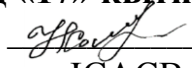


Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
кафедра мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії

**НЕОЛОГІЗМИ В СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІЙ ЛЕКСИЦІ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ:
ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНИЙ ТА ЕТИМОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «магістр»
студентки II курсу магістратури
освітньої програми
*«Східна філологія, західноєвропейська мова та
переклад: японська мова і література»*,
спеціальність – *«Східні мови та літератури
(переклад включно), перша – японська*
Ольга Костянтинівна КОЛЕСНИК
Науковий керівник:
к.філол.н., доц. Тамара КОМАРНИЦЬКА

«Допущено до захисту»
Протокол засідання
кафедра мов і літератур
Далекого Сходу та Південно-Східної Азії
протокол №12 від «17» квітня 2024 року
завідувач кафедри 
д.філол.н, доц. Наталя ІСАЄВА

КИЇВ
2024

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ ЯК МОВНИХ НОВОУТВОРЕНЬ	8
1.1 Неологізми як складова суспільно-політичної лексики	8
1.2 Визначення неологізмів як лексичної категорії.....	10
1.3 Визначення та класифікація неологізмів у японській мові	13
1.4 Основи моделі утворення нових слів у японській мові	15
1.4.1 Нові слова	15
1.4.2 Нові слова, утворені на основі вже існуючих слів	17
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I.....	23
РОЗДІЛ II. ЕТИМОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ.....	25
2.1 Методологічні засади етимологічного аналізу	25
2.2 Запозичення як основне джерело неологізмів	26
2.2.1 Неологізми-запозичення, які транскрибуються катаканою	27
2.2.2 Неологізми-запозичення, які записуються японськими ієрогліфами ..	29
2.2.3 Неологізми-запозичення, які є результатом комбінації катакани з ієрогліфами	31
2.2.4 Власне японські неологізми, які були створені з використанням іншомовних слів.....	32
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II.....	36
РОЗДІЛ III. ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ	37
3.1 Поняття лексичного значення слова	37

3.2 «Канчьо-його» як приклад переосмислення лексичних одиниць у суспільно-політичній лексиці японської мови	40
3.3 Функціональні особливості неологізмів.....	44
3.3.1 Публіцистичний стиль як середовище функціонування неологізмів суспільно політичної лексики.....	44
3.3.2 Репрезентативна функція	45
3.3.2 Діагностична функція.....	52
3.3.3 Емоційно-експресивна функція.....	57
3.3.4 Соціально-комунікативна функція	60
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III	61
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	73
ДОДАТОК.....	79

ВСТУП

Незважаючи на те, якою закритою від зовнішнього впливу була Японія в минулому, сучасна Японія залюбки знайомиться та взаємодіє з великою кількістю нововведень в їхніх найрізноманітніших проявах. Винятком не стала і японська мова, яка, починаючи з дев'ятнадцятого століття, більше не знаходилась в повній ізоляції від інших, зокрема європейських (оскільки лексичний обмін з китайською мовою відбувався й раніше) мов, та почала приймати в свій склад велику кількість запозичень. На своєму початковому етапі перебування в японській мові ці мовні запозичення носять статус «неологізмів» – лексичних інновацій, які позначають такі явища, поняття, предмети та процеси, що є якісно новими для японського суспільства.

Загальновідомим є той факт, що суспільно-політична лексика, перебуваючи на периферії більшості сфер життя соціуму країни, є основним осередком появи та подальшого функціонування нових слів, причому не тільки тих, що прийшли до Японії з інших мов та культур, але й власне японських, які створювалися або за аналогією з іноземними поняттями, або ставали новими автентичними мовними одиницями. Саме тому ми обрали *темою* нашого дослідження неологізми в межах суспільно-політичної лексики японської мови, зробивши акцент на їхньому функціонально-семантичному та етимологічному аспектах.

Актуальність цієї теми, в першу чергу, зумовлена тим, що неологізми як складова пасивної лексики будь-якої мови постійно змінюють своє місце в ній: вони можуть перейти до складу загальноживаної лексики (як тільки відбувається його «апробація» практикою суспільного вживання, слово перестає бути неологізмом), можуть продовжувати функціонувати лише в межах певного дискурсу або взагалі контексту (авторсько-індивідуальні okazionalizmi), а буває й таке, що деякі з них забуваються мас-медіа та суспільством. Таким чином, неологізми як мовне явище завжди є актуальними. Більше того, вивчення шляхів виникнення та функціонально-семантичних особливостей на прикладі

конкретного переліку японських неологізмів за останні десятиріччя, навіть у відриві від їхнього поточного статусу в японській мові, є перспективним через те, що ця тема є малодослідженою серед українських мовознавців.

Таким чином, *метою* цього дослідження є вивчення функціонально-семантичних особливостей нових слів в японській мові, тобто проаналізувати способи набуття неологізмами певних значень – нових або переосмислених, – й їхнє функціональне призначення у суспільно-політичному дискурсі, та етимологічних особливостей, тобто джерела походження й способи утворення нових слів у сучасній японській мові.

Поставлена мета нашого дослідження передбачає вирішення наступних *завдань*:

- 1) розглянути теоретичні засади визначення та класифікації неологізмів в японській мові;
- 2) вивчити основні шляхи виявлення етимології слів в японській мові;
- 3) окреслити основні моделі словотвору в японській мові;
- 4) ідентифікувати основні джерела походження неологізмів в японській мові, зокрема суспільно-політичної лексики;
- 5) охарактеризувати функціональні та семантичні особливості неологізмів у суспільно-політичному дискурсі японської мови;
- 6) дослідити явище неосемантів на прикладі окремого соціолекту політичних та урядових працівників «канчьо-його» («касумігасекі-його»);
- 7) проаналізувати вибрані неологізми з точки зору вищезазначених аспектів.

Об'єктом дослідження виступають неологізми в суспільно-політичній лексиці японської мови. *Предметом* дослідження є процеси, які впливають на виникнення нових слів, способи й джерела виникнення неологізмів, а також їхня функціональна роль у суспільно-політичному дискурсі та міжособистісному спілкуванні носіїв сучасної японської мови.

Методами, що застосовувалися в ході нашого дослідження, були *описовий метод*, який використовувався для пояснення особливостей будови та функціонування на певному етапі розвитку мови вибраних неологізмів; *метод етимологічного аналізу*, направлений на розкриття особливостей походження вибраних неологізмів; *контекстно-ситуативний аналіз дискурсу* для дослідження специфіки функціональних характеристик вибраних неологізмів разом з усіма можливими обставинами творення: часом, простором, психічним і психологічним станом учасників спілкування, культурним середовищем, соціально-історичними та політичними умовами тощо.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ході нашого дослідження було вперше здійснено спробу проаналізувати на предмет етимологічних та функціональних особливостей вибрані японські неологізми у контексті суспільно-політичного дискурсу, а також вперше представлено й описано явище «канчьо-його» («касумігасекі-його») та його прагматичний аспект. Таким чином, **практичне значення** результатів проведеного дослідження полягає в перспективі їхнього використання в подальшому вивченні механізмів появи нових слів суспільно-політичної лексики японської мови не тільки на рівні загальної лексики, але й в межах сленгових новоутворень державних діячів.

Апробація результатів дослідження, зокрема функціонально-семантичних явищ «канчьо-його» («касумігасекі-його»), відбулася на Міжнародній науково-практичній конференції «Наукові читання пам'яті загиблих сходознавців» 10 травня 2024 року.

Дослідження відбувалося на **матеріалі** вибраних Інтернет-статей на суспільно-політичну тематику.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, одного теоретичного та двох теоретично-практичних розділів, висновків до кожного з розділів, загальних висновків, списку літератури, списку джерел ілюстративного матеріалу та одного додатку.

У першому розділі було розглянуто теоретичні засади дослідження неологізмів у японській мові, виділено основні характерні риси неологізмів як невід'ємної частини суспільно-політичної лексики, їхня класифікація в українській та японській мові, а також основні моделі утворення нових слів в японській мові.

У другому розділі було досліджено методологічні засади етимологічного аналізу та шляхи виявлення етимології слів. Окресливши запозичення з інших мов як основне джерело виникнення неологізмів в японській мові, зокрема в суспільно-політичній лексиці, було проаналізовано різні типи утворення слів із використанням трьох шарів японської лексики: ваго, канго та гайрайго, а також явище васейейго і його участь у формуванні лексичних інновацій.

У третьому розділі було досліджено функціонально-семантичні особливості неологізмів суспільно-політичної лексики японської мови на прикладі вибраних лексичних одиниць, розглянуто їхнє використання та функціонування безпосередньо в контексті новинних статей, а також детально описано явище неосемантів на прикладі «канчьо-його» («касумігасекі-його»).

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ ЯК МОВНИХ НОВОУТВОРЕНЬ

1.1 Неологізми як складова суспільно-політичної лексики

Термін «суспільно-політична лексика» охоплює значний спектр слів та понять, які описують різні аспекти життя суспільства у політичному, економічному та культурному контексті. Цей пласт мови відрізняється великою динамічністю, оскільки суспільно-політична лексика є складовою частиною такої лексичної системи, яка особливо чутливо реагує на зміни у суспільстві. Таким чином, всі ці зміни негайно відображаються у мові, що дозволяє відслідковувати динаміку розвитку соціуму в певний проміжок часу.

Так, наприклад, за визначенням дослідниці І.В. Холявко, суспільно-політична лексика – це неоднорідна за складом макроструктура одиниць різного походження, спрямованих ідеологічно та спеціалізованих лексично, семантично і фразеологічно для вираження понять із галузі суспільного, політичного, соціального, економічного, морально-етичного життя соціуму [48, с. 6-7].

За визначенням О.А. Стишова, суспільно-політична лексика є частиною суспільно-політичного дискурсу, який варто розглядати як своєрідне інституційне середовище із притаманною йому субмовою – лексикою і термінологією, фразеологією, перифразами та багатьма іншими одиницями [41, с. 20]. Під дискурсом варто розуміти саме когнітивний процес, зв'язаний з реальним мовленнєвим виробництвом, створенням мовного твору; текст з кінцевим результатом процесу мовної діяльності, що виливається у визначену закінчену і зафіксовану форму [23, с. 162].

За визначенням А.А. Бурячка, суспільно-політична термінологія – це особливий шар термінологічної лексики, що посідає проміжне місце між функціонально обмеженими терміносистемами, позбавленими емоційно-експресивного забарвлення, і загальноживаною літературною лексикою, з якою постійно інтерферує, що робить диференційну межу між ними мінливою, рухливою [5, с. 22-23].

Енциклопедичний словник-довідник новітньої політичної лексики підкреслює, що мова політики найактивніше конструюється не політичною наукою, а засобами масової інформації, в останні роки – ще й активізованою Інтернет-комунікацією. Однак медійна лексика, мова неформального е-комунікування і мова науки є відмінними за термінологією та можливістю використання окремих лексем-новотворів [26, с. 3].

Суспільно-політична лексика та термінологія складна насамперед відсутністю чітких меж, порівняно з іншими термінологічними системами. Пояснити цей стан речей можна тим, що в сучасному світі багато економічних, культурних і навіть технічних явищ стають об'єктами політики через процеси, які відбуваються всередині країни, так й у світі. Наприклад, нібито суто технічне використання комп'ютерних технологій переросло в глобальні проблеми кібертероризму, кібератак, кібербезпеки тощо, тобто стали важливими політичними проблемами [30, с. 7].

Отже, суспільно-політична лексика є предметом дослідження багатьох українських (І.В. Сівков, Б.Ю. Нечипоренко, Я.С. Снісаренко, О.П. Карабута, Ю.В. Теглівець) та зарубіжних (Ц. Зірн, Т. Ван Дейк, П. Чілтон) лінгвістів, оскільки вона завжди залишалася актуальною для вивчення – як нами вже було зазначено, це той пласт лексики, який відображає найважливіші сфери життя сучасного суспільства майже кожної країни: політичну, економічну, соціальну тощо. Всі ці сфери відзначаються великою кількістю активних змін, які, в свою чергу, впливають на розвиток мови та лексики як «найрухливішого» її елементу. Результатом такого постійного впливу стають неологізми – новостворені слова, терміни та фрази, які покликані дати визначення тим концепціям, яких раніше не існувало у картині світу людства, або навпаки – надати нового сенсу застарілим концептам, тим, що існують уже доволі давно.

Зі стилістичної точки зору, неологізми є експресивними, вони здійснюють особливо сильний прагматичний вплив на слухача [9, с. 46], привертаючи увагу суспільства до нових подій, актуальних питань тощо в країні. Більше того,

суспільно-політичні неологізми можуть слугувати для ідентифікації та репрезентації певних соціальних груп, політичних поглядів або культурних рухів. Вони можуть виражати особливу ментальність або ставлення до певних суспільних явищ, а також сприяти формуванню нових концепцій та думок.

Найпоширенішими рушіями твореннями й функціонування неофразеологізмів є оновлені суспільно-політичні і соціально-побутові явища, нові економічні реалії, соціальні відносини, поява чітко окреслених соціальних прошарків, численних політичних партій, угруповань, об'єднань. Названі фактори постійно змінюються, оскільки життя вимагає нових номінацій, а також певного ставлення, оцінки всього [41, с. 20].

1.2 Визначення неологізмів як лексичної категорії

За визначенням підручника української мови для студентів гуманітарних спеціальностей закладів вищої освіти, неологізм (від гр. *neos* – новий та *logos* – слово) – це нові слова, словосполучення, фразеологізми, що з'являються в мові [43, с. 76]. Їхня поява головною мірою пов'язана з потребою людства називати нові відкриття або підбирати більш влучні та точні назви для інших в ході переусвідомлення застарілих понять. Крім того, на думку українських лінгвістів, ще однією причиною появи неологізмів можна назвати бажання окремої людини – наприклад, поета чи письменника, – надати нову суб'єктивну назву тим явищам та предметам, які вже її [назву] мали, але вона не відповідала світосприйняттю автора.

Таким чином, у теорії української мови неологізми поділяються на загальномовні й індивідуальні, або ж авторські. В той час як загальномовні виконують лише номінативну функцію, індивідуальні надають емоційно-експресивної назви конкретному поняттю [43, с. 77]. Останню категорію новоутворень ще часто називають «оказіоналізмами».

Так, наприклад, на думку А.В. Янкова, головною їхньою рисою є те, що, на відміну від неологізмів, які є одночасно лексичними одиницями й мови, й мовлення, okazіоналізми є одиницями лише мовлення. Якщо неологізми згодом можуть зникнути, ставши частиною лексику загалновживаної мови у процесі так званої лексикалізації, то okazіоналізми зберігають свою новизну незалежно від стану слова в реальному часі [54, с. 9].

Більш точно визначення обох поняттям дала науковиця О.І. Дзюбіна. В своїх дослідження вона зазначала, що:

1) неологізми є лексичні інновації, яким притаманні такі ознаки як соціальна приналежність, закріпленість у використанні, здатність до втрати новизни, нормативність, відсутність зв'язку з контекстом, високий ступінь номінативності;

2) okazіоналізми – лексичні інновації, яким притаманні індивідуальна приналежність, закріпленість у використанні, постійна новизна, ненормативність (але не абсолютна), контекстуальна залежність (але не абсолютна), високий ступінь експресивності [10, с. 82].

Деякі лінгвісти наголошують на тому, що на початку свого життя кожний неологізм певний час був okazіоналізмом. Нове слово проходить кілька етапів на своєму шляху до прийняття в суспільстві і використання в загалновживаній мові. Причому, якщо тема, яку воно відображає, актуальна для суспільства, то воно доволі швидко стає частиною мовного арсеналу, особливо якщо йдеться про обговорення важливих питань, що торкаються всесвітньої спільноти.

Н.М. Гордієнко, яка досліджувала цю тему на прикладі англійської та німецької мов, зазначала, що неологізм проходить наступні етапи розвитку:

1) поява нової лексеми чи нової семми. Причини появи лексичних новоутворень полягають у необхідності найменування нових фактів, процесів, концепцій тощо;

2) узуалізація (включення нової лексеми чи нової семеми в загальноновживаний лексичний склад літературної мови);

3) акцептуація (сприйняття нової лексеми як мовної норми);

4) лексикалізація/інтеграція (зберігання нової лексеми та семеми як частини загальноновживаного лексичного складу шляхом включення до словника) [9, с. 45].

Стає зрозуміло, що, поза виявленням нових слів та їхнього походження, лінгвісти також цікавляться процесом адаптації цих слів в мовному середовищі, і включення неологізмів до словників свідчить про їхнє успішне поширення всередині соціуму. Цей процес поділяють на такі три етапи:

1) первинна фіксація неологізмів у засобах масової інформації, наукових статтях, дисертаціях;

2) первинна фіксація широконовживаних неологізмів у спеціальних словниках;

3) остаточне закріплення неологізмів у мові, про що свідчить їх тлумачення в словниках [46, с. 342].

