цьому ми врахували контекст та конотації. Структурний аналіз також допомагає виявленню механізмів утворення вакамононого та словотвірних елементів їх формування, що сприяє розумінню значення слів та їх смислових відтінків.

Було описано семантичні трансформації, які переважно відбуваються шляхом метафоризації та гри слів, змінюючи початкове денотативне значення на конотативне. Завдяки асоціації з іншою сферою життя, образ слова стає більш яскравим та емоційно забарвленим, що допомагає уявити описувану характеристику. Вакамоно котоба тісно пов'язані з контекстом та структурою слова, без урахування яких виникає нерозуміння значення та інтенцій мовця. Цікаво, що значення однієї лексичної одиниці вакамоно котоба може змінитись з роками.

Ми здійснили поділ на основні семантичні категорії найбільш розповсюджених вакамоно котоба за 2021-2023 роки та навели відсотковий їх розподіл: «емоції, мовні звички» (38%), «відносини та повсякденне життя» (30%), «дії» (10%), «їжа» (8%), «розваги» (6%), «іменникові конструкції» (4%), «мода» (2%).

Проаналізувавши динаміку розвитку семантичних категорій у порівнянні з 2008-2012 роками, бачимо що, вираження емоцій залишається головною функцією вакамоного, адже слова цієї категорії складають більше ніж третину від загальної кількості в обох часових проміжках. Така ж тенденція, вірогідно, продовжиться і в наступних роках. Однак, бачимо, що категорія «людські відносини та повсякденне життя» набула більш важливого значення для молоді і зростає з 11,1% до 30%. Таким чином, деякі семантичні категорії залишаються стійкими, тоді як інші можуть змінюватись відповідно до соціально-культурних процесів в суспільстві. Можемо припустити, що слова, пов'язані з популярними зараз аніме чи мангою, скоріше вийдуть з вжитку через кілька років або після спаду популярності художнього твору. В той же час, слова, що передають емоції або іменникові конструкції для категоризації людей – можуть залишитись надовго в мовленні молоді, та більш того, увійти до вжитку поза молодіжним соціолектом.

Отже, дослідження показало, що молодіжна мова та вакамоно котоба не є статичними та можуть змінюватись в залежності від соціальної ситуації, масової культури та її трендів. Нова лексична одиниця за певний час починає сприйматися носіями як застаріла і виходить з активного вжитку, втім деякі лексеми можуть навпаки увійти в загальний вжиток. Мова – це живий організм, який змінюється з часом та залежить від культурних, соціальних та інших факторів. Молодь завжди була тим соціальним шаром, який формує нові культурні та мовні тренди.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова О. В. Молодіжний соціолект як лінгвістичний феномен (до питання термінологічного визначення поняття) [Електронний ресурс] / О. В. Александрова // Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки. – 2014. – № 19. – С. 3-10. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvprpu\\_2014\\_19\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvprpu_2014_19_3).
2. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook (на матеріалі англійської мови) [Електронний ресурс]: дис. канд. філ. наук / Дзюбіна О. І. – Львів, 2016. – 206 с. – Режим доступу: [https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis\\_dzyubina.pdf](https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis_dzyubina.pdf)
3. Зірка В. В. Функції соціолектів у сучасному медійному дискурсі: питання перекладу [Електронний ресурс] / В. В. Зірка, Н. В. Зінуківа // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – 2014. – С. 54–61. – Режим доступу: <https://langcenter.kiev.ua/Lingvistika%202014/Zirka.pdf>
4. Ключка Н. Я. Лексико-семантичне поле як структурне утворення / Н. Я. Ключка // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Чернівці : Буковинський державний медичний університет, 2012. – Випуск 24. – С. 129-131.
5. Козко О. Молодіжний соціолект та його мовні особливості [Електронний ресурс] / О. Козко // Актуальні питання іноземної філології. – 2019. – № 10. – С. 164-170. – Режим доступу : <https://apiph.vnu.edu.ua/index.php/apiph/article/view/195/189>
6. Комарницька Т.К. Сучасна японська літературна мова: теоретичний курс: в 2 т. Т. 1. / Т.К. Комарницька, К.Ю. Комісаров. – Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – 320с.
7. Кучер Т. Молодіжна культура та проблеми ідентичності [Електронний ресурс] / Т. Кучер // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Культурологія. – 2010. – Вип. 5. – С. 56-60. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl\\_2010\\_5\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl_2010_5_9)

