

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

Лексико-семантичні особливості японського молодіжного сленгу

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня «бакалавр»
студента 4 курсу бакалаврату
освітньої програми
**«Японська мова і література та
переклад, англійська мова»»,**
спеціальність – 035.069 Східні мови та літератури
(переклад включно), перша- японська
Власова Єгора Сергійовича
Науковий керівник:
к. філол. н., доц. Юлія КУЗЬМЕНКО

«Допущено до захисту»

Протокол засідання

кафедри мов і літератур

Далекого Сходу та Південно-Східної Азії

протокол №14 від «5» червня 2024 року

завідувач кафедри 

д.філол.н, доц. Наталя ІСАЄВА

Київ – 2024

АНОТАЦІЯ

Власов Є.С. Лексико-семантичні особливості японського молодіжного сленгу. – Кваліфікаційна робота освітнього рівня «бакалавр» на здобуття освітнього-кваліфікаційного рівня вищої освіти спеціальності 035 «Філологія» спеціалізації «Східна мова і література та переклад, західноєвропейська мова: японська та англійська». – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ 2024.

Розглянуто теоретичні основи та характеристику поняття «сленг», досліджено його класифікацію та причини появи серед японської молоді, вивчено роль сленгу в мовній культурі молоді, а також вплив сучасних комунікаційних технологій на розвиток сленгових виразів.

Проаналізовано джерела поповнення сленгізмів у японській мові, досліджено особливості технік та методів створення нових сленгових одиниць, за результатами цього дослідження робиться спроба перекладу сленгових одиниць українською мовою, також розглянуто феномен інтернет-сленгу та використання каомоджі як засобу передачі емоцій у текстових комунікаціях, сформувано висновки щодо особливостей та функцій молодіжної мови на основі попереднього аналізу.

Ключові слова: *сленг, молодіжна мова, вакамоно-го, мовленнєві особливості, перекладацькі методи, інтернет-сленг, каомоджі.*

ABSTRACT

Vlasov Y. Lexico-Semantic Features of the Japanese Youth Slang. – Qualification work for the bachelor’s degree in higher education in specialty 035 «Philology», specialization «Oriental Language and Literature and Translation, Western European Language: Japanese and English». – Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv 2024.

The theoretical foundations and characteristics of the concept of «slang» are considered, its classification and reasons for its appearance among Japanese youth are studied, the role of slang in the linguistic culture of young people is studied, as well as the influence of modern communication technologies on the development of slang expressions.

The sources of the replenishment of slangisms in the Japanese language were analyzed, the peculiarities of the techniques and methods of creating new slang units were investigated, based on the results of this study, an attempt was made to translate slang units into Ukrainian, the phenomenon of Internet slang and the use of kaomoji as a means of conveying emotions in text communications were also considered, conclusions were drawn regarding features and functions of youth language based on preliminary analysis.

Key words: *slang, youth language, wakamono-go, speech features, translation methods, internet slang, kaomoji.*

要旨

ブラソフ・イエゴール。日本語の若者向けスラングの語彙意味的特徴。
- 専門分野 035「言語学」、「東洋言語・文学・翻訳、西欧言語：日本語と英語」。- タラス・シェフチェンコ記念キーウ国立大学、キーウ、2024年。

「スラング」概念の理論的基礎と特徴を考察し、その分類と日本の若者にスラングが出現した理由を研究し、若者の言語文化におけるスラングの役割と現代のコミュニケーションへの影響を研究します。スラング表現の開発技術。

日本語におけるスラングの補充の源を分析し、新しいスラング単位を作成する技術と方法の特殊性を調査し、この研究の結果に基づいて、スラング単位をウクライナ語に翻訳する試みを行いました。インターネットスラングの特徴や、テキストコミュニケーションにおける感情を伝える手段としての顔文字の使用も考慮され、予備的な分析に基づいて若者言葉の特徴と機能に関する結論が導き出されました。