Неологізми сприймаються як нові слова доти, поки називані ними поняття не стануть загальноновживаними. Коли поняття стають такими, слова вже не сприймаються як неологізми. Поява й існування неологізмів виправдана лише тоді, коли є потреба у виконанні певної спілкувально-називної або художньо-зображальної функції. Коли такої потреби немає, новотвір зайвий і позбавлений перспективи закріпитися в лексичному складі мови. Не прищеплюються в мові ті неологізми, що не відповідають її лексичній системі, граматичній будові або фонетичним закономірностям [43, с. 66].

Питання про прийняття/неприйняття інновації вирішується залежно від характеристик самого неологізму. До таких характеристик належать: а) наявність у інновації певних переваг перед уже існуючими; б) простота для сприйняття.

Ідеальним для швидкого прийняття в суспільстві є той неологізм, у якому поєднується максимум інформації з максимумом простоти структури [24].

1.3 Визначення та класифікація неологізмів у японській мові

Серед японських лінгвістів не існує усталеної теорії щодо того, що можна назвати новим словом. Наприклад, Йонекава Акіхіко (яп. 米川明彦) вважає неологізмами слова, які нещодавно з'явилися в мовному середовищі певного суспільства на тлі різноманітних соціальних і політичних подій [69, с. 11] та пропонує поділити такі слова на два типи: «нововигадані слова» (яп. 「新造語」 /шіндзо:го/) та «нові слова, утворені на основі вже існуючих слів» (яп. 「既存の語を利用した新語」 /кісон-но го-о рійо:шіта шінго/). Перше – це повністю новостворені лексичні одиниці, а друге – ті слова, які можуть включати у собі шар японської лексики гайрайго (яп. 「外来語」 /гайрайго/), складні слова (яп. 「合成語」 /го:сейго/) та похідні слова (яп. 「派生語」 /хасейго/).

Окрім цих понять, Йонекава Акіхіко також виділяє «слова, які виражають старі концепції по-новому» (яп. 「新用語」 /шінйю:го/) та «сленгові слова, які використовуються окремою групою людей в суспільстві та стали частиною загальноновживаної мови» (яп. 「新出語」 /шіншюцуго/).

Цікаво, що виникнення категорії неологізмів 「新用語」 /шінйю:го/, можна прямо пов'язати із явищем глобалізації та інтернаціоналізації, оскільки ці процеси зумовили не лише прискорене формування та абсорбування нових слів (неологізмів), а також підготували сприятливий ґрунт, на якому вже існуючі слова у процесі функціонування почали набувати нового або додаткового значення [54, с. 37]. Усе це є проявом «функціональної мобільності» японської мови.

Приклади такої мобільності наводила в своїх дослідженнях І.В. Рябоволенко, наприклад:

1) японське слово *リサイクル* яке є хімічним терміном, означає «рецикл II», «повторно використане ядерне паливо», у сучасній японській мові більше вживається в контексті повторного використання та переробки паперу, пляшок тощо, а японське слово (native word) *再資源* (повторне використання) вживається для позначення повторного використання природних ресурсів, наприклад, води [32, с. 378];

2) *銀行* - економічний термін, установа, яка надає різноманітні фінансові послуги, проте зараз у мові поширено функціонування слова *バンク* у значенні організації, яка накопичує певну інформацію, ідеї, матеріал тощо, наприклад, *卵子バンク* «банк яйцеклітин» [32, с. 379].

«Енциклопедія дослідження японської мови» (яп. 「日本語学研究事典」 /*ніхонго-таку кенкю-джітен*/) [64] пропонує поділити неологізми на три види: власне нові слова (яп. 「新造語」 /*шіндзо:го*/), запозичені слова з іноземних мов (яп. 「借用語」 /*сякуйю:го*/) та загальноновживані слова, які використовуються в новому значенні шляхом зміни своєї форми (яп. 「転用語」 /*тенйо:го*/).

Українські сходознавці, розмірковуючи над джерелами появи нових слів в японській мові, також доходять висновку, що формування словникового складу сучасної японської не відходить від традиційних правил словотвору та відбувається в рамках цих законів у наступні способи:

- створення нової лексики;
- запозичення лексики з інших мов;
- зміна значень лексичних одиниць;
- власне японські слова, які зазнали переосмислення;
- новоутворення, які можуть поєднувати в собі як ієрогліфічні корені, так і англійські основи [6, с. 15].

Ще однією особливістю неологізмів у японській мові є існування так званого поняття «модних слів» (яп. 「流行語」 /*рю:ко:го*/), які яскраво

відображають у собі популярні тенденції серед суспільства та особливо – молоді. Вони є підгрупою японських неологізмів та частіше зустрічаються в неформальному спілкуванні, на Інтернет-ресурсах та рідше – в мас-медіа. В цьому аспекті вони дещо схожі з українським визначенням okazionalizmів (яп. 臨時語 /рінджіго/), за виключенням того, що «модні слова» в японській мові не завжди є справжніми неологізмами.

Хоча попередні класифікації є дуже змістовними та дають змогу досягнути різноманітності мовних новоутворень в японській мові повною мірою, ми вважаємо, що для нашого дослідження, яке обмежується лексикою, використаною лише в межах суспільно-політичного дискурсу, буде більш доречним застосування класифікації згідно з «Енциклопедією дослідження японської мови» (яп. 「日本語学研究事典」 /ніхонго-гаку кенкю-джітен/), що перегукується із думками українських сходознавців. Таким чином, ми створюємо синтез двох класифікацій японських неологізмів для подальшої роботи над ними.

1.4 Основі моделі утворення нових слів у японській мові

Як уже було зазначено вище, словотвір японських нових слів (неологізмів) можна умовно розділити на два види: 「新造語」 /шіндзо:го:/ та 「既存の語の利用」 /кісон-но го-но рійо:/.

1.4.1 Нові слова

Японський лінгвіст Номура Масаакі (яп. 野村雅昭) зазначає, що процес 「新造語」 /шіндзо:го/ відбувається на основі створення нової основи слова (яп. 「語基創造」 /токінсо:дзо:/) [65, с. 40].

「語基創造」 /токінсо:дзо:/ (також 「語根創造」 /токонсо:дзо/) – це створення нового ряду фонем, який не має ніякого стосунку до жодних з існуючих основ та коренів слів [65, с. 41]. Однак насправді створити нові основи

слів досить складно. Це часто спостерігається, наприклад, в назвах продукції та іменах людей, але це дуже рідко трапляється в загальних словах.

Йонекава Акіхіко зазначає, що більшість таких новостворених слів є ономапопеями – 擬音語 /*гіонго*/ та 「擬態語」 /*гітайго*/, які можна знайти в назвах газет, манзі та в 「タレントのギャグ」 /*таренто-но гягу*/ – комедійних виступах артистів [69, с. 93]. Іншими словами, такі слова зазвичай базуються на звуковій символіці, яка пов'язує певний звук із певним враженням.

Одним з прикладів таких ономапопей можна назвати неологізм 「じえじえ じえ」 /*джедждже*/ . За інформацію від видавництва 朝日新聞 /*асахі шінбун*/, 「じえ」 /*дже*/ – це діалект району Косоде міста Куджі, префектура Івате, який використовується місцевим населенням для вираження емоції здивування чи зворушення. Він може використовуватися неодноразово, як-от 「じえじえじえ」 /*джедждже*/ залежно від міри переживання вищезгаданих емоцій. У 2013 році, завдяки тому, що цей вислів використовувався в драматичному серіалі 「あまちゃん」 /*ама-чан*/, він став широко відомим по всій країні, набувши власної самостійності як нове слово [62].

Як ще один приклад можна навести назву такої великої компанії як 「ソニー株式会社」 /*соні: кабушікітайшія*/ . Слово 「ソニー」 /*соні:*/ утворилося від комбінації латинського слова *sonus*, яке означає «звук» (яп. 「音」 /*ото*/), похідного від нього *sonic* – «хвиля» (яп. 音波 /*онна*/) та слова *sonny*, яке можна трактувати як «маленький» (яп. 「小さい」 /*чісай*/) [70, с. 27]. За іншою версією, частиною комбінації було не латинське слово *sonny*, а англійське сленгове словосполучення «*sunny-boys*», яке в японській мові мало значення «малолітні генії» [58]. Так чи інакше, неологізм 「ソニー」 /*соні:*/ став назвою компанії, основною продукцією якої були невеликі моделі аудіообладнання.

Така ж сама ситуація і з назвою компанії 「サントリーホールディングス株式会社」 /санторі: хо:рудінгусу кабушікітайшія/ – провідного японського виробника алкогольних і безалкогольних напоїв. Слово 「サントリー」 /санторі:/ стало результатом об'єднання англійського слова *sun*, яке мало відношення до назви вина 「赤玉スイートワイン」 /акадама суй:то ваіну/, виробляемого компанією (де 「赤玉」 /акадама/, дослівно «червоний шар» – є евфемізмом для позначення сонця), та прізвища засновника компанії 鳥井 /торіі/.

Варто зазначити, що подібний спосіб словотворення набагато рідше зустрічається в нових словах, які входять до складу суспільно-політичної лексики, оскільки однією з характерних рис такої лексики є зрозумілість її понять та термінів доволі широкому колу людей – в ній немає місця для евфемізмів та прихованих значень.

1.4.2 Нові слова, утворені на основі вже існуючих слів

Цю категорію словотвору дослідники поділяють на шість видів: складні слова (яп. 「合成語」 /го:сейго/), змішані слова (яп. 「混交語」 /конко:го/), запозичені слова (яп. 「借用語」 /шякуйо:го/), скорочення (яп. 「短縮語」 /таншюкуго/), акроніми й аббревіатури (яп. 「頭字語・ローマ字略語」 /то:джіго・ро:маджірякуго/) та зворотні слова (яп. 「逆成語」 /тякусейго/) [70, с. 28].

У 「合成語」 /го:сейго/ виділяються наступні підкатегорії:

1) складені слова (яп. 「複合語」 /фукуго:го/) – слова, які є комбінацією двох або більше основ, наприклад:

іменник + іменник (「飛行機+雲」 /хіко:кі+гумо/ – «слід від літака»);

прикметник + іменник (「美しい」 /уцукушіі/ + 「魔女」 /маджьо/ – 「美魔女」 /бімаджьо/ – «красива/чарівна відьма») та іменник + прикметник (「ト

ル」 /*dory*/ + 「安い」 /*yasui*/ – 「ドル安」 /*doryasu*/ – «слабкий долар/низький курс долара»;

дієслово + іменник (「売る」 /*yuru*/ + 「場」 /*ba*/ – 「売り場」 /*uriba*/ – «прилавок, торгове місце») та іменник + дієслово (「田」 /*ta*/ + 「植える」 /*ueru*/ – 「田植える」 /*taueru*/ – «саджати рис»);

прикметник + дієслово (「遅い」 /*osoi*/ + 「咲く」 /*saku*/ – 「遅咲き」 /*osodzaki*/ – «пізньоцвіт») та дієслово + прикметник (「切れる」 /*kireru*/ + 「長い」 /*nagai*/ – 「切れ長」 /*kirinaga*/ – довгий (широкий) розріз (наприклад, очей));

дієслово + дієслово (「乗る」 /*noru*/ + 「降りる」 /*oriru*/ – 「乗り降り」 /*noriori*/ – «посадка та висадка»);

прикметник + прикметник (「細い」 /*xosoi*/ + 「長い」 /*nagai*/ – 「細長」 /*xosonagai*/ – «довгий і вузький»);

прислівник + дієслово (「しみじみ+する」 /*shimidzimi+suru*/ – «робити щось серйозно/повністю віддаючись ділу») [63, с. 15];

2) похідні слова (яп. 「派生語」 /*xaseigo*/) – слова, які створюються на основі інших мовних одиниць, прийнятих за вихідні, наприклад:

за допомогою префіксів (яп. 「接頭語」 /*setto:go*/): 「ま」 真っ黒い /*makuroi*/ – «чорний як смола»; 「す」 素早い /*subaiya*/ – «прудкий»; 「そら」 空恥ずかしい /*soraxadzukaishi*/ – «дещо збентежений»; 「ふ」 不採用 /*fusaiyo*:/ – «відмова/неприйняття»;

за допомогою суфіксів (яп. 「接尾語」 /*seuibigo*/), наприклад: 「こい」 しつこい /*shitsukoi*/ – «надокучливий»; 「にくい」 覚えにくい /*oboeniku*/ – «той, що

погано запам'ятовується»; 「ぼい」 怒りっぽい /*окориппоі*/ – «дратівливий»; 「づらい」 理解しづらい /*рікаішідзурай*/ – «той, що важко зрозуміти» [63, с. 18];

3) редупліковані слова (яп. 「畳語」 /*джьо:го*/) – слова, які створюються шляхом подвоєння будь-якого складу, основи (повністю або частково) або всього слова, наприклад:

「荒々しい」 /*арарашіі*/ – «грубий», «різкий»; 「おどろおどろしい」 /*одоро`одорошіі*/ – «моторошний» або «перебільшений», «показний»; 「ふてぶてしい」 /*футебутешіі*/ – «нахабний»; 「馬鹿馬鹿しい」 /*бакабакашіі*/ – «безглуздий» [63, с. 18].

「混交語」 /*конко:го*/ або ж «змішані слова» утворюються в процесі «словозлиття» (англ. «blending»), при якому нове слово виникає зі злиття повної основи одного слова зі скороченою основою іншого або ж зі злиття скорочених основ двох слів.

Це явище також називають «телескопією», і більша частина неологізмів, утворених таким чином, відносяться до сленгу або мають доволі ситуативний характер [42, с. 160] – як, наприклад, оказіоналізми, які буває важко зрозуміти поза контекстом, в якому вони були вживані автором.

Прикладами телескопії в японській мові можна назвати слова 「ゴジラ」 /*годжіра*/, яке складається зі слів 「ゴリラ」 /*горіра*/ («горила») + 「クジラ」 /*куджіра*/ («кит»); 「ピアノカ」 /*піаніка*/ – 「ピアノ」 /*піано*/ («піаніно») + 「ハーモニカ」 /*ха:моніка*/ («губна гармоніка»); 「もしトラ」 /*мошітора*/ – 「もしかしたら」 /*мошікашітара*/ («можливо») + 「トラップ」 /*торанпу*/ («Трамп»).

「借用語」 /*шякуйо:го*/ або ж «запозичені слова» – слова, які були запозичені з іншої мови в тому випадку, якщо в японській мові не існувало слова, яке б вказувало на нову річ чи поняття. Наприклад:

「アーカイブ」 /*a:кайбу*/ («архів») від англійського *archive*; 「オンライン」 /*онрайн*/ («онлайн», «в мережі») від англійського *online*; 「オンデマンド」 /*ондемандо*/ («на вимогу») від англійського *on demand*; 「ポリテックス」 /*порітїккусу*/ («політика») від англійського *politics*; 「更紗」 /*сараса*/ (ситець) від португальського *saraca*; 「金米糖」 /*конпейто:*/ («цукерка компейто») від португальського *confeito* тощо.

Крім цього, іншим мотивом запозичення є навмисне використання слів іншомовного походження задля створення відчуття ексклюзивності та новизни, навіть якщо в японській мові вже існує мовна одиниця для позначення такого поняття. Наприклад, на заміну японському слову 「利用者」 /*рійо:шя*/ – «користувач», – прийшло гайрайго 「ユーザー」 /*ю:дза:*/, хоча нагальної потреби, окрім як слідування західноєвропейським тенденціям, не було. Ще одним таким прикладом можна назвати слово 「法令遵守」 /*хо:рейджюншю*/, яке означає «дотримання законів та постанов» і яке охоче замінили на 「コンプライアンス」 /*конпурайянсу*/, хоча, звісно, в загальному вжитку все ще можна зустріти обидва варіанти [70, с. 30].

До 「短縮語」 /*таншюкуто*/ або «скорочень» відносяться слова, які з часом було скорочені задля того, щоб їх було легше вимовляти. Це можуть бути слова як японського походження, такі як 「学割」 /*такуварі*/ (від 「学生割引」 /*такусейварібікі*/ – «студентська знижка»), 「万博」 /*банпаку*/ (від 「万国博覧会」 /*банкокухакуруанкаі*/ – «всесвітня експозиція»), так і слова іншомовного походження, наприклад: 「コンビニ」 /*конбіні*/ (від 「コンビニエンスストア」

/конбініансусутоа/ - «магазин біля дому, цілодобовий магазин»), 「コスプレ」
/косупуре/ (від 「コスチュームプレイ」 - «костюмована гра») тощо [70, с. 31].

「頭字語・ローマ字略語」 /то:джіто ро:маджі рякуго/ або ж «акроніми та аббревіатури» мають безліч загальновідомих прикладів: це РТА – Parent-Teacher Association; IQ – intelligence quotient, ASAP – as soon as possible та інші англійські скорочення, які існують та функціонують не тільки в японській мові. За останні десятиріччя особливо популярними в японському Інтернет-просторі стали такі аббревіатури як SNS – Social Network Service; DIY – Do It Yourself; FAQ – Frequently Asked Questions тощо.