8. Ніколаєва, Т. М. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж [Електронний ресурс] / Т. М. Ніколаєва // Закарпатські філологічні студії : науковий журнал/ голов. ред. І. М. Зимомря. – Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", 2019. – Т. 2.– Вип. 9. – С. 96–101. – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/33170>
9. Павелків В. Р. Молодіжна субкультура та її вплив на процес ідентифікації особистості [Електронний ресурс] / В. Р. Павелків // Психологія: реальність і перспективи. – 2015. – Вип. 5. – С. 117-123. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/prp\\_2015\\_5\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/prp_2015_5_23)
10. Пирогов В. Динаміка японської мови і писемності в контексті дихотомії "ієрогліф – вимовне слово": порівняльно-типологічний аспект [Електронний ресурс] / В. Пирогов // Мовні і концептуальні картини світу. – 2014. – Вип. 49. – С. 76-81. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks\\_2014\\_49\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_49_15).
11. Погоріла А. І. Особливості функціонування неологізмів у молодіжному мовленні [Електронний ресурс] / А. І. Погоріла // Молодий вчений. – 2017. – № 4.3. – С. 208-211. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2017\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_4).
12. Рогожук Б. О. Структурно-семантичні особливості лексики кіберпростору в сучасній англійській та українській мовах [Електронний ресурс] / Б. О. Рогожук // Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. – 2022. – №14. – С. 181–184. – Режим доступу: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/12096/11971>
13. Сидорук Г. І. Інтернет-скорочення як засіб мовної економії [Електронний ресурс] / Г. І. Сидорук // Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. – 2016. – Вип. 14. – С. 292-299. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt\\_2016\\_14\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2016_14_35)
14. Шевчук Ю. Молодіжна субкультура як складова формування особистості підлітків: позитивні та негативні аспекти [Електронний ресурс] / Ю. Шевчук // Нова педагогічна думка. – 2014. – № 3. – С. 76-79. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd\\_2014\\_3\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2014_3_21)

15. Юречко Д. О. Структурно-семантичні особливості скорочень у соціальній мережі Твіттер [Електронний ресурс] / Д. О. Юречко, О. О. Залужна // Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. – 2020. – №12. – С. 287–290. – Режим доступу: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9286/9230>
16. Barešová I. Creativity and Innovation in Word Formation by Japanese Young People [Електронний ресурс] / I. Barešová, H. Zawiszová // Language U. – 2014. – С. 157. – Режим доступу: [https://www.researchgate.net/publication/283491042\\_Creativity\\_and\\_Innovation\\_in\\_Word\\_Formation\\_by\\_Japanese\\_Young\\_People](https://www.researchgate.net/publication/283491042_Creativity_and_Innovation_in_Word_Formation_by_Japanese_Young_People)
17. Gottlieb N. Word-Processing Technology in Japan: Kanji and the Keyboard / Nanette Gottlieb. – 1st Edition. – New York : Oxford University Press, 2000. – 236 с.
18. Igarashi Y. The Changing Role of Katakana in the Japanese Writing System: Processing and Pedagogical Dimensions for Native Speakers and Foreign Learners / Y. Igarashi – M.A.: University of Victoria, 2004. – с.296.
19. Niramaya K. K. New phenomena in Japanese youth language: contrary meaning of 'pien' [Електронний ресурс] / K. K. Niramaya, F. Filia // International Review of Humanities Studies. – 2023. – №7. – С. 473–490. – Режим доступу: <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1036&context=irhs>
20. Putri M. A. Morphological Errors on Japanese Verb Conjugation to Passive Form at Third-Year Students of Japanese Education Study Program of UNP [Електронний ресурс] / Putri // Eighth International Conference on Languages and Arts (ICLA-2019). – 2020. – С. 258–263. – Режим доступу: <https://www.atlantispress.com/article/125943471.pdf>
21. Seraku T. Mi-nominalizations in Japanese Wakamono Kotoba 'youth language' [Електронний ресурс] / Seraku // Pragmatics. – 2021. – №31. – С. 278–302. – Режим доступу: [https://www.researchgate.net/publication/347151409\\_Mi-nominalizations\\_in\\_Japanese\\_Wakamono\\_Kotoba\\_'youth\\_language](https://www.researchgate.net/publication/347151409_Mi-nominalizations_in_Japanese_Wakamono_Kotoba_'youth_language)