キーワード：スラング、若者言葉、若者語、音声特徴、翻訳方法、ネットスラング、顔文字。

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ СЛЕНГ.....	5
1.1. Характеристика поняття «сленг»	5
1.2. Класифікація сленгу.....	8
1.3. Причини появи сленгізмів серед японської молоді.....	10
1.4. Тенденції сучасної молодіжної мови у Японії.....	12
Висновки до розділу 1	14
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРЕННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ ЯПОНСЬКИХ ОДИНИЦЬ СЛЕНГУ	16
2.1. Джерела поповнення молодіжної лексики	17
2.2. Способи творення сленгових одиниць	19
2.3. Граматичні аспекти перекладу сленгових виразів	23
2.4. Інтернет-сленг японської мови.....	27
2.5. Каомоджі як молодіжний спосіб передачі емоцій.....	32
Висновки до розділу 2	34
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	38

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Молодіжна лексика є невід’ємною складовою будь-якої мови. Це її найбільш живий, динамічний та мінливий пласт, який безупинно поповнюється новими засобами самовираження. І джерел для цього поповнення безліч – цьому особливо сприяє доба інформаційних технологій, в якій зараз перебуває людство. Маючи необмежений доступ до Інтернету, молодь всього світу не лише обмінюється інформацією – вона обмінюється своєю культурою, що неодмінно призводить і до змін у найважливішому засобі комунікації – мові. Будучи знаряддям спілкування, мова відображає особливості її носіїв, їх культуру, історію, реагує на всі зміни в суспільстві. Сучасний світ розвивається швидкими кроками і разом з ним в постійному розвитку знаходиться мова кожного суспільства зокрема.

Таким чином, кожна мова світу постійно поповнюється запозиченнями з інших мов, з теле- та радіопередач, кінематографу, і, звичайно ж, різноманітних форумів та сайтів в Інтернеті. І найбільш помітно це на прикладі мови молоді, яка, в силу свого віку, прагне створювати та використовувати щось нове та оригінальне. Японська мова не є винятком, адже японці ще віддавна відзначалися своєю любов’ю позичати та інтегрувати у своє повсякденне життя усілякі заморські новинки. Дослідження змін у мові сучасної японської молоді актуальне не лише з погляду питань міжкультурної комунікації, а також у межах вирішення проблем адекватного перекладу сленгу українською мовою.

Мета і завдання дослідження. Головна мета дипломної роботи полягає в дослідженні особливостей сучасної японської мови молоді та сленгу, а також способів їх перекладу українською мовою. Для досягнення мети в роботі вирішуються наступні завдання:

- визначити теоретичні поняття молодіжного сленгу в Японії;
- проаналізувати основні чинники виникнення сленгу, його комунікативні функції, а також проблематику етимології молодіжного жаргону в Японії;

- розкрити словотвірний потенціал сучасного сленгу, вказавши шляхи його формування і джерела поповнення;
- описати новітні явища у розмовній мові японської молоді.

Об'єктом дослідження виступає молодіжний сленг в сучасній японській мові, зокрема в Інтернет-комунікації.

Предметом дослідження виступають лексичні та семантичні особливості молодіжної мови, дослідженої на **матеріалі** сучасних японських інтернет-сленгізмів, зібраних зі спеціалізованої літератури та з соціальних мереж і блогів, які широко використовуються у Японії, зокрема X (раніше Twitter).

Узагальнення даних щодо вживання сленгу японською молоддю, а також дослідження способів його перекладу як внесок в перекладознавство та лінгвокультурознавство складають **теоретичну значущість**.

Практична значущість полягає в можливості використання результатів даної роботи в лекційних курсах і під час практичних занять зі стилістики та лексикології.

Наукова новизна даної роботи полягає в тому, що в українській японістиці робиться спроба комплексного підходу до вивчення молодіжного сленгу. Такий підхід включає в себе аналіз лексичних, семантичних та комунікативних особливостей японського сленгу.

Методи дослідження. Методологічною основою дипломної роботи є загальнонаукові та спеціально наукові методи, а саме: *компонентний, контекстуальний та лінгвокультурологічний аналіз*.