До цієї ж категорії також відносяться так звані 「符丁的な表現」 /фучьо: текі-на хьо:тен/ – «закодовані» вирази, як-от КУ – від 「空気読めない」 /ку:кі йоменаі/ «той, що не вміє читати атмосферу» або тґк – від 「マジか？」 /маджі ка/ – «дійсно?» [70, с. 30].

Останній вид слів, який називається 「逆成語」 /гякусейго/, «зворотні слова», утворюється шляхом редеривації – розчленування раніше неподхідних слів шляхом їхнього переосмислення («неправильного розуміння») та семантичного зближення з іншими словами. В японській мові таких слів небагато, наприклад, слово 「目論見」 /мокуромі/, яке означає «планування» або «зміст плану». Воно походить від дієслова 「目論む」 /мокурому/ – «планувати», «проектувати». Таким чином, якщо використати спосіб редеривації (або інверсії), можна утворити слово 「目論」 /мокурон/, і означати воно буде «схема» [70, с. 31].

Японська дослідниця Сасакі Каорі (яп. 佐々木香織) відносить до 「逆成語」 /гякусейго/ й такі слова як 「事故る」 /джікору/ («траплятися» (про

нешасний випадок)), 「コピる」 /*копіру*/ («копіювати»), 「皮肉る」 /*хінікуру*/ («висміювати», «висловлюватися саркастично»), 「愚痴る」 /*гучіру*/ («жалітися») [59, с. 254] тощо. Ймовірно, мотивацією до створення таких слів є бажання економії мовних ресурсів, тобто бажання створити таку словесну форму, яка була б максимально простою у використанні.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

У першому розділі ми з'ясували, що неологізми, як мовні новоутворення, які дуже чутливі до змін у суспільстві (в межах як певної країни, так і всього світу), є однією з характерних рис суспільно-політичної лексики. Через те, що суспільно-політична лексика безпосередньо інтерферує із багатьма сферами життя суспільства: соціальною, політичною, економічною, культурною, морально-етичною тощо, сучасним дослідникам важко окреслити її межі. Деякі з них дають визначення суспільно-політичній лексиці як суто політичній термінології, але більшість схиляється до думки, що вона є неоднорідною за складом макроструктурою одиниць різного походження. Варто також зазначити, що в межах нашого дослідження до складу суспільно-політичної лексики входить і жаргонна лексика – «внутрішні» особливості мовлення політичних та державних діячів.

Окрім цього, ми розглянули визначення поняття неологізму в теорії як української мови, так і японської. В результаті такого порівняння нами було визначено, що, хоча українські мовознавці зазвичай поділяють лексичні інновації на дві категорії: власне неологізми та okazіоналізми, японські дослідники досі не прийшли до єдиної класифікації та в більшості випадків віддають перевагу детальнішому поділу неологізмів: наприклад, це можуть бути власне нові слова («нововигадані»), нові слова, утворені на основі вже існуючих слів, нові слова, які виражають старі концепції по-новому, сленгові слова, які використовуються окремою групою людей в суспільстві тощо. До них також часто приєднуються так звані «модні слівця», які вважаються підгрупою японських неологізмів та є дуже мінливими лексичними одиницями – цим вони дещо схожі з авторськими okazіоналізмами в українській мові, які є актуальними лише в певному контексті (іноді – навіть лише в певному проміжку часу).

Незважаючи на це, більшість японських неологізмів утворюються по добре відомим моделям словотвору. Якщо це є повністю нові слова, то зазвичай вони не мають ніякого стосунку до жодних з існуючих основ та коренів слів.

Утворювати нові слова за таким принципом насправді дуже важко, і зазвичай вони є або ономаіопеями, або сполуками з прихованим значенням, запозиченим з інших мов, наприклад – англійської. Через це такий спосіб словотвору можна знайти в назвах компаній, продукції, іменах людей, але дуже рідко – в суспільно-політичній лексиці.

Інші моделі словотвору пов'язані з використанням уже існуючих слів. Це можуть бути складні слова, змішані слова, запозичені слова, скорочення, аббревіатури, акроніми та зворотні слова. Складні слова, в свою чергу, поділяються на ще три види: це складені слова, похідні слова та редуіліковані слова.

РОЗДІЛ II. ЕТИМОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ

2.1 Методологічні засади етимологічного аналізу

Етимологія (грец. *etymologia*, від *etymon* – справжнє значення слова і *logos* – слово, вчення) – встановлення походження слова; науково-дослідна процедура розкриття походження й історії розвитку звукової форми та значення слова чи морфеми, а також результат цієї процедури; розділ історичного мовознавства, предметом вивчення якого є лексика з метою виявлення первісної будови та давніх значень слів однієї мови або групи (сім'ї) мов. Оскільки в етимології вивчається походження слів у їх зв'язку з позамовною дійсністю, суспільно-культурною діяльністю людини, простежується співвідношення споконвічного та запозиченого в лексиці певної мови, то етимологічні відомості використовуються при дослідженні історії культури, проблем етногенезу [25, с. 249].

У лінгвістичній термінології японської мови розрізняють терміни 「語源学」 */гогенгаку/* – етимологія як наука та 「語源」 */гоген/* – етимологія як походження слова [44, с. 123].

Японська лінгвістика традиційно послуговується поділом лексичних одиниць відповідно до їхнього походження на три шари: слова, утворені з власне японських елементів (яп. 「和語」 */ваго/*); слова, утворені із запозичених китайських елементів (яп. 「漢語」 */канго/*); слова, запозичені з європейських мов, передусім англійської (яп. 「外来語」 */гайрайго/*) [44, с. 124].

Окрім цього японісти вказують також на наявність у японській мові одиниць мішаного типу (слова такого складу ще називають «гібридними»). Так, існують мішані слова, складові частини яких представлені словами 「漢語」 */канго/* і 「和語」 */ваго/*, 「漢語」 */канго/* і 「外来語」 */гайрайго/*, 「和語」 */ваго/* і 「外来語」 */гайрайго/* [44, с. 124].

Лексеми гайрайго часто розвиваються незалежно від мови, з якої вони були запозичені, можуть утворюватися шляхом поєднання раніше запозичених слів чи елементів, тому нерідко серед гайрайго спостерігаємо слова, яких немає у мові-джерелі запозичення; окрім цього запозичені слова можуть набувати нових значень, яких вони не мали у мові-джерелі. Такі явища називають 「和製英語」 /*васейейго*/ (букв. «японоподібна англійська») [44, с. 130].

Шляхи виявлення етимології слова можна сформулювати наступним чином:

1) для основних оригінальних слів певної мови – зіставлення зі словами споріднених мов та діалектів і відстеження їхньої формальної та змістовної історії всередині цієї мови;

2) для слів, які є похідними в межах цієї мови (внутрішні деривати) – встановлення їхніх складових частин, кореня, основи та формантів;

3) для запозичень – виявлення джерела запозичення [35, с. 99].

Усе це є етапами так званого етимологічного аналізу. Метою етимологічного аналізу є визначення того, коли, в якій мові, за якою словотвірною моделлю, на базі якого словотвірного матеріалу, в якій формі і з яким значенням виникло слово, а також які історичні зміни його первісної форми та значення зумовили форму і значення, відомі дослідникам [44, с. 131].

Через недоліки у фіксації появи нових слів чи значень точно визначити час появи та джерело нових лексико-семантичних одиниць мови досить складно. Разом з цим виникає потреба розгляду індивідуально-авторських утворень [31, с. 7].

2.2 Запозичення як основне джерело неологізмів

У зв'язку з умовами, в яких розвивалася японська мова, прямих відповідників для багатьох термінів не японського походження в ній просто не

існує. Саме тому японська мова має так багато неологізмів у вживанні та продовжує приймати іноземні терміни в щоденне використання [39].

За Т.В. Солопчук, на даний момент в японській мові є три типи запозичень:

а) запозичення, які передаються в японській мові через транскрипцію звучання слова у мові оригіналу (такі слова записуються катаканою – японською абеткою для запозичених слів);

б) запозичення, які записуються японськими ієрогліфами, шляхом комбінування значень ієрогліфів;

в) комбінація двох попередніх засобів [39].

2.2.1 Неологізми-запозичення, які транскрибуються катаканою

Зазвичай такі неологізми виникають тоді, коли Японія знайомиться із суспільно-політичними, економічними та культурними концептами інших країн, про які масово доповідається через мас-медіа та пресу. Такі концепти нерідко згодом відкликаються й в японському суспільстві.

Наприклад, коли в західному медіапросторі активно обговорювалася проблема фейкових новин – цілком або частково вигаданої інформації про суспільні події, справжніх людей або про речі, явища, яка подається в ЗМІ під виглядом справжніх журналістських матеріалів із метою висміювання або привернення уваги до важливих проблем чи тенденцій [7, с. 277], в Японії виникло слово 「フェイクニュース」 /фейку ню:су/ – від англійського *fake news*. Тоді японські ЗМІ використовували це слово більшою мірою на позначення, наприклад, американських політичних проблем – за даними Крейга Сільвермана, редактора BuzzFeed – американської інтернет медіа-компанії, велика кількість фейкового контенту розповсюджувалася мережею Facebook під час президентських виборів США у 2016 році [57].

米大統領選の間、虚偽の情報を記事化した「偽ニュース」 (フェイク・ニュース) が大量に伝えられたことを問題視する声が、米国で高まっている。偽ニュースは民主党候補だったヒラリー・クリントン前国務長官を標的にしたものが多く、インターネット上で拡散した。米メディアからは「偽ニュースが大統領選の結果を左右した」との指摘も上がっている。「毎日新聞」 [101]

Проте зараз це слово вживається й в межах японського суспільно-політичного дискурсу, причому не тільки засобами масової інформації, але й власне політиками. Наприклад, нещодавно японський цифровий міністр Коно Таро (яп. 河野 太郎) розвіював міфи стосовно своєї політичної діяльності, підкреслюючи, що це були «フェイクニュース» /фейку ню:су/. На своєму обліковому записі в X (у минулому – Twitter), він писав:

2 河野太郎は中国生まれで中国国籍を持っているのか？

フェイクニュースです。私の両親は日本人で、私は日本国内で生まれ、日本国内で育ちましたので、中国国籍を持ちようがありません。

3 なぜ中国共産党の党員バッジをつけていたのか？

これもフェイクニュースです。SNS上で出回っている「河野太郎が付けている共産党バッジ」なるものは、中国の北京近郊で開催された日中韓外相会合の外相用バッジです。[84]

Ще одним прикладом неологізму-запозичення є слово «オーバーツーリズム» /о:ба:чу:ризуму/. Хоча явище овертуризму або «туризму в натовпі» не є чимось новим для світової спільноти, в японській мові воно набуло особливого поширення після того, як було знято коронавірусні обмеження на пересування по країні та в Японії значно побільшало туристів з-за кордону. За даними Японської національної туристичної організації (яп. 国際観光振興機構 /кокусай

канко: шінко: кіко:/), в березні 2024 року було встановлено новий рекорд кількості іноземних відвідувачів – 3,08 мільйона, що на 11% більше, ніж цифра, зафіксована в березні 2019 року [67].

地域別にみると、3月として訪日客数が過去最高となったのは、韓国、台湾、香港などアジア地域に加え、米国、カナダ、英国、フランスなど、17市場にのぼった。米国やカナダなどは単月で過去最高を記録した。観光立国を進める政府にとっては追い風となる数字だが、京都府などではオーバーツーリズムも深刻になっており、対策が求められる。「照喜納明美、Bloomberg」 [95].

Якщо ж хронологічно повернутися до періоду, коли пандемія коронавірусу тільки-но починала набирати обертів, можна побачити використання нової лексеми 「オーバーシュート」 /o:ba:шю:то/, яка означає «вибухове» збільшення кількості пацієнтів, інфікованих захворюванням (від англ. *overshoot*).

新型コロナウイルス感染症対策専門家会議は5月1日、「多くの市民の協力により爆発的な感染拡大（オーバーシュート）は免れたものの、長丁場に備え、感染拡大を予防する『新しい生活様式』に移行していく必要がある」と提言した。「ポストセブン News」 [91]

До речі, вже згадуваний нами Коно Таро пропонував ще один синонімічний неологізм – 「感染爆発」 /кансенбакухацу/, який, на його думку, мав би бути більш зрозумілим японській спільноті [66].

2.2.2 Неологізми-запозичення, які записуються японськими ієрогліфами

Вищезазначене 「感染爆発」 /кансенбакухацу/ входить до категорії «запозичень, які записуються японськими ієрогліфами, шляхом комбінування значень ієрогліфів». Таке зазвичай відбувається в тому випадку, коли

лінгвістичні можливості японської здатні задовольнити потребу в називанні нового явища або поняття. Більше того, деяка частина японського суспільства вважає недоречним називати словами іншомовного походження ті речі, для яких є автентичні відповідники.

Наприклад, слово 「地球沸騰化」 /чікю: футто:ка/ (укр. «глобальне кипіння») з'явилося в японській мові після того, як Генеральний секретар ООН Антоніу Гутерріш заявив, що «ера глобального потепління завершилася – настала ера глобального кипіння».

Японською воно звучить так: 「地球温暖化の時代は終わり、地球沸騰化の時代が到来した」 /чікю: ондан-ка но джідай ва оварі, чікю: футто:ка но джідай та то:раішіта/ [93]. Ми бачимо, що частина 「温暖」 /ондан/ – «теплий» була замінена на 「沸騰」 /футто:/ – «киплячий», тобто нове слово було створено за аналогією зі старим.

Ще одно слово – 「濃厚接触」 /но:ко:сешиьоку/ (укр. «близький, тісний контакт») прийшло в японську у відповідь на англійське *close contact*. Похідне від нього 「濃厚接触者」 /но:ко:сешиьоку-шія/ використовується на позначення людини, яка мала тісний контакт з інфікованою людиною.

政府は23日、松野博一官房長官が新型コロナウイルスに感染したと発表した。22日夕に発熱し、23日にPCR検査で陽性が判明した。現在は無症状で、自宅待機をしているという。

松野氏の公務復帰のめどは未定。平日に原則2回行われている官房長官の記者会見については、代わりに官房副長官が対応する。岸田文雄首相を含め、職務上での濃厚接触者はいないと説明している。「朝日新聞デジタル」 [79]

2.2.3 Неологізми-запозичення, які є результатом комбінації катакани з ісрогліфами

До таких неологізмів належить слово 「ポスト真実」 /*посуто шінджіцу*/ (укр. «постправа»), яке було утворено від англійського слова *post-truth*.

政治指導者が根拠の怪しい主張を繰り返し、陰謀論がオンラインではびこる。「事実」の輪郭がぶれ続ける「ポスト・トゥルース (真実後)」時代。社会的影響の大きい公人などの発言の真偽を検証して伝える「ファクトチェック」の必要性は高まる一方だ。「毎日新聞」 [98]

Ще одним пов'язаним з цим словом є 「真実後時代」 /*шінджіцуго джідай*/ – «доба постфактів». Разом з ним до японського політичного життя прийшло й нове явище 「ポスト真実の政治」 /*посуто шінджіцу но сейджі*/ – «політика постправи».

「トリクルダウン理論」 /*торікурудаун рірон*/ від англійського *trickle-down theory* – «теорія просочування». Хоча вперше вона була запропонована ще в 18 столітті, в японському суспільстві про неї заговорили разом із впровадженням «абеноміки» (яп. 「アベノミクス」 /*абеномікусу*/).

アベノミクスは、安倍氏が任命し間もなく10年の任期を終える日銀の黒田東彦はるひこ総裁が、2013年4月に緩和策を始めたのが柱。円安に誘導し、輸出関連の大企業の収益を改善させ、賃金上昇、消費拡大につながる狙いから、浜田氏は政策の開始当初「アベノミクスはトリクルダウン」と何度も強調していた。「渥美龍太・原田晋也・畑間香織、東京新聞」 [73]

Слово 「トリクルダウン」 /*торікурудаун*/ навіть було номіновано на премію 「新語・流行語大賞」 /*шінго рю:ко:го тайшьо:*/ в 2014 році.

「トリガー条項」 /*торіга: джьо:ко:*/ походить від англійського терміну *trigger clause*. В японській політиці це слово застосовується в контексті цінової політики на пальне – коли ціна на бензин зростає, спрацьовує особлива система,

яка зупиняє ріст цін. Ця система була запроваджена Демократичною партією Японії (яп. 「民主党」 /*міншю:то:*/) в 2010 році.