22. Takako T. The loanword (gairaigo) influx into the Japanese language: contemporary perceptions and responses / T. Takado. – 2005. – с.309
23. Zawiszová H. Emotivity in Japanese Youth's Conversational Interactions [Электронный ресурс] / Zawiszová. – Olomouc, 2012. – 95 с. – Режим доступа: <https://theses.cz/id/693g6b/>
24. 福原 裕一. 「~みたい」表現の分析 [Электронный ресурс] / 裕一 福原 // 東北大学国際文化学会. – 2013. – №19. – С. 101–116. – Режим доступа: <https://core.ac.uk/reader/235940480>
25. 林 千賀. ブログからみえる若者言葉の『ってゆうか』 : 社会言語学的研究への示唆 [Электронный ресурс] / 千賀 林 // 城西国際大学. – 2007. – №12. – С. 75–90. – Режим доступа: [https://libir.josai.ac.jp/il/user\\_contents/02/G0000284repository/pdf/JOS-KJ00004726721.pdf](https://libir.josai.ac.jp/il/user_contents/02/G0000284repository/pdf/JOS-KJ00004726721.pdf)
26. 平成12年度「国語に関する世論調査」の結果について [Электронный ресурс] // 文化庁 . – 2001. – Режим доступа: [https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/kokugo\\_yoronchosa/h12/](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/kokugo_yoronchosa/h12/)
27. 平成13年度「国語に関する世論調査」の結果について [Электронный ресурс] // 文化庁 . – 2002. – Режим доступа: [https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/kokugo\\_yoronchosa/h13/](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/kokugo_yoronchosa/h13/)
28. 平成15年度「国語に関する世論調査」の結果について [Электронный ресурс] // 文化庁 . – 2004. – Режим доступа: [https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/kokugo\\_yoronchosa/h15/](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/kokugo_yoronchosa/h15/)
29. 平成18年度「国語に関する世論調査」の結果について [Электронный ресурс] // 文化庁 . – 2007. – Режим доступа: [https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/kokugo\\_yoronchosa/h18/](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/kokugo_yoronchosa/h18/)

30. 平成 20 年度「国語に関する世論調査」の結果について [Elektronnyy resurs] // 文化庁 . - 2009. - Режим доступа: [https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/kokugo\\_yoronchosa/h20/](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/kokugo_yoronchosa/h20/)
31. 平成 26 年度「国語に関する世論調査」の結果について [Elektronnyy resurs] // 文化庁 . - 2015. - Режим доступа: [https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/kokugo\\_yoronchosa/pdf/h26\\_chosa\\_kekka.pdf](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/kokugo_yoronchosa/pdf/h26_chosa_kekka.pdf)
32. 洞澤 伸. 若者たちの言語生活に見られる他者の不在 : 岐阜大学「キャンパスことば」とその周辺事情の考察 [Elektronnyy resurs] / 伸 洞澤 // 岐阜大学地域科学部研究報告 . - 2000. - №6. - С. 13-68. - Режим доступа: <https://repository.lib.gifu-u.ac.jp/bitstream/20.500.12099/4471/1/KJ00004182506.pdf>
33. 洞澤 伸. 「バイト敬語」を使う若者たち : 話し手の心理と聞き手の印象 [Elektronnyy resurs] / 伸 洞澤, 江里子 岡 // 岐阜大学地域科学部研究報告 . - 2006. - №19. - С. 1-31. - Режим доступа: [https://repository.lib.gifu-u.ac.jp/bitstream/20.500.12099/4608/1/reg\\_030019001.pdf](https://repository.lib.gifu-u.ac.jp/bitstream/20.500.12099/4608/1/reg_030019001.pdf)
34. 井上 史雄. 文献初出年と方言分布重心にみる標準語の歴史 [Elektronnyy resurs] / 史雄 井上 // 国語学 . - 2003. - №54. - С. 59-74. - Режим доступа: <https://bibdb.ninjal.ac.jp/SJL/getpdf.php?number=2130590740>
35. 井上 史雄. 方言学の新天地 / 史雄 井上. - 東京: 明治書院, 1994. - 303 с.
36. 井上 俊輔. コンテクストにゆれる日本 : 若者言葉から見る日本人の現状 [Elektronnyy resurs] / 俊輔 井上, 祐司 中元, 知典 原田 // 早稲田社会科学総合研究. 別冊, 2008 年度学生論文集 . - 2009. - С. 223 - 232. - Режим доступа: [https://waseda.repo.nii.ac.jp/?action=repository\\_uri&item\\_id=14886&file\\_id=162&file\\_no=1](https://waseda.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=14886&file_id=162&file_no=1)
37. 井上博文 大阪教育大学キャンパスことば : 若者言葉の中の外来語 [Elektronnyy resurs] / 博文井上 // 国語教育講座 . - 1999. - 第 130 号. - С. 19-25. - Режим доступа: <http://www.osaka-kyoiku.ac.jp/~inoue/hougen.index/kyanpasukotoba/16gairaiغو.htm>