Структура роботи. Структурно робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. У вступі описано мету, завдання, теоретичну та практичну значущість, наукову новизну дослідження. У першому розділі розглянуто загальне поняття сленгу, причини його появи та сучасні зміни в японській мові. Другий розділ присвячений особливостям, словотвору та перекладу одиниць сленгу. Також розглядається найбільш популярна низка сленгових одиниць, а саме інтернет-сленг.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ СЛЕНГ

1.1. Характеристика поняття «сленг»

Із розвитком людства, постійними змінами в його політичному та суспільному житті, а також поширенням інформаційних технологій, все більше соціальних діалектів (скорочено – соціолектів) знаходять місце у розмовній мові. Одним з таких явищ і є сленг – поняття, яке почало використовуватися у лінгвістиці відносно недавно. З цієї причини єдиного загальноприйнятого визначення для поняття сленгу немає й дотепер. Визначення, нашвидкуруч створені в ході наукових дискусій, часто виявляються неточними, а потім лише заплутують як колег-філологів, що бажають дослідити дану тему, так і пересічних читачів, що цікавляться молодіжною мовою.

Хоч термін «сленг» і походить з англійської мови, його подальша етимологія невідома. Уперше термін *slang* був зафіксований у 1750 році зі значенням «мова вулиці». У сучасних словниках зустрічається як мінімум два основних тлумачення слова сленг:

- особлива мова підгруп чи субкультур суспільства;
- лексика широкого вживання для неформального спілкування.

Хоч обидва визначення мають своє місце, у сучасній лексикографії друге значення часто превалює над першим.

Найбільш повним і вдалим є формулювання сленгу, запропоноване дослідником В. Хом'яковим: «сленг – це відносно стабільний для певного періоду, широко розповсюджений та загальнозрозумілий пласт нелітературної лексики і фразеології в середовищі живої розмовної мови, вельми неоднорідний за своїм генетичним складом та ступенем наближення до літературної мови; має яскраво виражений емоційно-експресивний характер, що часто є протестом – насмішкою над соціальними, етичними, естетичними, мовними та іншими умовностями й авторитетами» [8, с. 8].

Тож, розглянемо детальніше основні ознаки сленгу:

- **Корпоративність.** Обмеженість кола носіїв об'єднує поняття сленгу з синонімічними до нього поняттями жаргону та аргю. Групи людей, які вживають сленг у мові, можуть бути споріднені будь-чим: хоч найчастіше це спільні хобі та інтереси, це також може бути віковий фактор або ж спільне середовище перебування, таке як навчальний заклад чи робота.
- **Динамічність.** Сленг – це жива, рухома мова, яка йде в ногу з часом і реагує на будь-які зміни в житті країни і суспільства. Часто статус слова змінюється, і те, що, скажімо, у 60-80-х роках ХХ століття вважалося сленгом, тепер стало частиною повсякденного словника людей. Деякі ж слова і вирази, які не виходять з ужитку протягом довгого часу можуть змінювати своє значення або здобувати нові смислові відтінки [2, с. 21].
- **Емоційність.** Емоційність сленгу пояснюється тим, що нове слово (або набуття вже існуючим словом нового значення) реалізує потребу виразити те чи інше переживання, емоцію. Окрім того, в контексті інтернет-сленгу, який розглядатиметься далі у даній роботі, сленгові лексичні одиниці часто покликані виражати емоцію мовця, оскільки текстова переписка не дозволяє виразити переживання за допомогою невербального спілкування.
- **Неофіційність.** Сленг – це яскравий, експресивний шар нелітературної лексики, який практично завжди використовується у неформальному спілкуванні. Саме тому його не можна зустріти у документах, на серйозних засіданнях чи під час ділових переговорів. Використання подібної лексики вимагає умов невимушеного спілкування, інакше застосування сленгу буде недоречним, грубим а також фамільярним.

Часто поняття сленгу ототожнюється з жаргоном – іншим видом соціолекту з вельми схожим значенням. І сленг, і жаргон протиставляються літературній мові та містять велику кількість слів і висловів, відмінних від загальноживаної мови. Основна різниця в акцентах: у той час, як поняття жаргону вказує на обмеженість кола його носіїв та вузькість семантичного поля

лексичних одиниць, сленг – це мовне середовище усного спілкування великої кількості людей, яке відрізняється від мовної норми [7, с. 40].

Виникнення *молодіжного сленгу* обумовлене низкою факторів насамперед соціально-психологічного та історичного характеру, але не менш важливий і власне лінгвістичний чинник, адже молодіжна лексика здебільшого поповнюється саме тими особливими значеннями і поняттями, яких немає у загальноживаній мові. Серед усіх носіїв сленгу найяскравішою та найактивнішою категорією є саме молодь.