玉木代表は記者団に対し、「新年度予算にはことし5月以降のガソリン価格の値下げが入っていない。むだが多い補助金ではなく、減税による値下げが必要だ」と述べました。

「トリガー条項」の凍結解除をめぐる国民民主党は先月、与党との協議を離脱し、その後、立憲民主党や日本維新の会と法案の共同提出に向けて調整を行いましたが整わず、今回、単独で法案を提出しました。「NHK ニュース」 [82]

2.2.4 Власне японські неологізми, які були створені з використанням іншомовних слів

На думку В.Л. Пирогова, *васейейго* як мовне явище віддзеркалює історичні процеси взаємодії типологічно різних мов і культур на рівні дихотомії «Схід – Захід», і є закономірним результатом розвитку японської мови і масової культури в умовах глобалізації, яка супроводжується масовим припливом іноземної, головним чином англомовної, лексики *гайрайго* [28, с. 78].

Наприклад, слово 「パタハラ」 /*натахара*/ є скороченням від 「パタニテイハラスメント」 /*патаніті харасументо*/, де 「パタニテイ」 /*патаніті*/ – це *paternity*, а 「ハラスメント」 /*харасументо*/ – це *harassment*. Таким чином, 「パタハラ」 /*натахара*/ – це проблема, що стосується чоловіків, які потерпають від несправедливого ставлення та переслідувань, коли вони вимагають або беруть скорочений робочий день або відпустку по догляду за дитиною. В Японії ця проблема є дуже розповсюдженою через жорстку японську корпоративну культуру праці.

「産後パパ育休」制度が始まってもうすぐ1年がたつ。少しずつ育休をとる男性が増えてきて、2022年度の男性の育休取得率は過去最高になったが、まだまだ高くはない。また「パタハラ」という、育児休業などを理由にした男性への嫌がらせも問題になっている。「FNN プライムオンライン」 [94]

Від неї також страждають і жінки, тож поряд з «патахара» існує й «Матаハラ» /*матахара*/ – «Матанітейхарасмент» /*матаніті харасументо*/. Обидва поняття були створені в межах японської мови на позначення проблеми, властивої японському суспільству.

Розглянемо також «Уоцшю» /*вошшю*/, яке можна перекласти як «відмивання». За основу слова, очевидно, бралось англійське дієслово to wash – мити, промивати, умивати. В японському суспільно-політичному дискурсі це слово використовується на позначення людей, які «відмивають» свої гріхи й недоліки показними гарними вчинками.

近年、SDGs 推進を標ぼうする企業が増えているが、中には実態が伴わないのに SDGs に取り組んでいるように見せかける「SDGs ウオツシュ」が横行しているのではないかと、との批判が寄せられるようになった。

電通は2018年、「SDGs ウオツシュ」という批判を回避するため企業向けガイドを公表したが、そこでは以下の四つのポイントが重要だと記されている。「稲葉剛、毎日新聞」 [76]

Словосполучення «SDG's ウオツシュ», де SDG's – це Sustainable Development Goals (укр. «Цілі сталого розвитку», концепт, запроваджений ООН, який встановлює ключові напрямки розвитку країн), а «Уоцшю» /*вошшю*/ – «відмивання», використовується для висміювання компаній, які, на перший погляд, керуються цілями сталого розвитку, але насправді взагалі не дотримуються їх.

Поряд з ним функціонує й вираз 「グリーンウォッシュ」 /*ɡuri:n woʃiʃu/* – «зелене відмивання», яке вказує на компанії, що намагаються змусити споживачів повірити в корисність та безпечність свого продукту для навколишнього середовища. Наприклад, це може бути нафтова компанія, яка використовує 「グリーンイメージ」 /*ɡuri:n ime:dʒi/* (укр. «зелені зображення») під час реклами – фотографії природи, зелені упаковки тощо), незважаючи на те, що її діяльність, тобто вироблення продукту, фактично шкодить природі більше, ніж зазвичай [56]. Хоча поняття *greenwashing* існує в англійській мові, згідно з нашими дослідженнями 「ウォッシュ」 є власно японським словом.

「麻雀ブーム」 /*ma:dʒjan bu:mu/* – слово, яке з'явилося в заголовках японських ЗМІ, коли настільна азартна гра китайського походження маджонг почала ставати популярною серед молоді, особливо – школярів. Хоча ця гра завжди асоціювалася з алкоголем, тютюном і димом та була відомою «розвагою для дорослих», останнім часом клуби по грі в маджонг почали просувати 「健康マーじゃん」 /*kenko: ma:dʒjan/* – «здоровий маджонг», щоб викликати в людей до неї суто спортивне зацікавлення.

今なぜ麻雀ブーム? 酒・たばこ・ばくち……。マーじゃんといえばこのようなイメージが染みつく、大人の遊びの代名詞とされてきた。しかし、最近はこれらの要素を排除し、純粋なスポーツ競技として楽しむ「健康マーじゃん」(飲まない・吸わない・賭けないマーじゃん)が注目され、にわか
に人気が高まっている。「白鳥達哉、週刊エコノミスト Online」 [88]

Слово англійського походження 「ブーム」 /*bu:mu/* присутнє в японській уже давно – ним позначається все, що раптово стає популярним і отримує високий рівень схвалення в суспільстві. 「麻雀ブーム」 /*ma:dʒjan bu:mu/* було створено так само, як і запозичене 「ベビーブーム」 /*bebi: bu:mu/*.

Ще одно слово 「オールスター内閣」 /*o:pu sutā: найкаку*/ виникло на позначення такого Кабінету Міністрів, в якому більшість його членів користуються великою підтримкою з боку суспільства та мас-медіа.

「自民党幹部は『総力結集内閣』といます。平たく言うと『オールスター内閣』です。つまり、世論調査をやるたびに『次のリーダー』として国民が強く支持している人たちを、ずらっと並べて、空気を変えるという狙いだと思いますが、果たしてうまくいくかどうか」 「後藤謙次、ANNnewsCH」 [83]

Зрозуміло, що це слово стосується тільки японських політичних реалій. Воно було створено шляхом поєднання концепту *all star* – щось, що складається повністю або переважно із зірок або видатних виконавців чи учасників, який, подібно й усім іншим прикладам, дійсно прийшов з англійської мови, та японського слова 「内閣」 /*найкаку*/ – «Кабінет Міністрів».

Отже, незважаючи на очевидну відмінність (іншомовне походження, наявність звуків, не характерних для японської фонетики), гайрайго можна розглядати як рівноправні слова японської мови, що досить активно розвиваються незалежно від мови-донора. Зокрема, процес запозичення відбувається як на первинному, так і на вторинному рівні, коли поєднуються раніше запозичені лексичні одиниці [28, с. 79].

Відповідно, васейейго можна вважати псевдоангліцизмами, тобто словами та конструкціями, яких не існує в англійській мові, але які за формальними ознаками схожі на англомовні кальки. Для васейейго властиві різноманітні трансформації форми за змісту запозиченої лексики. Вони мають чітко виражені характеристики запозичень, однак не є ними, оскільки були «штучно» створені для вираження певних понять та явищ із іншомовних лексичних компонентів [28, с. 79].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

У другому розділі нами було розглянуто місце понять етимології та етимологічного аналізу в лінгвістичній теорії японської мови. Зокрема, ми з'ясували, що японські слова можна поділити на три шари в залежності від їхнього походження: ваго – власне японські слова, канго – японські слова китайського походження та гайрайго – слова, запозичені з європейських мов, в більшості випадків – з англійської. Окрім цього, також можна виділити слова мішаного або «гібридного» типу, які є комбінацією вищезазначених слів, та японоподібні псевдоангліцизми, які мають назву «васейейго».

Запозичення є основним джерелом нових слів в японській мові. Послуговуючись методом етимологічного аналізу, дуже важливо дослідити та визначити, звідки та за яких умов запозичене слово прийшло до японської мови.

Погоджуючись із думкою дослідниці Т.В. Солопчук, ми поділяємо неологізми, джерелом появи яких були іншомовні слова та поняття, на три види: неологізми-запозичення, які транскрибуються катаканою, неологізми-запозичення, які записуються японськими ієрогліфами, та неологізми-запозичення, які є результатом комбінації катакани з ієрогліфами. Нами було наведено приклади вищезазначених лексичних одиниць суспільно-політичної тематики та проаналізовано їхню етимологію: наприклад, досліджено використання слова 「フェイクニュース」 /фейкуню:су/ не тільки в межах мас-медіа, але й на сторінках соціальних мереж політичних діячів тощо.

Щодо явища васейейго в японській мові, ми з'ясували, що, хоча такі слова мають чіткі ознаки звичайних запозичень, вони було створені «штучно» вже носіями японської мови на позначення суто японських реалій. Як один з прикладів, ми проаналізували слова 「パタハラ」 /матахара/ та 「マタハラ」 /матахара/ – проблеми, які існують в японському суспільстві через особливості менталітету країни.

РОЗДІЛ ІІІ. ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ

3.1 Поняття лексичного значення слова

Перед тим, як розглядати функціонально-семантичні особливості неологізмів, слід дати визначення поняттю лексичного значення слова.

Як зазначає Т.Ф. Семашко, значення – одна з найбільш складних не лише лінгвістичних, але й логічних, психологічних та філософських категорій. У процесі формування лексичного значення беруть участь та знаходять відображення не тільки система мови, а й мислення та навколишня дійсність. При аналізі концепцій значення лінгвісти синтезують різні погляди у певний напрямок, створюючи загальні класифікації точок зору [33, с. 82].

Цю ж думку підкріплюють Т.К. Комарницька та К.Ю. Комісаров у своєму підручнику «Сучасна японська літературна мова: Теоретичний курс». У ньому зазначено, що лексичне значення слова – це зміст слова, який відображає і закріплює у свідомості мовця уявлення про предмет, ознаку, процес, явище тощо. Лексичне значення слова є продуктом когнітивної діяльності людини, воно пов'язане з процесами мислення, має узагальнений характер (тобто виражає поняття) [44, с. 137].

Таким чином, у випадку із дослідженням значення неологізмів дуже важливо враховувати безліч факторів, при яких ці нові слова виникли – наприклад, час, місце, подію, яка стала причиною появи певного нового слова, тип дискурсу, в якому воно з'явилося вперше, групу людей, яка сприяє його популяризації шляхом активного використання в своєму мовленні, тощо. Іншими словами, потребує уваги і так званий етимологічний аспект дослідження новоутворень, який ми також розглянули в нашій роботі.

Повертаючись до теми цього розділу, згадаємо і прагматичний аспект лексичного значення слова, який включає експресивно-емоційну оцінку і

різноманітні конотації. Конотативне ж значення, у свою чергу, складається з емоційного, експресивного, оціночного та функціонально-стилістичного компонентів. Конотативний аспект значення мовних одиниць асоціативно пов'язаний із денотативним [44, с. 138].

За словами С.М. Амеліної, під денотацією розуміють постійне значення, незалежне від контексту і ситуації, тобто це зв'язок між мовним об'єктом (словом) і позамовним об'єктом (так званим денотатом), натомість конотація – це

- індивідуальний (емоційний), стилістичний та інші компоненти значення, які накладаються на основне значення;
- експресивне значення: стилізована оцінка фактів мовцем;
- соціальне значення: компонент значення, який відображає соціальні відносини (часто говорить між мовцем та слухачем) [1, с. 7].

Отже, лексичне значення слова не є сталим: значення слів постійно змінюються. Процес зміни значення слова і те, на чому базується це значення слова, має кілька типів: метафоризація, метонімізація, асиміляція (вплив значення одного слова на інше), диференціація значення залежно від сфери вживання слова тощо. В результаті процесів зміни свого значення слово може стати багатозначним (полісемічним) [44, с. 138].

Одним з прикладів такого явища можна назвати семантичні неологізми, або неосеманти – ті самі мовні одиниці, які є загальноновживаними словами, але використовуються вже в новому значенні.

Утворення неологізмів шляхом переосмислення слів для найменування якогось уже відомого поняття відбувається, ймовірно, у зв'язку з виникненням необхідності відтінити одну з якостей того чи іншого поняття, які раніше не відображалися у словесному найменуванні, або ж для позначення стилістичних і різного роду емоційно-оцінних відтінків того чи іншого поняття чи предмета [11, с. 32].

Японською їх називають 「転用語」 /тенйо:го/, якщо поява нового значення спричинена зміною й форми слова (тоді це вже не буде стосуватися полісемії), або 「新用語」 /шінйо:го/, якщо зміни відбувалися винятково на семантичному рівні.

В контексті суспільно-політичної лексики японської мови до цієї категорії неологізмів входить, наприклад, деякі мовні одиниці пласту лексики 「官庁用語」 /канчьо: йо:го/, який із плином часу став місцевим «жаргоном».

Продовжуючи тему полісемії (яп. 「多義性」 /таґісей/) в японській мові, варто згадати, що її розглядають як здатність слова мати декілька лексико-семантичних варіацій із загальною понятійною віднесеністю в результаті фразеологічної сполучуваності в синтагмі, реченні. При цьому лінгвісти вказують, що вивчення лексичної полісемії пов'язане з серйозними труднощами, які обумовлені браком достатньо ефективних та об'єктивних методів її дослідження. Проте загалом мовознавці згодні у тім, що багатозначність є необхідним атрибутом мови, мовною семасіологічною універсалією та звичним явищем у мові [44, с. 150].

Розвиток полісемії спричиняють такі фактори:

- необхідність відобразити у мові зв'язки, які існують у навколишній дійсності;
- необхідність закріпити результати абстрагуючої та аналітичної роботи мислення;
- особливості формування асоціативних зв'язків та умови функціонування слова у мові [38].

3.2 «Канчьо-його» як приклад переосмислення лексичних одиниць у суспільно-політичній лексиці японської мови

「官庁用語」 /канчьо-його/ має ще одну назву – 「霞が関用語」 /касумігасекі-йо:го/, яка походить від назви станції метро Касумігасекі (яп. 「霞が関駅」 /касумігасекі-екі/), що знаходиться в центрі спеціального району Чійода в Токіо. Спеціальний район Чійода – це місце розташування більшості міністерських установ та урядових офісів, і «канчьо-його» є свого роду професійними жаргонізмами (від фр. *jargon* – базікання) – словами та висловами, що мають нейтральні відповідники і побутують переважно в усному мовленні людей певної професії чи роду занять, об'єднаних спільними інтересами, належністю до певного соціально-професійного соціуму [8], в нашому випадку – працівниками міністерств, адміністрацій, офісів Кабінету Міністрів Японії тощо.

Як нами вже було зазначено, серед лексики, яка входить до «канчьо-його», присутня велика кількість так званих «неосемантів» – слів, які зазнали зміни значення, головним чином, шляхом процесу зміни семантичної структури слова, до яких належать:

1) метафоризація. За словами Я.П. Яремко, метафора лежить в основі концептуального людського мислення, коли характеристика пізнавального предмета відбувається через порівняння з уже пізнаним. Тож виникнення метафори – це результат зіставлення предметів в з певною інтегральною ознакою, яка й стає внутрішньою формою слова [55, с. 76].