38. 金子 泰子. 若者と敬語表現 [Elektronnyy resurs] / 泰子 金子 // 上田女子短期大学. - 1994. - №17. - С. 31-45. - Режим доступа: [https://uedawjc.repo.nii.ac.jp/?action=repository\\_uri&item\\_id=389&file\\_id=22&file\\_no=1](https://uedawjc.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=389&file_id=22&file_no=1)
39. 金 鎔均. 日本語若者語の特徴と持続年数に関する考察 [Elektronnyy resurs] / 鎔均 金 // 일본근대학연구. - 2012. - №37. - С. 141-156. - Режим доступа: [https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti\\_id=ART001686633](https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti_id=ART001686633)
40. 北原 保雄. 今どきの日本語 [Elektronnyy resurs] / 保雄 北原 // 前筑波大学. - 2009. - №57. - С. 815-818. - Режим доступа: [https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjrm/57/6/57\\_6\\_815/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjrm/57/6/57_6_815/_pdf/-char/ja)
41. 菊池つばさ 浸透する若者言葉の特徴についての考察 ~由来となった単語との比較から~ [Elektronnyy resurs] / つばさ菊池 // 岩手大学語文学会. - 2012. - № 17. - С. 40-43. - Режим доступа : <https://ci.nii.ac.jp/naid/120005512428>
42. 小矢野 哲夫. 若者ことばと日本語教育 / 哲夫 小矢野 // 大阪外国語大学. - 2007. - №134. - С. 38-47.
43. コミュニケーションの生態系 : 現代日本の若年層の言語使用を中心として [Elektronnyy resurs] / [逸兵 井上, 康瑛 土手, 英美子 松永] // 慶應義塾大学日吉紀要. 言語・文化・コミュニケーション. - 2006. - №36. - С. 1-16. - Режим доступа: [https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/download.php?file\\_id=10623](https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/download.php?file_id=10623)
44. 朽方 修一. キャラクターと文法 — 『NARUTO』に現れる提題表現「ってば」について [Elektronnyy resurs] / 修一 朽方 // 3. - 2013. - С. 59-75. - Режим доступа: [https://www.japanisch-als-fremdsprache.de/jaf/003/JAF\\_003\\_5.pdf](https://www.japanisch-als-fremdsprache.de/jaf/003/JAF_003_5.pdf)
45. 桑本 裕二. 若者ことばの発生と定着について [Elektronnyy resurs] / 裕二 桑本 // 秋田工業高等専門学校研究紀要. - 2003. - №38. - С. 113 - 120. - Режим доступа: <http://id.nii.ac.jp/1533/00000814/>
46. 桑本 裕二. 若者ことばにおける曖昧表現の形態および意味構造の変異について — テレビドラマのデータベースの通時研究への利用を目指して [Elektronnyy resurs] / 裕二 桑本 // 秋田工業高等専門学校研究紀要. - 2013. -