У Японії через тривалу закритість країни поняття сленгу виникло не так давно – в середині ХХ століття – і відразу стало об'єктом численних наукових досліджень. У 1958 році дослідник Такеші Шібата один з перших надав визначення 集團語 /шю:дан-го/ (мова групи / колективу), включивши до явища професійний жаргон, сленг та арго. У 2008 році Акіхіко Йонекава розділив поняття шюданго на декілька видів: мову антисупільних угруповань, мову професійних угруповань, мову угруповань за інтересами та, власне, мову молодіжних угруповань – 若者集團の語 /вакамоно шю:дан но го/, до якої включив дві категорії: 若者語 /вакамоно-го/ (молодіжна мова) та キャンパス言葉 /кямпасу котоба/ (університетська лексика). Саме поняття *вакамоно-го* (також зустрічається варіант 若者言葉 /вакамоно котоба/) стало традиційно використовуватись для визначення молодіжної мови в японському мовознавстві [39].

За розгорнутим визначенням Йонекава Акіхіко *вакамоно-го* це «мова неформального спілкування молоді віком від 12-13 (середнього шкільного віку) до 25-30 років, здебільшого не зрозуміла для представників старших поколінь, вирізняється відхиленнями від загальноприйнятих мовних норм, несе в собі риси мовної гри, яку молодь використовує для підтримки, стимулювання розмови» [35, с. 15]. Якщо ж говорити узагальнено, то в широкому сенсі під сленгом в Японії розуміють сукупність фонетичних, лексичних та граматичних особливостей неформальної мови молоді, а у вузькому – лише лексику, що використовує молодь в умовах невимушеного спілкування [1].

Таким чином, сленг – це відносно нове поняття в лінгвістиці, яке досі не має єдиного загальноприйнятого визначення. Серед важливих ознак сленгу є його корпоративність, динамічність, емоційність, а також неофіційність, яка робить сленг виразом живої розмовної мови та, в певному сенсі, протестом проти соціальних норм. Сленг часто плутають із жаргоном, але він охоплює ширше мовне середовище. У молодіжній культурі, зокрема в Японії, сленг став об'єктом активних наукових досліджень і має свої специфічні форми та класифікації.

1.2. Класифікація сленгу

Як і будь-який мовний соціолект, сленг можна класифікувати за різними факторами. Оскільки саме поняття сленгу відносно нове й дуже широке, єдиної класифікації не існує. Незважаючи на це, дослідження підтипів та різновидів дозволяє краще зрозуміти природу цього лінгвістичного явища та детальніше вивчити його.

Найважливішими чинниками для творення лексем є вже згадана обмеженість кола осіб, які формують сленгізми, а також спорідненість їх інтересів. Таким чином, за ознаками *соціальної віднесеності* можна зробити розподіл: наприклад, сленг неформальних груп, студентів, музикантів, спортсменів, комп'ютерний, професійний (медичний, юридичний та інші), кримінальний сленг тощо. У японській мові виділяють такі терміни, як キャンパス用語 /кямпасу-йо:го/ (мова студентів університету), 女子大生用語 /джьошідайсей-йо:го/ (мова студенток), コギャル語 /когяру-го/ (мова школярки), アニメオタク用語 /анімеотаку-йо:го/ (мова шанувальників аніме) та інші [36].

Беззаперечно, найважливішою складовою сленгу є саме молодіжний сленг, адже молодь гостріше, ніж інші соціально-демографічні групи, відчуває історичний час, а також швидше сприймає його вимоги. У її свідомості дзеркально відображається нова соціальна парадигма функціонування мови; вона рішуче відмовляється від старого і активно шукає щось нове. Природно, все це відбивається у молодіжному мовленні.

Іншим важливим аспектом є розподіл за способом передачі інформації, а саме розподіл сленгу на *усний* та *письмовий*. Вони обидва взаємозалежні та постійно доповнюють один одного: усний сленг обов'язково почне вживатись у письмі, а письмовий – у мовленні. Це дуже легко помітити зараз, коли вже декілька поколінь молоді, які мали повний доступ до Інтернету ще з раннього дитинства, вживають в мові вирази, які раніше існували лише на письмі. Серед української молоді можна почути такі вирази, як «лол», що традиційно вживалось на письмі в англomовному середовищі замість «laughing out loud» (сміюся вголос), або ж «кек», яке можна було побачити на письмі в якості емоційного вигуку [27].