Як приклади такої зміни можна навести наступні слова:

「お経」 /окьо:/. Хоча в загальноживаній мові це слово має значення «сутра» – термін давньоіндійської релігійно-філософської традиції, яким в індуїзмі позначався стислий, афористичний твір на певну тему, а у буддизмі – більш розгорнутий опис-пояснення чогось [13, с. 623], у діяльності Парламенту Японії воно використовується на позначення «читання вголос»: наприклад,

зачитування пропозицій законопроектів називається 「お経読み」 /окьо:йомі/. Таким чином, зміна семантичного значення слова відбувалася через наявність «спільних рис» між двома процесами: зачитування вголос пояснювальних текстів;

「かがみ」 /кагамі/ означає «дзеркало», проте його також використовують у значенні «першої сторінки якого-небудь документу». Наприклад, при пересиланні офіційних документів між державними установами такий перший аркуш паперу скріплюється печаткою (у випадку, якщо основний текст починається на наступній сторінці). Іншими словами, 「かがみ」 /кагамі/ використовується на позначення титульної сторінки будь-якого державного документу;

「塩漬け」 /шіодзуке/, яке може означати «засолений» (～の /но/), «засолювати» (～にする /ні суру/), в колі державних та політичних діячів часто вживається щодо робочих кадрів, маючи на увазі особу, яка вже тривалий час перебуває на одній і ті самій посаді. Воно також використовується при нехтуванні якоюсь справою (「これは上司が思い出すまで塩漬けにしておこう...」 /коре-ва джьо:ші-га омоідасу-маде шіодзуке ні шітеоко:/ «Давайте залишимо це в спокої, поки начальство про нього не згадає...»);

「シャビー」 /шы:бі/. Це слово було запозичене з англійської – там слово *shabby* означає «бідний», «занедбаний», «зношений». Як «канчьо-його» це слово позначає роботу, яка є нудною або неважливою, ту, яку людина просто змушена робити тощо;

「呼び込み」 /йобікомі/ – слово на позначення процесу «зазивання», рекламування свого закладу або сервісу; той, хто намагається залучити відвідувачів до розважальних заходів тощо. Як жаргонізм воно вживається на позначення запрошення людини на зустріч через телефонний дзвінок: якщо початок зустрічі затримується або час узагалі невідомий, відповідальна особа

(зазвичай, секретар) зв'язується з людиною по телефону (「そろそろ来てください」 /*soro-soro kite kudasai*/ «Будь ласка, будьте на місці найближчим часом»);

「レク」 /*реку*/ утворилося від англійського слова *lection* – усний виклад предмета викладачем, в якості «канчьо-його» використовується на позначення яких-небудь пояснень. Іншими словами, воно є синонімом до японського слова 「説明」 /*сеіумей*/. Це може бути 「事務次官レク」 /*джімумджікан-реку*/, 「記者レク」 /*кішыя-реку*/, 「国会レク」 /*коккаі-реку*/ тощо, однак це не є тим самим, що й 「講義」 /*ко:гі*/ («лекції»);

「宿題」 /*шюкудай*/ – «домашнє завдання» є невід'ємною частиною будь-якого навчання та активно використовується всіма учасниками навчального процесу. Але виявляється, що не тільки ними – працівники урядових установ також вживають це слово на позначення того матеріалу, який не вдалося розглянути, наприклад, на засіданні, й довелося «принести його додому»;

「強姦する」 /*то:кан суру*/ несе в собі доволі сильне емоційно-експресивне забарвлення. В звичайному мовленні воно означає «гвалтувати», але як жаргонізм може вживатися в переносному значенні «змушувати когось виконати свою роботу»;

「中二階」 /*чю:нікаі*/ – людина, яка займає посаду вище керівника відділу, але нижче генерального директора (або його заступника). Дослівно це слово перекладається як «мезонін» (від італ. *mezzano* – «середній») – надбудова над середньою частиною житлового будинку, яка розташована нижче повного поверху. Звідси й можна провести паралель – це людина, яка знаходиться десь між «верхами та низами»;

2) метонімія. За визначенням Н.Г. Ходаковської, метонімія – це троп, образний переносний вираз, в якому предмет замінюється іншим, але не за подібністю, а за суміжністю і реально існуючими між ним зв'язками. Метонімію часто розглядають як різновид метафори, але між ними існують суттєві

відмінності: при метафоричному переносі назви зіставлених предметів повинні бути обов'язково подібними, а при метонімії такої подібності немає; метафору легко перетворити на порівняння, а метонімію – ні [47, с. 111].

Прикладів метонімічних перетворень у «канчьо-його» дещо менше, ніж метафоричних. Хоча прикладів синекдохи нам відшукати не вдалося, все ж таки можна звернути увагу на такі слова:

「中廊下」 /накаро:ка/ – дослівно означає «центральний коридор». Цим словом також позначаються найвищі посадові особи в секретаріаті якого-небудь міністерства. Походження такого семантичного значення пов'язане з тим, що, окрім загального коридору, по якому ходять звичайні люди, існують також «внутрішні» коридори між кімнатами керівників;

「バッター表」 /батта: хьо:/ «таблиця відбивачів» – це таблиця або список, у яку включено імена членів Парламенту, які ставлять запитання парламентським комітетам (яп. 「バッター」 /батта:/ «відбивач»), перелік їхніх запитань, імена відповідачів з комітетів та перелік їхніх відповідей.

Таким чином, ми простежуємо взаємодію між загальноновживаною лексикою і соціолектом – лінгвістичним варіантом, обумовленим на основі соціальних параметрів, що корелює з визначеним соціальним класом чи професійною групою. В такому випадку відбувається міграція загальноновживаних слів у нові професійні жаргоні і у нові соціолекти [23, с. 163], які функціонуватимуть у межах політичного дискурсу.

У результаті вживання слова в нетиповій для нього ситуації носіями іншого соціолекту (мови визначеної соціо професійної групи), воно здобуває новий відтінок, що потім оформлюється в окреме значення слова. З іншого боку, будь-яка семантична новизна слова породжує прагматичну новизну [23, с. 163].

А.Е. Левицький зазначає, що навіть якщо окремі новотвори «мають ходіння» лише в окремих соціумах, вони можуть бути досить легко декодовані

представниками інших соціумів, знаходячись (через свою обмежену соціалізацію в суспільстві) на периферії основного словникового складу мови. Так, поповнення ненормативної зони словникового складу мови можна пояснити, якщо розглядати сленг як інструмент відсторонення: в сленгу міститься високий відсоток слів, для яких особливу значущість відіграють індивідуально-особистісні аспекти розуміння й інтерпретації навколишнього світу [24].

3.3 Функціональні особливості неологізмів

3.3.1 Публіцистичний стиль як середовище функціонування неологізмів суспільно політичної лексики

Публіцистичний стиль – це функціональний стиль мови, який застосовують у викладі, призначеному для широкого кола читачів або слухачів; він присвячений якимось суспільним чи політичним питанням: подіям політичного життя, явищам культури, проблемам моралі тощо в актуальному значенні [20, с. 453].

Основа сфера використання публіцистичного стилю – громадсько-політична, суспільно-культурна, виробнича діяльність, навчання. Основне призначення – служити розв'язанню суспільно-політичних питань, активно впливати на читачів, переконувати у справедливості певної ідеї, спонукати їх до творчої діяльності, пропагувати прогресивні ідеї, учення, знання, здоровий спосіб життя [40, с. 272].

Публіцистика тісно пов'язана із поточною зовнішньою ситуацією, намагається на неї впливати та не боїться приводити у мову інновації [20, с. 453]. Так, оскільки публіцистичний дискурс прямо пов'язаний із суспільно-політичним, він відрізняється рухомістю, суб'єктивованістю, чутливістю до політичних переконань, того, хто говорить, чутливістю до суспільно-політичних змін [50, с. 2], що призводить до появи великою кількістю неологізмів.

Мовні особливості публіцистичного стилю впливають із його основних рис: добір відповідних слів із синонімічного ряду, підбір експресивних форм, що відображають ставлення автора публіцистичного тексту до описуваних подій, використання метафор, стилістичнозабарвлених розмовних і просторічних слів (вкраплення елементів розмовного стилю), іншомовних слів фразеологізмів. Усі ці засоби вживаються на тлі нейтральної та суспільно-політичної лексики, яка створює каркас висловлювання [20, с. 470].

Хоча японська суспільно-політична лексика здебільшого представлена лексичним шаром канго, в ході нашого дослідження стало зрозуміло, що останнім часом її склад поповнюється все більшою кількістю слів іншомовного походження – гайрайго.

Функції неологізмів суспільно-політичної лексики можна поділити на чотири основні функції: репрезентативна, діагностична, емоційно-експресивна та соціально-комунікативна.

3.3.2 Репрезентативна функція

Перша – це репрезентативна або номінативна функція, яка полягає у відображенні об'єктивної реальності [15], у називанні понять, предметів, явищ тощо. Цю функцію виконують більшість нових слів, оскільки однією з причин їхньої появи і є бажання людства номінувати щось нове в політичній та суспільній сфері життя країни. Таким чином, однією зі складових цієї функції можна назвати інформативність.

Прикладів таких слів у японській мові можна навести безліч, наприклад:

1) неологізми, які називають певні соціальні проблеми:

1.1) なぜなら、「ドクターハラスメント」という言葉を世に広めたのは、元慈繁会理事である故土屋繁裕先生だからです。「ドクターハラスメント」

(いわゆるドクハラ)は繁裕先生の造語で、その年の流行語大賞候補にもなりました。

それまでは「セクシャルハラスメント」という言葉は浸透していましたが、考えもしなかった言葉でした。「ドクハラ」という言葉が出たときは医療業界では眉をひそめる方も決して少なくなかったのも事実です。「松本昭憲、産業医ニュース」[103]

「ドクハラ」 /*дохухара*/ – слово (утворене від «ドクターハラスメント» /*дохута: харасументо*/) на позначення насильства з боку лікарів, які переслідують своїх пацієнтів або позбавляють їх свободи вибору варіантів лікування без належного пояснення, запроваджене хірургом Цучія Шігехіро (яп. 土屋繁裕) в 2003 році. Вперше він використав його у власній роботі під назвою «ストップ・ザ・ドクハラ：医者のハラスメントに患者はどうすべきか» /*сутоппу дза докухара ішя но харасументо ні канджя ва до: субекі ка*/. Цікаво, що в період пандемії коронавірусу набув широкої популярності антонімічний до нього неологізм «ペイハラ» /*пейхара*/ від «ペイシエントハラスメント» /*пейшенто харасументо*/ – він стосується проблеми образливих слів, насильства або неприємної поведінки щодо медичних працівників з боку пацієнтів або їхніх родин.

1.2) 女性の下半身を盗撮していた男性に「会社にバレたちグビだよ」などと示談金の支払いを迫り、現金100万円を脅し取ったなどとして、男性3人が恐喝などの容疑で警視庁に逮捕されました。

報道によると、3人は盗撮犯を狙って示談金を脅し取る「盗撮ハンター」で、同じような行為を振り返っていたようです。「杉浦智彦、弁護士ドットコムニュース」[92]

「ケータイ盗撮犯」 /*ке:таі то:сацухан*/ – слово, яке набуло широкої популярності в 2003 році, позначає проблему так званого «апскьортингу» –

«підглядання під спідницю» шляхом використання цифрових камер, владштованих у мобільних телефонах, та фото- або відеозйомки. Згодом з'явився ще один термін 「盗撮ハンター」 /*то:сацу ханта:*/ – це люди, які навмисно слідкують за місцями, де існує велика вірогідність скоєння апссьортингу, стають свідками злочину та починають переслідувати того, хто його скоїв, вимагаючи гроші за мовчання.

1.3) 焼身自殺を行った71歳の男性は、何の関係もなかった52歳の女性まで犠牲にした。間もなく、犯人と事情に関する数多くの報道が行われた。事件直後、犯人は低年金による生活苦で不満をこぼしていたと伝えられた。

іваゆる「下流老人」による犯罪の背景には、しばしば貧困と社会的孤立がある。私が最も驚いたのは、低年金による貧困という点ではなく、犯人が東京都杉並区・西荻窪地域に長年住んでいたことだ。犯人は、この地域に住み続けて26年目になる私の「ご近所さん」であった、ということになる。「みわよしこ、DiamondOnline」 [106]

「下流老人」 /*карю:ро:джін*/ – слово, запроваджене в роботі Фуджітою Таканорі (яп. 藤田孝典), представником неприбуткової організації 「ほっとプラス」 /*хотто нурасу*/, в 2015 році на позначення проблеми людей похилого віку, які через бідність та покинутість нездатні вести нормальний спосіб життя. На цю ж проблему звертав увагу японський романіст Міура Джюн (яп. みうらじゅん), який назвав це явище 「老いるショック」 /*оіру шьокку*/;

1.4) 企業が「残業禁止」という方針を打ち出せば、管理部門は現場にそれを徹底させようとする。しかし現場では、残業をしなければ仕事が終わらない。仕事が終わらなければ、当然のことながら顧客に迷惑がかかる。にもかかわらず、残業しようとする、上司や管理部門から「帰れ、帰れ」と責められる——このように時短を強要しプレッシャーを与える行為がジタハラだという。「伊藤あゆみ、週刊朝日」 [75]

「ジタハラ」 /*джітахара*/ від «時短ハラスメント» /*джітан харасументо*/ – слово на позначення проблеми «тиску на співробітників шляхом скорочення робочих годин», яка набула поширеності в 2018 році після того, як прем'єр-міністр Абе Шіндзо (яп. 安倍晋三) провів трудову реформу, яка передбачала обмеження понаднормової роботи на одного службовця до 100 годин на місяць. Це послугувало причиною того, що велика кількість працівників більше не встигала виконувати поставленні керівництвом завдання через брак робочого часу;

1.5) 製薬企業は治療薬を開発する際、効果や安全性を調べる臨床試験を行う。国への承認申請時に試験結果を提出して審査を受け、国内で薬を製造販売する承認を受ける。

薬によっては、人種などで効果や副作用に差が出ることもあるため、通常は日本人を対象に行った臨床試験の結果も提出する必要がある。臨床試験が海外先行で既に終了している場合は、日本で追加試験を行うよう求められるが、多大な費用がかかる。このため海外企業が日本での申請を見送ることがあり、ドラッグロスの一因と指摘されていた。「讀賣新聞オンライン» [96]

「ドラッグ・ロス」 /*доратту-росу*/ – слово, яке позначає ситуацію, коли ліки, які дозволені в Європі та Сполучених Штатах, не можна використовувати в межах Японії через специфічну японську систему ціноутворення на такі ліки – в Японії ціни на ліки занадто низькі, через що в більшості випадків прибутковість на японському ринку не очікується. З початку 2021 року Міністерство охорони здоров'я, праці та соціального захисту активно переглядає заходи щодо цінової політики на ліки з метою усунення цієї проблеми;

1.6) 兵庫県警に逮捕された女は大学を欠席がちになり、単位が取れずに中退。その後会社に就職したが、長続きしなかった。ブランド品など収入に見合わない買い物を繰り返し、消費者金融から借金。奨学金を含めた借金総

額は約400万円に膨らんだ。返済のため、X（旧ツイッター）で「闇バイト」と検索したのが、犯罪者への転落の始まりだった。

女がバイト募集の投稿にダイレクトメッセージ（DM）を送ると、すぐに闇バイトのリクルーターから「キャッシュカードを受け取るだけ」と仕事を斡旋（あっせん）する返信があった。「喜田あゆみ、産経新聞」[80]

「闇バイト」 */ямі-байто/* – слово на позначення явища «темного підробітку», яке полягає в тому, що молодих людей заманюють у злочинну діяльність через соціальні мережі як-от Instagram або Twitter, обіцяючи велику суму нагороди та гарантію того, що про них не дізнаються правоохоронні органи. Слово досягло свого піку використання в 2021 році, коли кількість крадіжок та грабіжників, пов'язаних з такими підпільними роботодавцями, перевищила 60 осіб;

1.7) 日本には本州と四国にツキノワグマ、北海道にヒグマがすんでいる。どちらのクマも本来は臆病で、人の気配がすれば逃げるか、やぶなどに隠れる。

だが、アーバンベアは、市街地周辺に恒常的に生息し、一時的に市街地に出没する可能性がある。「人への警戒心が比較的薄い。白昼堂々、庭先の柿の実など果実を食べにくる個体もいる」と、JBNで普及啓発委員会委員長を務める山崎晃司・東京農大教授も指摘する。「讀賣新聞オンライン」[102]

「アーバンベア」 */а:банбеа/* – слово на позначення «проблеми міських ведмедів» (яп. 「都市型クマ問題」 */тошітата кума мондай/*), яка стала особливо актуальною весною 2022 року, коли на сході Хоккайдо відбувся напад бурого ведмедя на худобу в містах Шібечя та Аккеші. Це слово активно використовував у своїх доповідях Йошікадзу Сато (яп. 佐藤喜和), професор університету Ракуно Гакуен та представник неурядової організації Japan Bear Network;

1.8) 「頂き女子りりちゃん」を名乗り詐欺マニュアルを販売し、自身も男性から現金をだまし取ったとして詐欺罪などに問われた渡辺真衣被告（25）に対し、名古屋地裁は22日、懲役9年、罰金800万円（求刑・懲役13年、罰金1200万円）の有罪判決を言い渡した。大村陽一裁判長は「ホストらの売り上げに貢献するために資金を得たいという動機は身勝手に、くむべき余地はない」と非難した。「道下寛子・田中理知、毎日新聞」[104]

「頂き女子」 */itadaki dзьюоии/* – феномен молодых дівчат, які шукають заможних чоловіків, старших за віком, щоб отримувати від них гроші в обмін на побачення та сексуальні послуги, який почав набирати обертів з 2023 року;

2) неологізми, які називають різноманітні нововведення в житті суспільства (як позитивні, так і негативні):

2.1) 小池都知事は、「働き方改革というのは今年のキーワード。東京都でも20時完全退庁が定着し始めたところでもあります。長時間働けばその分お金が儲かるというわけでもなく、長時間働けばその分サービスが良くなるというわけでもありません。東京都には働き方改革を宣言した企業は既に1,000社ありますが、2020年までには合計5,000社にしていきたい。東京の働き方が変わると、日本の働き方が変わると言っても過言では無いと思います」といい、プレミアムフライデーをきっかけにした働き方の意識改革を呼びかけた。「FashionSnap ニュース」[81]

「プレミアムフライデー」 */пуреміамуфрайде:/* – термін, утворений від англійських слів premium («преміальний») та Friday («п'ятниця»), який з'явився в японській мові в 2017 році з моменту запуску кампанії зі скорочення масових випадків понаднормової роботи. Вона полягала в тому, щоб дозволити працівникам йти з роботи раніше кожен останній п'ятницю щомісяця;

2.2) 「会社にとって何のプラスにもならないのに、国に『付き合いされている感』がすごい」。都内の医療機器販売会社で経理を担当する男性（47）はそう話す。

取引先に消費税率や税額を正確に伝えるために導入されたインボイス（適格請求書）制度が10月に始まり、1カ月が過ぎた。消費税の転換点ともされる制度によって、日々の会計実務に想定外の影響も出ているという。