- №49. – С. 68–75. – Режим доступа: [https://akita.repo.nii.ac.jp/?action=repository\\_uri&item\\_id=1029&file\\_id=19&file\\_no=1](https://akita.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=1029&file_id=19&file_no=1)
47. 楠元 莉加. 若者言葉から見る若者の特徴 : 名古屋大学生への調査を通じて [Электронный ресурс] // 莉加 楠元 // 名古屋大学高等教育研究センター. – 2017. – С. 8. – Режим доступа: [https://nagoya.repo.nii.ac.jp/record/23608/files/2017\\_kusumoto.pdf](https://nagoya.repo.nii.ac.jp/record/23608/files/2017_kusumoto.pdf)
48. 松尾 太加志. メディアコミュニケーション [Электронный ресурс] / 太加志 松尾 // 北九州市立大学文学部 - Режим доступа: <http://mlab.arrow.jp/pdf/k0709.pdf>.
49. 真田 信治. 社会言語学 / 信治 真田. – 東京: おうふう刊, 1992.
50. 村田 和代. ポライトネスから見る若者ことばの機能 : 龍谷大学キャンパス語の分析を通して [Электронный ресурс] / 和代 村田 // 龍谷大学国際センター 研究年報 . – 2005. – №14. – С. 25–37. – Режим доступа: <https://mylibrary.ryukoku.ac.jp/iwjs0005opc/TD00308013>
51. 中村 功. 携帯メールのコミュニケーション内容と若者の孤独恐怖 / 功 中村. – 東京: ひつじ書房, 2005. – 264 с.
52. 中野 収. 若者文化術語集—時代の気分を読む / 収 中野. – 東京: リクルート出版, 1987. – 263 с.
53. 小野恭靖 ことばと文字の遊園地 / 恭靖小野. – 新典社, 2010. – 86 с.
54. 小野寺 雅彦. 現代若者を通してみる日本的コミュニケーションのあり方 / 雅彦 小野寺 // 人間科学研究. – 2012. – №25. – С. 65–65.
55. 令和3年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 [Электронный ресурс] // 総務省情報通信政策研究所. – 2022. – Режим доступа: [https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000831289.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000831289.pdf)
56. 佐々木 一隆. 現代日本語の「乱れ」とこれからの日本語 [Электронный ресурс] / 一隆 佐々木 // 外国文学. – 2006. – №55. – С. 97–106. – Режим доступа: [https://uuair.repo.nii.ac.jp/?action=repository\\_action\\_common\\_download&item\\_id=6797&item\\_no=1&attribute\\_id=27&file\\_no=1](https://uuair.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_id=6797&item_no=1&attribute_id=27&file_no=1)

57. 佐久間 淳. 言語学入門: これから始める人のための入門書 / 淳一 佐久間. – 東京: 研究社, 2004. – 162 c.
58. 齋藤 孝. コミュニケーション力 / 孝 齋藤. – 東京: 岩波書店, 2004. – 205 c.
59. 瀬沼 文彰. 若者ことばをフィールドワークする [Электронный ресурс] / 文彰 瀬沼 // コミュニケーション科学. – 2005. – №22. – С. 295–323. – Режим доступа: <https://repository.tku.ac.jp/dspace/bitstream/11150/141/1/комю22-18.pdf>
60. 辛 昭静. 「ら抜き言葉」の使用率に影響する言語内的要因と外的要因 / 昭静 辛 // 計量国語学会機関誌. – 2003. – №24. – С. 94–109.
61. 新世代の言語学—社会・文化・人をつなぐもの / 公一 飯野, 洋 杉田, 由香子 恩村, 直子 森吉. – 東京: くろしお出版, 2003. – 276 c.
62. 杉島 一郎. カタカナ語の使用における中高年者と大学生の比較 / 一郎 杉島 // 仁愛大学研究紀要. – 2005. – №4. – С. 45–56.
63. 鈴木 睦. 変わりゆく日本語と日本語教育の今 [Электронный ресурс] / 睦 鈴木 // カナダ日本語教育振興会. – 2010. – №11. – С. 10–22. – Режим доступа: <https://www.cajle.ca/wp-content/uploads/2022/10/CAJLE-Vol-11.10-22.pdf>
64. 高見澤 孟. 新・はじめての日本語教育 基本用語事典 / 孟 高見澤. – 東京: アスク出版, 2004.
65. 田中 章. 東京語と標準語 / 章夫 田中 // 国學院大學日本文化研究所紀要. – 1993. – №72. – С. 165–209.
66. 富田美咲. 広告表現における若者言葉の有効性[Электронный ресурс] / 美咲富田. – 駒澤大学, 2016. – 30 c. – Режим доступа: <https://www.komazawa-u.ac.jp/~knakano/NakanoSeminar/wp-content/uploads/2021/03/%E5%AF%8C%E7%94%B0%E7%BE%8E%E5%92%B2%E3%80%8C%E5%BA%83%E5%91%8A%E8%A1%A8%E7%8F%BE%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E8%8B%A5%E8%80%85%E8%A8%80%E8%91%89%E3%81%AE%E6%9C%89%E5%8A%B9%E6%80%A7%E3%80%8D.pdf>