Як вже зазначалось раніше, молодіжна мова – це явище динамічне, нестале, і цією ознакою сленг вирізняється на фоні інших мовних соціолектів. Одні вигадані молоддю слова можуть вийти з вжитку за лічені місяці, або навіть тижні, в той час як інші настільки міцно закріплюються в мові, що потрапляють в словники. Враховуючи *вживаність* молодіжної лексики в часовому просторі та наслідування її наступними поколіннями, Іноуе Фуміо розробив докладну класифікацію молодіжної лексики щодо вжитку:

- **швидкозмінні модні слова** (一時的流行語 /*ичіджітекі рю:ко:го*/) – слова, які вживаються певним поколінням молоді, але виходять з вжитку даного покоління при переході до іншої вікової категорії та не використовуються наступними поколіннями молоді;
- **мова певного покоління молоді** (若者世代語 /*вакамоно седай-го*/) – лексика, яка з часом виходить зі вжитку певної групи молоді при переході її представників в іншу вікову категорію, але продовжує використовуватися наступними поколіннями.
- **когортна мова** (コーホート語 /*ко:хо:то-го*/ або 同世代語 /*до:седай-го*/) – лексика, яка при переході певного покоління молоді до іншої вікової категорії не виходить зі вжитку, таким чином закріплюючись за цим поколінням.

- **слова, що змінюють мову** (言語変化 /*генго хенка*/) – слова, які успадковуються наступними поколіннями молоді, але при цьому не припиняють вживатися поколінням, що їх створило, після переходу в іншу вікову групу.

Іноуе Фуміо також зазначає, що у строгому сенсі під терміном *вакамоно-го* (молодіжна мова) у запропонованій ним класифікації слід розуміти саме *вакамоно седай-го* (слова певної вікової групи молоді). Водночас до *вакамоно-го* також часто відносять *ічіджітекі рюко-го*, які, на відміну від *вакамоно седай-го*, використовуються лише одним поколінням молоді [38].

Підсумовуючи, сленг, як і інші мовні соціолекти, піддається класифікації за різними факторами, хоч єдиної класифікації і не існує через відносну новизну явища. Основні чинники творення сленгу включають спорідненість інтересів носіїв, а також їх соціальну віднесеність, в залежності від якої сленг може бути груповим, професійним, молодіжним тощо. Молодіжний сленг є особливо важливим, оскільки саме молодь є найактивнішим пластом носіїв сленгу, яка швидше за всіх реагує на зміни в суспільстві та тренди.

1.3. Причини появи сленгізмів серед японської молоді

На тлі політичних, економічних і соціальних перетворень другої половини ХХ ст. філологи почали приділяти особливу увагу до нелітературних форм мови. У цей час відзначається найсильніший вплив жаргонної та просторічної лексики на літературну мову, спричинений входженням у публічне життя представників різних соціальних груп – носіїв специфічних жаргонів й інших форм нелітературного мовлення.

В той же час змінюється й психологічне ставлення людей до мови – норма демократизується (насамперед на лексичному та стилістичному рівні), стає більш вразливою до нелітературних засобів самовираження. Великий вплив на мовне середовище у цей час становлять ЗМІ, які виступають джерелом популяризації сленгової та іншої ненормативної лексики.

Звичайно ж, не минуло це і Японію, в якій розвиток сленгової мови розділяють на два великі етапи:

- I. У 50-ті роки ХХ ст. виявилися прямі залежності динаміки мовного середовища та зростання популярності молодіжних течій. Саме до цього періоду відносять початок розвитку сленгу у Японії.
- II. Апогей поширення сленгізмів припадає на 80-ті роки ХХ ст., коли масштабні соціальні перетворення вплинули на життя усієї країни, а отже і життя кожного індивіда зокрема. Свобода та поява різноманітних засобів обміну інформацією в суспільстві якісно вплинули на еволюцію такого явища, як сленг [37].