「中野浩至・花野雄太、朝日新聞デジタル」[99]

「インボイス制度」 */інбойсу сеїдо/* – зміна системи обчислення податку на споживання та самостійної оплати податку, яка була запроваджена з 1 жовтня 2023 року. Відзначилася тим, що збільшила адміністративне навантаження на працівників податкової служби й ускладнила розуміння приватними підприємцями того, що потрібно робити;

2.3) あ新たな紙幣には、一万円札に「近代日本経済の父」と呼ばれる渋沢栄一、五千円札に日本で最初の女子留学生としてアメリカで学んだ津田梅子、千円札に破傷風の治療法を開発した細菌学者の北里柴三郎の肖像をデザインします。

財務省と日銀は新紙幣の発行開始の時期について2024年の7月前半としていましたが、2024年7月3日に決定したと発表しました。

紙幣のデザインが変わるのは2004年以来、20年ぶりとなります。

「NHK 首都圏ナビ」[87]

「新紙幣」 */しんしけい/* – «нові банкноти» (синонімічне до «新札」 */しんさつ/*), які збираються запровадити в липні 2024 року;

2.4) 一般のドライバーが自家用車を使って有料で人を運ぶ「ライドシェア」のサービスが、曜日や時間帯を限定して、東京都や神奈川県など4都府県の一部の地域で始まります。

国内では過疎地などをのぞくと、ライドシェアが認められるのは初めてで、国土交通省はこれらの地域にあるタクシー会社の意向を調査した上で、申請のあった会社に事業の許可を出すことにしています。「NHK ニュース」 [90]

「ライドシェア」 /*raidoshea*/ – система спільного використання приватного автомобіля за допомогою сервісів з пошуку попутників, яка довгий час залишалася забороненою на території Японії, незважаючи на її популярність в інших країнах та актуальну проблему нестачі таксі, особливо в туристичних і густонаселених районах. Проте вона офіційно запрацювала з квітня 2024 року;

3) неологізми-назви нових установ, державних органів тощо:

3.1) 「デジタル庁」 /*dedzitaruchyo*:/ – «Цифрове агентство Японії», сформоване у вересні 2021 року для сприяння цифрового розвитку суспільства та політики;

3.2) 「こども家庭庁」 /*кодомо катаічьо*:/ – «Агентство у справах дітей та сімей», яке було створено в квітні 2023 року з метою об'єднання адміністративних справ, пов'язаних із дітьми, якими раніше займалися Кабінет Міністрів та Міністерство охорони здоров'я, праці та соціального забезпечення;

3.3) 「こども政策推進会議」 /*кодомо сеісаку суішін кайгі*/ – «Рада сприяння розвитку політики в справах дітей», яка була створена разом із Агентством у справах дітей та сімей.

3.3.2 Діагностична функція

Друга функція – діагностична. За З.М. Циганковою, неологізми можуть виконувати функцію «лакмусового папірця» того періоду, в якому вони з'явилися. Адже вивчення неологізмів пов'язане зі зміною суспільства, на відміну від інших мовних одиниць, оскільки нові слова більшою мірою характеризують епоху, ніж мову. Дійсно, протягом кожного періоду з'являються

різні неологізми, які різняться за типом та кількістю. Неологізми допомагають «поставити діагноз» певній епосі, тобто вказати на її особливості й охарактеризувати смаки сучасників [49, с. 303]. Іншими словами, за змінами в лексичному складі мови можна простежити, які події домінували в суспільно-політичному житті країни, з якими проблемами стикався соціум тощо. До цього переліку можна віднести, наприклад:

1) пандемійні або «ковідні» неологізми (яп. 「コロナ関連語」 /*корона канренго*/):

1.1) 中国・武漢市発の新型コロナウイルス感染症「COVID-19」の影響でイベントなどの自粛が相次ぐ中、アニメ専門展示会の「AnimeJapan 2020／ファミリーアニメフェスタ 2020」も中止を決定した。3月21日と22日に東京ビッグサイトで開催する予定だった。「ITmediaNews」 [74]

「新型コロナウイルス感染症」 /*шінгата коронауірусу кансеншьо*:/ – «новий коронавірус»;

1.2) コロナ禍では、4月23日に朝の情報番組の司会などで親しまれた女優の岡江久美子さんも63歳で死去。外交評論家の岡本行夫さんやファッションデザイナーの高田賢三さんらも犠牲になった。「讀賣新聞オンライン」 [100]

「コロナ禍」 /*корона-ка*/ – криза, викликана коронавірусом;

1.3) 2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大を防ぐため、人々は接触や集合を避ける生活スタイルを余儀なくされた。働き方も例外ではない。4～5月に緊急事態措置を実施した期間を中心に、多くのビジネスパーソンは在宅勤務などテレワーク環境で仕事をした。「中川真希子、日経 XTech」 [97]

「テレワーク」 /*терева:ку*/ – тип віддаленої роботи, пов'язаний з поширенням коронавірусу;

1.4) 国内の感染症学者などは、観光のために移動が許可されたこと、ソーシャルディスタンスを守らず毎日のようにさまざまなデモが行われていること、許可されていない若者の集会が増加していることなどが原因と指摘している。「山木シルビア、ジェトロニュース」 [107]

「ソーシャルディスタンス」 /*so:shyaru disutansu/* – соціальне дистанціювання з метою попередження поширення коронавірусу;

1.5) 毎月の利用額については、「1,000円以上5,000円未満」(37.0%)や「5,000円以上10,000円未満」「10,000円以上30,000円未満」(ともに32.0%)という人が多く、スマホ決済の支払方法としては「クレジットカード払い」(36.0%)が断トツに多い結果となった。「CHIGAKO、マイナビニュース」 [71]

「スマホ決済」 /*sumaho kessai/* – оплата через мобільні пристрої;

1.6) 東京都は新型コロナウイルスの対策本部会議を開き、小池知事は、25日から大型連休が終わるまでの12日間を「ステイホーム週間」として、外出を控えて自宅にとどまるよう都民や企業などに呼びかけを強化する考えを示しました。「NHKニュース」 [105]

「ステイホーム」 /*steyi ho:mu/* – залишатися вдома;

1.7) 新型コロナウイルスによる肺炎の感染が広がる中、本格的な花粉症シーズンが迫っている。マスクの品薄状態は当面続く見通しで、鼻の中に装着する「鼻マスク」などが話題に。「時事通信社」 [89]

「鼻マスク」 /*xana masuku/* – носова маска;

1.8) このうち、小売店の人出の多さを撮影しSNSに投稿をしたという30代の男性は、「自粛警察」と呼ばれるような行為をしたつもりはないとしたうえで、「人が少なくなったところばかりを取り上げるマスコミに対し、

利用者が増えている場所があり、実態とは違うということを指摘したかった」と話しています。「NHK ニュース」 [85]

「自粛警察」 /*джішюку кеісацу*/ – пандемічна самополіція, антивірусна самослужба – люди, які слідкують за дотриманням карантинних обмежень, хоча це не входить в їхні обов’язки;

2) неологізми, які позначають глобальні події, що відбуваються поза межами Японії:

2.1) 2022年2月24日に開始されたロシアによるウクライナへの侵攻。ロシア軍がウクライナ東・南部4州の掌握を目指して攻撃を続ける一方、ウクライナ側は欧米の軍事支援を受けて抵抗を続けています。「Yahoo! Japan ニュース」 [109]

「ロシアによるウクライナへの侵攻」 /*рошіа ні йору укураіна е но шінко:/* – російське вторгнення в Україну;

2.2) ウクライナ社会政策省によると、ドンバス紛争や占領下のクリミアから逃れたおよそ 145 万人が、今も国内で避難生活を送っている。「アムネスティ国際ニュース」 [77]

「ドンバス紛争」 /*донбасу фунсо:/* – конфлікт на Донбасі;

2.3) 領土奪還を目指すウクライナに対して、ロシアはウクライナの占領地を“ロシア化”する動きを加速させています。「NHK ニュース」 [108]

「ロシア化する」 /*рошіа-ка суру/* – зросійщувати;

2.4) 炎上した動画は2022年4月1日に、「我々はラシズム（ロシアの統治体制）と戦わなければいけない」とのメッセージとともに公開されたものです。「篠原修司、Yahoo! Japan ニュース」 [86]

「ラシズム」 /*рашізуму/* – рашизм;

2.5) 米カリフォルニア大ロサンゼルス校で4月30日深夜から5月1日未明にかけ、イスラエルによるパレスチナ自治区ガザでの戦闘に反対するデモ隊と、これに反発するグループの衝突が起きた。「北國新聞 Digital」 [78]

「ガザ戦闘」 /гадза сенто:/ – бойові дії в Газі;

2.6) 米国とその同盟国はイスラエルとイスラム組織ハマスとの紛争がより広い地域に拡大するのを防ぐ取り組みを強めている。「Bloomberg ニュース」 [72]

「イスラエルとハマス紛争」 /ісураеру то хамасу фунсо:/ – конфлікт між Ізраїлем та ХАМАС тощо;

3) неологізми, пов'язані з іменами політичних діячів:

3.1) 「小泉劇場」 /коїдзумі текідзььо:/ – неологізм, створений на позначення загальних виборів у вересні 2005 року, які були описані як «театр Коїдзумі». Колишній прем'єр-міністр Японії, Коїдзумі Джюн'ічіро (яп. 小泉純一郎), відзначився своєю жорсткою позицією, достроковими виборами та яскравою кампанією проти своїх опонентів;

3.2) 「小泉チルドレン」 /коїдзумі чірудорен/ – неологізм, яким називали молодих політиків, яких Коїдзумі особисто переконував балотуватися;

3.3) 「アベノミクス」 /абеномікусу/ – неологізм, який використовується для опису курсу економічної політики, запровадженого колишнім прем'єр-міністром Японії Абе Шіндзо (яп. 安倍晋三), головною метою якого було подолання дефляції шляхом пом'якшення політики Банку Японії. Утворений шляхом поєднання прізвища прем'єр-міністра – Абе та слова 「エコノミクス」 /економікусу/ – «економіка»;

3.4) 「トランプ現象」 /*торанпу теншьо:*/ – неологізм на позначення «феномену Трампа» – політичних діячів, для яких характерні агресивність, різкість та ексцентричність під час їхніх виступів, чим і був відомий колишній президент Сполучених Штатів Америки Дональд Трамп;

3.5) 「もしトラ」 /*мошітора*/ – неологізм, утворений шляхом скорочення та поєднання двох слів 「もしかしたら」 /*мошікашітара*/ і 「トランプ」 /*торанпу*/, який перекладається як «можливо, (переможе) Трамп». Став особливо популярним напередодні американських виборів президента, які відбудуться в листопаді 2024 року.

3.3.3 Емоційно-експресивна функція

Третя функція неологізмів – емоційно-експресивна, – орієнтована на людини, слухача або читача, її емоційно-психичну та кваліфікативну сферу мовленнєво-мисленнєвої діяльності. Такі неологізми сигналізують про інтенції суб'єкта мовлення, передають його ставлення до позначуваного та впливають на адресата силою почуттів та афективних станів [49, с. 302]. Тобто це такі нові слова, не просто називають явище, але й передають настрої та думки, які циркулювала навколо нього в суспільстві. Шляхом їхнього використання люди дають обговорюваному індивіду або явищу певну оцінку.

На думку М.В. Бойчук, категорія оцінки належить до універсальних мовних категорій, що перебувають у тісних зв'язках з пізнавальною діяльністю людини, й її унікальність впливає з того, що вона здатна не лише здійснювати відображення ціннісної сутності чогось (об'єкта) для когось (суб'єкта), але водночас і формувати світоглядні позиції та впливати на поведінку значної кількості людей [3, с. 73].

Даючи оцінку певним об'єктам, закладаючи її в назву, мовці передовсім висловлюють своє ставлення до певних реалій відповідно до системи культурних концептів «добро-зло», «любов-ненависть», «хороше-погане» та ін. [16, с. 58].

Її структуру формують такі компоненти:

а) суб'єкт оцінки (індивід / частина соціуму / соціум), який і виступає своєрідною точкою відліку, з якої починається процес оцінювання;

б) власне оцінка (операція виявлення / невиявлення в об'єкті відповідних ознак і матеріального закріплення цього факту);

в) об'єкт оцінки (фрагмент позамовної дійсності, щодо якого така операція застосовується);

г) предмет оцінки (адресат, той, на кого спрямована оцінка);

г) оцінна шкала (предметна шкала, що має зони позитивного, нейтрального чи негативного);

д) стереотип (позначений стійкістю, тривалістю та національною специфічністю семіотично значущий еталон або зразок норми, характерний для певної мовної культури [17, с. 74].

Тож не є дивним, що велика кількість емоційно-експресивних неологізмів, до речі, теж прямо пов'язана з відомими державними постатями – тими, хто постійно піддається критиці:

1) 「アホノミクス」 /ахономіксу/ – принизливе слово-протиставлення неологізму 「アベノミクス」 /абеномікусу/, утворений поєднанням слів 「アホ」 /ахо/ «дурень» та 「エコノミクス」 /економікусу/ – «економіка», яким користувалися противники політики Абе Шіндзо (яп. 安倍晋三);

2) 「トランプショック」 /торанпу шьокку/ – неологізм, який виник як результат негативних наслідків для Японії, спричинених політикою Дональда Трампа;

3) 「増税メガネ」 /дзо:дзеі метане/ – зневажливе прізвисько для прем'єр-міністра Кішиди Фуміо (яп. 岸田文雄), поява якого спричинена незадоволеністю

японського суспільства його політикою щодо фінансової реконструктуризації в країні, в кінцевому намірі якої вбачають лише один мотив – збільшення податків;

4) 「岸田る」 /*кішідару*/ – дієслово, яким позначають процес ведення політики як Кішіда – «кішідити»; схоже слово існує й для президента Франції Емманюеля Макрона – 「マクロンする」 /*макурон-суру*/ – «макронити», тобто «прикидатися стурбованим, але нічого не робити»;

5) 「エッフェル姉さん」 /*ефферу не:сан*/ – прізвисько, надане громадськістю членкині Палати радників парламенту Японії Мацукаві Руї (яп. 松川るい) через те, що фотографії з її поїздки до Франції в межах тренінгу для Жіночого бюро Ліберально-демократичної партії були занадто 「観光旅行のよう」 /*канко:рьоко: но йо:/* – «неначе з туристичної подорожі».

Вартий уваги той факт, що подібні неологізми можна віднести до авторсько-індивідуальних – тих, що містять індивідуальне лексичне значення, вжиті в конкретному контексті, в якому виконують необхідну для автора прагматичну роль [2, с. 8]. У піковий період свого активного використання в усному та писемному мовленні вони часто набувають ознак «модних слів» (яп. 「流行語」 /*рю:ко:го*/).

Згідно з дослідженнями Т.К. Комарницької, нові модні слова з'являються у японській сові через такі причини:

- соціальні (приміром, якщо у мові не існувало слова на позначення чи висміювання певної ситуації чи звичаю у суспільстві, то в разі появи відповідного слова воно відразу ж перетворюється на «модне», і його підхоплюють масмедіа);
- психологічні (наприклад, широкі маси підхоплюють слівце, що пролунало з уст якоїсь зірки; або небажання відставати у вживанні якогось нового слова, яким уже послуговуються оточуючі);

- мовні (слово стає популярним завдяки його дериваційному потенціалу, цікавій оригінальній структурі, значенню й широкими можливостями вживати у повсякденному спілкуванні);
- мовно-перпеційні (цікаве і приємне звучання) [19, с. 6].

3.3.4 Соціально-комунікативна функція

Остання, четверта функція неологізмів, яку б ми хотіли виділити, – це соціально-комунікативна, в якій неологічна лексика є способом комунікації з певною соціальною групою людей або ж наявна екстраполяція нових слів певної соціальної групи на широкий загал [29, с. 149].

Цю функцію виконують, наприклад, канчьо-його – всередині певної групи – та всі суспільно-політичні неологізми, які активно використовуються засобами масової інформації: в теленовинах, газетах, інтерв'ю тощо. Враховуючи особливості суспільно-політичного дискурсу, «мова ЗМІ» є його невід'ємною частиною.

Як зазначають Н. Семен та К. Тополук, саме засоби масової інформації першими реагують на всі зміни, що відбуваються у житті суспільства, тому вони яскраво демонструють появу нових слів [34, с. 210].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

У третьому розділі ми з'ясували, що таке лексичне значення слова. Оскільки воно є продуктом когнітивної діяльності людини, дуже важливо розглядати його в контексті подій, які стали причиною його появи, типу дискурсу, в якому воно з'явилося, до якої групи належали ті люди, в колі спілкування яких це слово було вжито вперше тощо – особливо це стосується як раз-таки неологізмів. Нами також було розглянуто поняття денотації та конотації. В той час як під денотацією розуміють постійне значення слова, яке не змінюється під впливом різноманітних обставин, то конотація та конотативне значення – це те, що складається з емоційного, експресивного, оціночного та функціонально-стилістичного компонентів.