67. 上野 智子. 『ケーススタディ 日本語のバラエティ』 / 智子 上野. – 東京: おうふう刊, 2005. – 182 c.
68. 鑓水 兼貴. 「全国若者語調査」結果概観 [Elektronnyy resurs] / 兼貴 鑓水 // 専修国文. – 2014. – №94. – С. 93–117. – Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/71792993.pdf>
69. 鑓水 兼貴. 「全国若者語調査」における言語伝播モデル [Elektronnyy resurs] / 兼貴 鑓水 // 首都圏言語研究の視野 : 首都圏の言語の実態と動向に関する研究 成果報告書. – 2014. – №13. – С. 129–152. – Режим доступа: [https://mmsrv.ninjal.ac.jp/shutoken\\_atlas/results/5-2\\_1302\\_08.pdf](https://mmsrv.ninjal.ac.jp/shutoken_atlas/results/5-2_1302_08.pdf)
70. 米川 明彦. 現代若者ことば考 / 明彦 米川. – 東京: 丸善, 1996. – 242 c.
71. 米川 明彦. 若者ことば辞典 / 明彦 米川. – 東京: 東京堂, 1997. – 260 c.
72. 米川 明彦. 若者を科学する / 明彦 米川. – 東京: 明治書院, 1998. – 306 c.
73. 米川 明彦. 集団語辞典 / 明彦 米川. – 東京: 東京堂, 2000. – 853 c.
74. 米川 明彦. 集団語の研究 / 明彦 米川. – 東京: 東京堂出版, 2009. – 672 c.
75. 2021 若者言葉最新ランキング! 「はにゃ?」「やりらふいー」「ひよってるやついる?」 etc. 流行の JK 語を総まとめ [Elektronnyy resurs] – Режим доступа : <https://numan.tokyo/column/pmpjF/> – Назва з екрану.
76. 【2023 年最新】若者言葉ランキング! 「限界オタク」「すこ」「てえてえ」「好ハオ」 etc. 2022 年検索上位の流行語まとめ [Elektronnyy resurs] – Режим доступа : <https://numan.tokyo/column/ymx3el37/> – Назва з екрану.
77. 【2022 年最新】若者言葉ランキング! 1 位「tos ツイ」3 位「限界オタク」4 位「ちいかわ構文」 etc. 流行の JK 語を総まとめ、人気マンガ発の用語も [Elektronnyy resurs] – Режим доступа : <https://numan.tokyo/column/Hm33i/> – Назва з екрану.
78. 【2023 年最新】若者言葉ランキング! 「限界オタク」「すこ」「てえてえ」「好ハオ」 etc. 2022 年検索上位の流行語まとめ [Elektronnyy resurs] – Режим доступа : <https://numan.tokyo/column/ymx3el37/> – Назва з екрану.
79. 若者言葉辞典 [Elektronnyy resurs] – Режим доступа: <https://boesound.blog.fc2.com/> – Назва з екрану.

80. インターネットスラング [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://kw-note.com/internet-slang/> – Назва з екрану.

15.05.2023



**Семенова Надія Станіславівна**