Один з ключових соціальних факторів, який вплинув на розвиток молодіжної мови – це поява молодого покоління японців, яке виросло в епоху високого економічного розвитку, і для якого характерна висока емоційність та прагнення займатися тим, що приносить задоволення. Значну роль також відіграють соціальні тенденції, такі як розвиток сервісної індустрії (включаючи поширення ресторанів швидкого харчування та міні-супермаркетів) і впровадження в Японії передових засобів обміну інформацією, таких як пейджері та мобільні телефони. З'являється таке поняття як おしゃべり文化 /ошябері бунка/, яке, за словами А. Йонекава, означає «в розмові є сенс і є задоволення» [1, с. 25; 35, с. 38]. Розвитку культури говоріння в основному сприяла молодь, яка вигадувала нові слова, змінюючи вже відомі різноманітними креативними способами. Наприклад, така соціолектна одиниця як OL /о-еру/ виникла від скороченого англійського виразу office lady (жінка-службовець), а нині її внесено до національних словників стандартної японської мови [34, с. 130]

Говорячи про 80-ті роки, не можна також оминати одне з ключових явищ сучасної японської культури – появу молодіжних субкультур аніме, манга, гяру, Visual Key та безліч інших, кожна з яких зробила вагомий внесок у японську молодіжну лексику, і має значний вплив на неї й дотепер. Розквіт субкультур спонукав розвиток нового виду спілкування молоді 言葉遊び /котаба асоби/

(мовна гра), слова в якому стали не засобом комунікації, а радше способом розваги [36, с. 78].

У 90-х роках ХХ ст. з'являється Інтернет, який назавжди змінює способи комунікації у всьому світі. Протягом наступних двох десятиліть він стає доступним кожному, а в широкому вжитку з'являються мобільні телефони з можливістю швидко обмінюватись текстовими повідомленнями. Японія не просто не стала винятком: завдяки власній технологічній першості, вона однією з перших перейшла на «інший» етап розвитку людства. Усі ці фактори дали сильний поштовх для подальшого розвитку молодіжної мови.

Незважаючи на те, що значна кількість сленгових виразів є стилістично зниженими синонімами лексем стандартної японської мови, у світі завжди з'являються нові поняття та терміни, точних еквівалентів яких у літературній мові немає. Не знаходячи аналогів, молодь (яка зіштовхується з сучасними поняттями найчастіше) має два варіанти виходу з цієї ситуації: або застосувати перифразу, або запозичити термін з іноземної мови. Таким чином у японській мові з'являється величезна кількість запозичень (особливо з англійської мови), які мають цілий власний лексичний прошарок – 外来語 /*raipurigo*/. Тож можна з впевненістю сказати, що однією з цілей створення сленгових одиниць є компенсація відсутніх в загальнонародній мові слів.

Сленг виступає специфічним мовним підтипом, який часто розглядають як порушення стандартних мовних норм. Він робить мову коротшою, стислішою, більш емоційно виразною, і при цьому слугує своєрідним знаком приналежності до певного соціального середовища. Саме це і робить його таким актуальним серед молоді.

1.4. Тенденції сучасної молодіжної мови у Японії

Важливими аспектами сленгу є прагнення спростити, скоротити мову, зробити її емоційнішою та більш актуальною, збагативши запозиченнями з

інших мов. Таким чином, можна виділити основні тенденції змін у сучасній молодіжній мові у Японії:

- **Вільне використання чоловічого та жіночого типів мовлення.** Сучасне суспільство стає дедалі демократичнішим, і все менш помітними стають гендерні обмеження у японській лексиці. Так, багато молодих дівчат за бажання використовують щодо себе традиційно чоловічі, грубі займенники (おれ /ore/, 僕 /ぼく/) та експресивні частки. Хлопці ж, у свою чергу, вільно вживають ввічливі префікси お /o/ та 御 /go/, які в певних ситуаціях можуть використовувати лише жінки. [31; 39]
- **Використання «ухильних виразів».** Завдяки ним молодь уникає прямої відповіді на питання, ухиляючись від відповіді та пом'якшуючи категоричність висловлення [1]. Вживання таких невизначених слів (таких як, наприклад じゃないですか /джя най дес ка/ чи でしょう /дешьо:/) можна пояснити невпевненістю молоді в правильному підборі мовних зворотів, щоб не образити співрозмовника або порушити кордони його особистого простору.
- **Єдність усної та письмової мови.** У сучасному світі вкрай важливе місце у комунікації займає листування. Заради того, щоб наблизити письмову мову до усної, а також надати їй виразнішої емоційності, на письмі часто використовуються скорочення, експресивні частки (さ /sa/, ね /ne/, へ /e/) а також сленгові слова. Також існує тенденція записувати слова японського походження катаканою, надаючи їм більшого наголосу.
- **Популярність діалектів.** Молодь підбирає діалектні слова для позначення найбільш важливих для неї понять, в першу чергу емоцій. Так, наприклад, використовується ряд префіксів з підсилювальним значенням з різних діалектів, що загалом є стійкою тенденцією в молодіжній мові у Японії.
- **Уніфікація молодіжної мови.** Це явище пов'язане насамперед із значним впливом Інтернету та соцмереж (зокрема LINE, Twitter та Facebook) на мову. Іншим фактором є поступове проникнення сленгу в офіційні джерела,