Таким чином, ми робимо висновок, що лексичне значення слова не завжди є сталим. У результаті метафоризації, метонімізації, асиміляції та інших процесів з'являються так звані неосеманти – такі лексичні одиниці, які зазнали метафоричних перетворень та набули нових значень, хоча структурно залишилися такими самими. Неосеманти також тісно пов'язані з явищем полісемії в японській мові, яка може бути спричинена безліччю факторів: від необхідності відобразити у мовленні такі зв'язки, які існують в навколишній дійсності, наприклад, людей, пов'язаних однією професією, до особливостей формування нових асоціативних зв'язків у діяльності вищезазначеної групи людей.

Яскравим прикладом неосемантів у суспільно-політичній лексиці є «канчьо-його» – особливий пласт лексики, який можна назвати свого роду жаргоном працівників міністерських та інших урядових установ у кварталі Касумігасекі, що знаходиться в спеціальному районі Чійода, Токіо. Як і будь-який жаргон, «канчьо-його» (або «касумігасекі-його») складається з «переосмислених» слів та висловів, які може бути важко зрозуміти звичайним людям, але які є засобом спілкування людей, об'єднаних певної спільністю інтересів та обов'язків.

Окрім цього, ми дослідили функціональний аспект неологізмів у японській мові, зокрема розглянули основне середовище їхнього функціонування – публіцистичний стиль, представлений у якості газет, теле- та веб-новин. Іншими словами, суспільно-політична лексика, як і неологізми, якими вона сповнена, завжди вважалися мовою сучасних ЗМІ.

Виділивши чотири основні функції: репрезентативну, діагностичну, емоційно-експресивну та соціально-комунікативну, ми проаналізували ряд вибраних неологізмів, розглянувши їхнє функціональне призначення безпосередньо в контексті тих новинних статей, в яких вони фігурували. Зокрема, ми з'ясували, що, виконуючи репрезентативну функцію, неологізми називають нові поняття та явища, які обговорюються мас-медіа. Діагностична функція, за З.М. Циганковою, проявляється в тому, що неологізми слугують «лакмусовим папірцем» того періоду, в якому вони виникли. Емоційно-експресивна функція неологізмів полягає в наданні певної оцінки – позитивної або негативної, – суспільно-політичним явищам та процесам, особливо тим, що запроваджуються політичними діячами. Соціально-комунікативна функція виконується неологізмами поряд з усіма іншими, оскільки вони постійно використовуються не тільки в новинах, а й у спілкуванні між окремими членами суспільства.

ВИСНОВКИ

На початку нашого дослідження було розглянуто різні визначення щодо того, що ж таке суспільно-політичний дискурс, що можна вважати суспільно-політичною лексикою, а також було вивчено поняття неологізму та його характерних рис. Оскільки неологізми є явищем дуже недовговічними, важливо усвідомлювати часові рамки, в межах яких те чи інше слово з'явилося та зберігало в собі відчуття новизни з точки зору реципієнтів у суспільстві, та в який момент втратило так звану новизну, увійшовши до загальноживаної лексики або втративши свою актуальність в будь-якій зі сфер життя соціуму.

Так, наприклад, велика кількість нових слів перестають бути неологізми як тільки відбувається найперша їхня фіксація у словнику, в той час як okazionalizmi, іншими словами – авторсько-індивідуальні неологізми знаходяться поза часом, тому що їхня актуальність визначається не ситуацією в суспільстві, а лише контекстом їхнього використання. Хоча японські «модні слівця» дещо можна порівняти з явищем okazionalizmiv, все ж таки їм притаманно забуватися через деякий проміжок часу. Можна сказати, що вони зникають разом із тими трендовими настроями, які стали причиною їхньої появи.

Разом з тим, ми також розглянули основні класифікації неологізмів в японській мові, не оминувши й основні моделі утворення нових слів. У ході дослідження нами було виявлено, що, ймовірно, найчастотнішим є спосіб складних слів, запозичень та скорочень. Певною мірою простежується слова, утворені за принципом зворотних слів. Найменш частотними у межах суспільно-політичної лексики можна назвати спосіб утворення неологізмів через акроніми та аббревіатури, а також власне повністю нові слова, які не базуються на основах та коренях уже існуючих слів.

Велика кількість неологізмів суспільно-політичної лексики є або перенесеними з англійської в японську поняттями шляхом транскрибування їх катаканою, поєднання катакани з ієрогліфами, підбором відповідних ієрогліфів на позначення запозиченого поняття, або неосемантами – лексичними

одинацями, які зазнали семантичних змін, функціонуючи, наприклад, в спілкуванні людей певної професії – політиків, урядових працівників тощо.

Нами було наведено яскравий приклад неосемантів – пласту лексики під назвою «канчю-його» або «касумігасекі-його», який є жаргоном для працівників міністерських установ, що розташовані в кварталі Касумігасекі в спеціальному районі Чійода, Токіо. Велика кількість таких семантичних змін може здаватися доволі логічною – в них легко простежуються асоціативні зв'язки між початковим та новим значенням, проте наявні й такі неологізми, які буде важко зрозуміти людині, що не має ніякого стосунку до групи людей, в середині якої вони використовуються.

Такі неосеманти часто виконують функцію соціально-комунікативну, як і всі інші неологізми. Окрім цього, мовні інновації також уособлюють у собі функцію репрезентативну, називаючи нові явища та поняття в суспільно-політичному житті країни, діагностичну, наочно демонструючи всі зміни в певний проміжок часу, і емоційно-експресивну, що дозволяє людям, які їх використовують, виявляти своє ставлення до тої чи іншої події, відомої людині тощо.

Отже, нами було виконано всі поставлені завдання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амеліна С. М. Конотативна еквівалентність у перекладі // Філологічні студії : Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. – Кривий Ріг, 2014. – Вип. 11. – С. 5-14.
2. Бабій І. Авторські неологізми як вагомий стилетворчий компонент роману «Жовтий князь» Василя Барки // Лінгвостилістичні студії. – Луцьк, 2021. – Вип. 14. – С. 7-14.
3. Бойчук М. В. Оцінна функція неологізмів у заголовках періодичних інтернет-видань // Філологічні студії : Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. – Кривий Ріг, 2011. – Вип. 6. – С. 70-81.
4. Бойчук М. Семантичні неологізми в заголовках періодичних інтернет-видань // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Сер. 8 : Філологічні науки (мовознавство і літературознавство). – К., 2012. – Вип. 4. – С. 48-54.
5. Бурячок А. А. Формування спільного фонду соціально-політичної лексики східнослов'янських мов : назви відносин між державами, народами. – К. : Наукова думка, 1983. – 246 с.
6. Войцехівська Х. Технологічний розвиток як чинник формування мови // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2012. – Вип. 40. – С. 13-17.
7. Главацька Ю. Л. Класифікація «фейкових» новин у сучасному медіапросторі : синергетичний аспект // Науковий вісник ХДУ. Сер. : Германістика та міжкультурна комунікація. – Херсон, 2019. – №1. – С. 275-280.
8. Глазова О. П. Жаргон і сленг : як ставитись до них словеснику? // Методичні діалоги – журнал для вчителів української мови й літератури. – №9. – К., 2013. – С. 37-42.
9. Гордієнко Н. М. Особливості виникнення лексичних інновацій // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер. : Філологічні науки. – №3(25). – Т. 2. – 2017. – С. 45-46.

10. Дзюбіна О. І. Диференціальні ознаки неологізмів та okazіоналізмів (на матеріалі художньої літератури та Інтернет-реклами англійської мови // Вісник Львівського університету. Сер. : Іноземні мови. – Львів, 2014. – Вип. 22. – С. 78-84.
11. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. – Львів, 2016. – 206 с.
12. Дзюбіна О. І. Типологічні принципи класифікації неологізмів в англійській мові // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Філологія. – Одеса, 2018. – №33, т. 2. – С. 38-40.
13. Завгородній Ю. Сутра. Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. – К. : Абрис, 2002. – С. 623.
14. Зацний Ю. А. Про деякі напрямки, чинники і механізми інноваційної семантичної деривації в англійській мові ХХ століття // Нова філологія : зб. наук. пр. – Запоріжжя, 2007. – С. 198-202.
15. Карпенко Ю. О. Вступ до мовознавства : Підручник. – Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. – 336 с.
16. Кирилюк О. Л. Суспільно-політичні неологізми як віддзеркалення мовної картини воєнного протистояння // Наукові записки НаУКМА. Мовознавство. – К., 2018. – Т. 1. – С. 58-62.
17. Кінащук А. В. Етимологічний аналіз ірраціональної лексики (на матеріалі української, англійської та німецької мов) // Закарпатські філологічні студії. – Ужгород, 2022. – Вип. 24. – Т. 1. – С. 167-171.
18. Костюк Ю. Семантичні неологізми у суспільно-політичній лексиці української літературної мови // Магістерський науковий вісник Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. – Тернопіль, 2017. – Вип. 27. – С. 16-18.
19. Комарницька Т. К. Лексичні, граматичні та стилістичні негативні явища в мові масової культури Японії (на прикладі мови японських модних

- журналів) // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К., 2022. – Вип. 1(28). – С. 5-11.
20. Комарницька Т. К. Переклад різностильових текстів (японська мова) : Підручник. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2021. – 672 с.
21. Кузьменко О. А., Жулавська О. О. Метафора у політичному дискурсі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://core.ac.uk/download/pdf/14057816.pdf> (дата звернення : 30.04.2024)
22. Курило Т. Неологізми суспільно-політичної сфери (на матеріалі політичних промов Дж. Буша) // Перекладацькі інновації : матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 12-13 березня 2015 р. – Суми : СумДУ, 2015. – С. 20-22.
23. Лебедева Н. М., Посиліна К. С. Функціонування неологізмів в сучасному політичному дискурсі // Нова філологія : зб. наук. пр. – Запоріжжя, 2008. – С. 161-164.
24. Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови) // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – Житомир, 2005. – Вип. 23. – С. 16-21.
25. Літературознавчий словник-довідник // За ред. Р. Т. Гром'яка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. – К. : ВЦ «Академія», 2007. – 752 с.
26. Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) // І. Я. Вдовичин, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін. ; за заг. ред. Н. М. Хоми. – Львів : Новий Світ – 2000, 2015. – 492 с.
27. Остафійчук О. Д. Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Сер. : Філологія. – К., 2020. – Т. 31(70). – №3. – Ч. 1. – С. 156-160.
28. Пирогов В. Л. Динаміка японської мови і писемності в контексті дихотомії «ієрогліф – вимовне слово» : порівняльно-типологічний аспект // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – К., 2014. – Вип. 49. – С. 76-81.

29. Підкамінна Л. В. Лінгвостилістика неологізмів у мові сучасних українських ЗМІ // Лінгвостилістичні студії. – Луцьк, 2019. – Вип. 10. – С. 144-153.
30. Політична термінологія у сучасному інформаційному просторі / В. Я. Жалай, Т. Г. Линник, А. Ф. Пархоменко, І. І. Рахманова, Л. М. Рубашова // Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи. – К., 2019. – С. 5-51.
31. Проблеми англо-українського перекладу неологізмів (на матеріалі науково-технічних текстів) // Львівський національний університет імені Івана Франка : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://lingua.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/Konkursna-robota-Neolohizm.pdf> (дата звернення : 30.04.2024)
32. Рябоволенко І. В. Семантичні неологізми суспільно-політичного змісту як приклад функціональної мобільності в сучасній японській мові // Вісник Львівського університету. Сер. : філологічна. – Львів, 2011. – Вип. 54. – С. 378-382.
33. Семашко Т. Ф. Дефініція лексичного значення слова // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Сер. : 10. Проблема граматики і лексикології української мови : зб. наук. пр. – Вип. 5. – К., 2009. – С. 82-84.
34. Семен Н., Тополук К. Інноваційна лексика в мові сучасних веб-медіа (на прикладі інтернет-варіанту газети «День») // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Сер. : Журналістські науки. – Львів, 2020. – Вип. 4. – С. 205-210.
35. Сібрук А., Гульченко Т. Етимологічний аналіз – перший етап реконструкції семантики слова // Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах. – К., 2013. – Вип. 28. – С. 98-105.
36. Снісаренко Я. С. Вплив лінгвальних та екстралінгвальних чинників на розвиток суспільно-політичної лексики та суспільно-політичної

- термінології // Термінологічний вісник : зб. наук. пр. – К., 2013. – Вип. 2(2). – С. 88-93.
37. Совенко А. М., Дорда В. О. Реалізація позитивної оцінки в англійському та американському сленгу // Філологічні трактати. – Суми, 2012. – №2. – Т. 4. – С. 100-107.
38. Солдатова Л. П. Розмежування явищ повної лексичної омонімії та полісемії (словниковий та функціонально-стилістичний аспекти) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. – К., 2007. – 24 с.
39. Солопчук Т. В. Неологізми та запозичення в офіційно-діловому стилі японської мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://core.ac.uk/download/pdf/300405087.pdf> (дата звернення : 25.04.2024)
40. Стилістика української мови : Підручник // Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько та ін. ; за ред. Л. І. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 462 с.
41. Стишов О. А. Неофраземи в суспільно-політичному дискурсі українських мас-медіа // Філологічні студії : зб. наук. пр. – К., 2015. – Вип. 4. – С. 19-23.
42. Столярчук О. В. Телескопія у молодіжному слензі англійської, німецької, української та російської мов // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Філологія. – Одеса, 2014. – №8. – Т. 2. – С. 160-162.
43. Сучасна українська мова : Підручник // О. Д. Пономарів, В. В. Різун, Л. Ю. Шевченко та ін. ; за ред. О. Д. Пономарева. – 2-ге вид., перероб. – К. : Либідь, 2001. – 400 с.
44. Сучасна японська літературна мова : теоретичний курс: в 2 т. Т.1 // Т. К. Комарницька, К. Ю. Комісаров. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – 320 с.
45. Теглівець Ю. В. Неологізми суспільно-політичної лексики // Закарпатські філологічні студії. – Ужгород, 2022. – Вип. 22. – Т. 2. – С. 33-37.
46. Туровська Л. В. Термінографічні проблеми укладання словника суспільно-політичної термінології // Термінологічний вісник : зб. наук. пр. – К., 2019. – Вип. 5. – С. 341-351.

47. Ходаковська Н. Г. Лексико-стилістичні засоби поетичного мовлення німецьких поетів-символістів // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Сер. : Філологічні науки. – Житомир, 2016. – Вип. 1. – С. 107-112.
48. Холявко І. В. Суспільно-політична лексика у пресі 90-х років ХХ ст. (семантико-функціональний аналіз) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. – Кіровоград, 2004. – 20 с.
49. Циганкова З. М. Функції неологізмів в англійських романах жанру «чикліт» // Одеський лінгвістичний вісник. – Одеса, 2014. – Вип. 4. – С. 300-304.
50. Шевченко О. І. Жанрові характеристики публіцистичного дискурсу : Лекція [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/499143/mod_resource/content/0/ЛекціяЖанрХарактеристикиПубліцистикиВМудл.pdf (дата звернення : 30.04.2024)
51. Шепельська І. Ю. Проблеми перекладу неологізмів та запозичень в офіційно-діловому стилі японського мовлення // Сходознавство. – К., 2016. – №73-74. – С. 202-211.
52. Щерба Д. В. Функції термінів в сучасному термінознавстві // Нова філологія : зб. наук. пр. – Львів, 2007. – С. 15-16.
53. Янков А. В. Семантичні неологізми суспільно-політичного змісту в англійській мові (на рубежі століть) // Актуальні проблеми іноземної філології : лінгвістика і літературознавство : зб. наук. статей. – К., 2008. – Вип. 2. – С. 37-44.
54. Янков А. В. Соціально-політичні неологізми та оказіоналізми в американському варіанті англійської мови: структура – семантика – функціонування : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 // Львівський національний університет імені Івана Франка. – Львів, 2004. – 263 с.
55. Яремко Я. П. Метафоризація і процес термінотворення : матеріали 6-ої Міжнар. наук. конф. «Проблеми української термінології СловоСвіт 2000»

- (м. Львів, 19-21 вересня, 2000) // Вісник Державного університету «Львівська політехніка». – Львів, 2000. – С. 76-80.
56. SDGs ウォッシュとは・意味 // IDEAS FOR GOOD : [Електронний ресурс].
– Режим доступу : <https://ideasforgood.jp/glossary/sdgs-washing> (дата звернення : 01.05.2024)
57. Silverman C. This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook // BuzzFeedNews : [Електронний ресурс].
– Режим доступу : <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook> (дата звернення : 30.04.2024)
58. SONY: 1960 – Founder: Akio Morita – New Worth: \$118.35 billion – Product Strategy & Business Canvas // LinkedIn : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.linkedin.com/pulse/sony-1960-founder-akio-morita-network11835-canvas-al-hasan-mp-q11yf> (дата звернення : 21.04.2024)
59. 佐々木香織. 日本語における新しい名詞転成動詞の研究. 「北海道大学大学院文学研究 科学研究論集」 第 13 号. 札幌市, 2013. 頁 251-270.
60. 篠田徹. トランプ現象とはなにか : 比較労働政治研究からの一考察. 「Int'lecowk」 Vol. 76, №3. 通巻 1108 号. 東京, 2021. 24 頁.
61. ショウ・シントウ. 日中両国語における新語・流行語の造語法の比較 : 2012 年から 2016 まで五年間の新語・流行語を対象に. 「札幌大学女子短期大学部紀要」 65 号. 札幌市, 2018. 頁 71-93.
62. 滝沢文那. 「あまちゃん」再放送 あの頃のままでのドラマに、この 10 年を思う // 朝日新聞 Digital : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.asahi.com/articles/ASR8J4S6GR8HUCVL008.html> (дата звернення : 30.04.2024)
63. 田村泰男. 現代日本語の複合形容詞・派生形容詞・疊語形容詞について. 「広島大学留学生センター紀要」 16 号. 広島市, 2006. 頁 13-20.

64. 飛田良文, 遠藤好英, 加藤正信, 佐藤武義, 蜂谷清人, 前田富祺. 日本語学
研究事典. 東京 : 明治書院, 2007. 1380 頁.
65. 野村雅昭. 語種と造語力. 「日本語学」 3(9)号. 東京 : 明治書院, 1984. 頁
40-54.
66. 「万人がわかりやすい言葉でやるべき」防衛相 // NHK : [Електронний
ресурс]. – Режим доступу :
<https://www.nhk.or.jp/politics/articles/statement/32529.html> (дата звернення :
30.04.2024)
67. 訪日外客数 (2024 年 3 月推計値) // 日本政府観光局 (JNTO) :
[Електронний ресурс]. – Режим доступу :
https://www.jnto.go.jp/news/press/20240417_monthly.html (дата звернення :
30.04.2024)
68. 米川明彦. 新語と造語力. 「日本語学」 11(5)号. 東京 : 明治書院, 1992. 頁
50-57.
69. 米川明彦. 新語と流行語. 東京 : 南雲堂, 1989. 244 頁.
70. 渡邊美代子. コトバの意味問題Ⅹ : 日本近現代における新語の造語法に
ついて. 「高崎商科大学紀要」 35 号. 高崎市, 2020. 頁 21-36.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

71. CHIGAKO. 「スマホ決済」利用者 100 人に聞いた、現在使っているサービスは? // マイナビニュース : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://news.mynavi.jp/article/20201023-1431713> (дата звернення : 21.04.2024)
72. Henry Meyer, Fiona MacDonald, Samy Adghirni. 米国、イスラエルとハマスの紛争拡大阻止に注力 – シャトル外交展開 // Bloomberg : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.bloomberg.co.jp/news/articles/2023-10-15/S2L69UT0AFB401> (дата звернення : 22.04.2024)
73. 渥美龍太. 「賃金上がらず予想外」アベノミクス指南役・浜田宏一氏証言 トリクルダウン起こせず… 「望ましくない方向」 // 東京新聞 Web : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.tokyo-np.co.jp/article/237764> (дата звернення : 30.04.2024)
74. アニメイメント「AnimeJapan 2020」も中止 新型コロナウイルスの拡大で // ITmedia : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2002/27/news110.html> (дата звернення : 21.04.2024)
75. 伊藤あゆみ. 都庁、電通でも悲鳴が…働き方改革の裏で「ジタハラ」が急増中 // AERA dot. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://dot.asahi.com/articles/-/111591?page=1> (дата звернення : 21.04.2024)
76. 稲葉剛. 日本政府の美辞麗句と「SDGs ウオッシュ」 // 毎日新聞 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mainichi.jp/premier/politics/articles/20230626/pol/00m/010/011000c> (дата звернення : 01.05.2024)
77. ウクライナ : 紛争拡大すれば数百万人が人道危機に // Amnesty International Japan : [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

- https://www.amnesty.or.jp/news/2022/0209_9459.html (дата звернення : 22.04.2024)
78. ガザ戦闘巡り米ロサンゼルスで衝突 // 北國新聞 Digital : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.hokkoku.co.jp/articles/-/1387620> (дата звернення : 22.04.2024)
79. 官房長官が新型コロナ感染 首相含め、職務上の濃厚接触者はなし // 朝日新聞 Digital : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.asahi.com/articles/ASQ7R6CQBQ7RUTFK00M.html> (дата звернення : 30.04.2024)
80. 喜田あゆみ. 20代女性の人生狂わせた悪魔のささやき 罪悪感を吹き飛ばす「闇バイト」のリアル // TheSankeiShimbun : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.sankei.com/article/20231217-K2E2532LHJL3JKNU43F3IVEKPM> (дата звернення : 21.04.2024)
81. "期待膨らむ"プレミアムフライデー、小池都知事が働き方の意識改革呼びかけ // FashionSnap : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.fashionsnap.com/article/2017-02-24/premium-friday-start> (дата звернення : 21.04.2024)
82. 国民 「トリガー条項」凍結解除など盛り込んだ法案 国会提出 // NHK : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20240329/k10014406211000.html> (дата звернення : 30.04.2024)
83. 後藤謙次. 岸田総理 次の一手は「オールスター内閣」 “補選全敗”もホンネは？ // ANNnewsCH : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://news.goo.ne.jp/article/tvasahinews/politics/tvasahinews-900002339.html?page=1> (дата звернення : 01.05.2024)
84. 河野太郎. 2024年04月21日 // Twitter (X) : [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

- <https://twitter.com/konotarogomame/status/1781884906018406404> (дата звернення : 30.04.2024)
85. 「自肅警察」相次ぐ 社会の分断防ぐ冷静な対応を 新型コロナ // NHK : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200509/k10012423651000.html> (дата звернення : 21.04.2024)
86. 篠原修司. 昭和天皇をファシズムとする動画掲載でウクライナ公式アカウントが炎上→修正して謝罪へ // Yahoo! Japan ニュース : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://news.yahoo.co.jp/expert/articles/92895ddaf9a5f7eb4e0bcead3a01e96fd5486471> (дата звернення : 22.04.2024)
87. 渋沢栄一 津田梅子 北里柴三郎の新紙幣 発行開始は 2024 年 7 月 3 日～ 一万円札 “渋沢” 五千円札 “津田” 千円札 “北里” の功績とは～ // NHK 首都ナビ : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.nhk.or.jp/shutoken/newsup/20231213e.html> (дата звернення : 21.04.2024)
88. 白鳥達哉. 女性と子どもが健康マージャンに夢中 その納得の理由 // 週刊エコノミスト Online : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://weekly-economist.mainichi.jp/articles/20221122/se1/00m/020/044000c> (дата звернення : 01.05.2024)
89. 新型コロナの影響で変わる世界の風景 写真特集 // 時事ドットコム : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.jiji.com/jc/d4?p=chv201-jpp033981257&d=d4_et (дата звернення : 21.04.2024)
90. 新年度 4 月から変わるもの 暮らしに影響は？ 一覧も // NHK : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20240401/k10014409021000.html> (дата звернення : 21.04.2024)

91. 人類と感染症の歴史 克服した文明のみが生き残る // ポストセブン News : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.news-postseven.com/archives/20200515_1562164.html?DETAIL (дата звернення : 30.04.2024)
92. 杉浦智彦. 「盗撮ハンター」に恐喝される"盗撮犯"、「示談金」払っても何度も脅し続くリスク // 弁護士ドットコムニュース : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.bengo4.com/c_1009/n_16367 (дата звернення : 21.04.2024)
93. 「地球温暖化の時代は終わり、地球沸騰の時代が到来」…国連グテレス事務総長が警告 // 読売新聞オンライン : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.yomiuri.co.jp/world/20230728-OYT1T50314> (дата звернення : 30.04.2024)
94. 男性の育休取得率を上げるには 「制度」は世界一なのに…育休取得へ嫌がらせ「パタハラ」も問題 勇気をもって取得を // FNN プライムオンライン : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.fnn.jp/articles/-/592834> (дата звернення : 01.05.2024)
95. 照喜納明美. 3月の訪日外客数は308万人、単月で初めて300万人超え // Bloomberg : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.bloomberg.co.jp/news/articles/2024-04-17/SC2SWMDWRGG000> (дата звернення : 30.04.2024)
96. 「ドラッグロス」改善へ、希少疾患新薬の申請要件緩和…日本人の臨床試験なしで可能に // 読売新聞オンライン : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.yomiuri.co.jp/medical/20240429-OYT1T50037> (дата звернення : 21.04.2024)
97. 中川真希子. [働き方改革] コロナ禍で急浮上した「テレワーク」、2020年の異変を象徴 // 日経 XTech : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/01496/122300010> (дата звернення : 21.04.2024)

98. なぜファクトチェックは重要か 米「ポリティファクト」編集長、ポスト真実時代の覚悟 // 毎日新聞 : [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа : <https://mainichi.jp/articles/20201006/k00/00m/040/314000c> (дата звернення : 30.04.2024)
99. 中野浩至, 花野雄太. 経理担当も一般社員もぼやき、悩んだ インボイス 1 カ月、現場の声は // 朝日新聞 Digital : [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа : <https://www.asahi.com/articles/ASRBZ524BRBTOXIE043.html> (дата звернення : 21.04.2024)
100. 2020年日本の10大ニュース // 読売新聞 : [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа : <https://www.yomiuri.co.jp/feature/top10news/20201218-OYT8T50128> (дата звернення : 21.04.2024)
101. 「偽ニュース」批判高まる ネット上で拡散 // 毎日新聞 : [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа : <https://mainichi.jp/articles/20161211/k00/00m/030/038000c> (дата звернення : 30.04.2024)
102. 日本にもいる「アーバンベア」…市街地周辺に恒常的に生息、突然遭遇したときの対処法とは // 読売新聞オンライン : [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа : <https://www.yomiuri.co.jp/national/20220413-OYT1T50233> (дата звернення : 21.04.2024)
103. 松本昭憲. 『今一度、ドクターハラスメントを考える』 // 産業医ニュース, 平成30年7月号, №12 : [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа : https://jihankai.jp/tsuchiya/ohp-news/docs/産業医ニュース_30年7月号.pdf (дата звернення : 21.04.2024)
104. 道下寛子, 田中理知. 「頂き女子りりちゃん」に懲役9年、罰金800万円判決 名古屋地裁 // 毎日新聞 : [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа : <https://mainichi.jp/articles/20240422/k00/00m/040/035000c> (дата звернення : 21.04.2024)

105. 都 25 日から「ステイホーム週間」外出自粛強化へ 新型コロナ // NHK : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200423/k10012401981000.html> (дата звернення : 21.04.2024)
106. みわよしこ. 下流老人の新幹線焼身自殺は、生活保護で防げたか // DiamondOnline : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://diamond.jp/articles/-/75130> (дата звернення : 21.04.2024)
107. 山木シルビア. 全土がソーシャルディスタンス地域に移行するも、感染再拡大を懸念 // The Japan External Trade Organization (JETRO) : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.jetro.go.jp/biznews/2020/12/321c4a17c6185465.html> (дата звернення : 21.04.2024)
108. ロシアが加速させる ウクライナ占領地のロシア化 (油井' s VIEW) // NHK : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.nhk.jp/p/kokusaihoudou/ts/8M689W8RVX/blog/bl/pNjPgEOXyv/bp/pWmKo7IK6V> (дата звернення : 22.04.2024)
109. ロシアのウクライナ侵攻 // Yahoo! Japan ニュース : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://news.yahoo.co.jp/pages/20220217a> (дата звернення : 22.04.2024)

ДОДАТОК

1	アーバンベア	міський ведмідь
2	アベノミクス	«абеноміка»; економіка Абе Шіндзо
3	アホノミクス	«економіка дурня»
4	イスラエルとハマス紛争	конфлікт між Ізраїлем та ХАМАС
5	頂き女子	молоді дівчата, які шукають заможних чоловіків, щоб отримувати від них гроші в обмін на побачення та сексуальні послуги
6	インボイス制度	система інвойсів
7	エッフェル姉さん	«Ейфелева сестричка»
8	ウォッシュ	«відмивання» чогось (англ. to wash)
9	老いるショック	«шок від старіння»
10	お経	сутра; зачитування вголос
11	お経読み	зачитування пропозицій законопроектів у Парламенті
12	オーバーシュート	«вибухове» збільшення кількості інфікованих
13	オーバーツーリズム	овертуризм; «туризм у натовпі»
14	オールスター内閣	«зірковий Кабінет Міністрів»
15	かがみ	дзеркало; титульна сторінка державного документу
16	ガザ戦闘	бойові дії в Газі
17	岸田る	«кішідити»
18	下流老人	проблема людей похилого віку, які через бідність та покинутість нездатні вести нормальний спосіб життя
19	感染爆発	«вибухове» збільшення кількості інфікованих
20	記者レク	пояснення для журналістів
21	グリーンイメージ	«зелені зображення»; зображення, на яких зображена природа (англ. green image)
22	グリーンウォッシュ	«зелене відмивання» (англ. green washing)

23	ケータイ盗撮犯	підглядання під спідницю жінок шляхом фото- або відеозйомки
24	健康マーじゃん	«здоровий» маджонг
25	小泉劇場	«театр Коїдзумі»
26	小泉チルドレン	«діти Коїдзумі»
27	国会レク	пояснення від парламенту
28	強姦する	гвалтувати; змушувати когось виконати свою роботу
29	こども家庭庁	Агентство у справах дітей та сімей
30	こども政策推進会議	Рада сприяння розвитку в справах дітей
31	コロナ禍	коронавірусна криза
32	塩漬け	засолений; засолювати; людина, яка тривалий час перебуває на одній і ті самій посаді; робота, якою нехтують
33	自粛警察	пандемічна самополіція
34	ジタハラ	тиск на співробітників шляхом скорочення робочих годин
35	事務次官レク	пояснення від міністра
36	シャビー	занедбаний; зношений; нудна або неважлива робота (англ. shabby)
37	宿題	домашнє завдання; матеріал, який не вдалося розглянути за політичному засіданні
38	新型コロナウイルス感染症	новий коронавірус
39	真実後時代	доба постфактів
40	新紙幣	нова банкноти
41	ステイホーム	залишатися вдома
42	スマホ決済	оплата через мобільні пристрої
43	ソーシャルディスタンス	соціальне дистанціювання
44	増税メガネ	«податковий очкарик»
45	地球沸騰化	глобальне кипіння
46	中二階	мезонін; людина, яка займає посаду вище керівника відділу, але нижче генерального директора (або його заступника)

47	デジタル庁	Цифрове агентство Японії
48	テレワーク	віддалена робота
49	盗撮ハンター	«мисливці за вуаеристами»
50	ドクハラ	насильство з боку лікарів, які переслідують своїх пацієнтів або позбавляють їх свободи вибору варіантів лікування (англ. doctor harassment)
51	ドラッグロス	«втрата ліків»
52	トランプ現象	«феномен Трампа»
53	トランプショック	«шок від Трампа»
54	トリガー条項	система реагування на зміни цін на пальне (від англ. trigger clause)
55	トリクルダウン理論	теорія просочування
56	ドンバス紛争	конфлікт на Донбасі
57	中廊下	центральний коридор; найвищі посадові особи в секретаріаті якого-небудь міністерства
58	濃厚接触	близький, тісний контакт (від англ. close contact)
59	濃厚接触者	людина, яка мала тісний контакт з інфікованою людиною
60	パタハラ	цькування на роботі через вимагання декретної відпустки чоловіком (від англ. paternity harassment)
61	バッター	«відбивач»
62	バッター表	таблиця «відбивачів»
63	鼻マスク	носова маска
64	フェイクニュース	фейкові новини
65	プレミアムフライデー	остання п'ятниця місяця, в яку працівникам можна йти з роботи раніше (англ. premium Friday)
66	ペイハラ	насильство або неприємна поведінка щодо медичних працівників з боку пацієнтів та їхніх родин (англ. patient harassment)

67	ポスト真実	постправда
68	ポスト真実の政治	політика постправди
69	マクロンする	«макронити»
70	麻雀ブーム	«маджонг бум»
71	マタハラ	цькування на роботі через вимагання декретної відпустки жінкою (від англ. maternity harassment)
72	もしトラ	«можливо, (переможе) Трамп»
73	闇バイト	«темний» підробіток
74	呼び込み	процес зазивання людей до якогось закладу; той, хто рекламує свій заклад; запрошення через телефонний дзвінок на ділову зустріч
75	ライドシェア	райдшеринг
76	ラシズム	рашизм
77	レク	пояснення (англ. lection)
78	ロシア化する	зросійщувати
79	ロシアによるウクライナへの侵攻	російське вторгнення в Україну