орієнтовані на молодшу аудиторію, серед яких різноманітні ЗМІ, телебачення та друковані видання [33].

- **Візуальна мова та емоджі.** З поширенням цифрових технологій та соцмереж, молодь дедалі частіше використовує емоджі, каомоджі та інші графічні символи для вираження емоцій та намірів. Це не тільки скорочує текстові повідомлення, але й додає їм додатковий емоційний шар, що слугує своєрідною заміною невербальній комунікації, присутній в усному мовленні.
- **Інтернет-меми та сленг.** Інтернет-меми стали важливою частиною молодіжної культури і, відповідно, мовлення. Багато сленгових виразів виникають саме в інтернет-просторі та швидко поширюються серед молоді через соцмережі та онлайн-спільноти. Ці вирази часто відображають поточні події, тренди та настрої, роблячи молодіжну мову ще більш контекстуальною та сучасною [18].

Незважаючи на зазначені тенденції, кожен, хто використовує молодіжну мову, має власні критерії вибору стилю в залежності від співрозмовника та ситуації, що свідчить про індивідуальний підхід до слововживання. Універсальних правил не існує. Однак, тенденція до переходу на менш формальний стиль спілкування залишається вкрай стабільною.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі було проведено дослідження різних аспектів сленгу в японській мові та встановлення його ролі в сучасному японському суспільстві. Метою було проаналізувати класифікацію сленгу, вивчити причини його появи серед японської молоді та виявити сучасні тенденції використання молодіжної мови в Японії.

У підрозділі 1.1 ми детально дослідили поняття сленгу, його походження та різноманітні інтерпретації. Ми розглянули основні характеристики

молодіжної мови та коротко оглянули історію терміну в сучасному мовознавстві. Це допомогло зрозуміти, що сленг – це живий, динамічний прошарок мови, який відображає соціальні зміни і впливи.

У підрозділі 1.2 ми класифікували сленг за різними факторами, зокрема за соціальними та професійними групами, такими як неформальні групи, студенти, музиканти, спортсмени, професійний сленг тощо. Ми також обговорили важливість усного та письмового сленгу та вплив Інтернету на розвиток молодіжної мови. Ця класифікація дала змогу краще зрозуміти, які фактори є важливими для формування та розвитку сленгу.

У підрозділі 1.3 ми проаналізували причини появи сленгу серед японської молоді та виокремили основні етапи його розвитку в Японії. Ми обговорили ключові соціальні фактори, які вплинули на еволюцію молодіжної мови в Японії, включаючи епоху високого економічного розвитку, появу молодіжних субкультур та Інтернету. Це допомогло зрозуміти, як історичні та соціальні контексти сприяють формуванню специфічних мовних явищ.

У підрозділі 1.4 ми розглянули сучасні тенденції молодіжної мови в Японії, такі як використання різних стилів мовлення, вільне використання чоловічого та жіночого типів мовлення, а також популярність діалектів та використання сленгу в письмовій комунікації. Ми дізналися, що молодіжна мова є не тільки засобом вираження, але й важливим соціальним інструментом, який відображає і формує культурну ідентичність.

Таким чином, на основі наших досліджень ми сформуваємо комплексне уявлення про молодіжний сленг як різновид соціолекту. Ми готові до подальшого дослідження його лексико-семантичних особливостей, способів словотвору та перекладу, які допоможуть глибше зрозуміти функціонування та розвиток цього лінгвістичного явища в сучасному суспільстві.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРЕННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ ЯПОНСЬКИХ ОДИНИЦЬ СЛЕНГУ

Незважаючи на те, що молодіжна мова є вкрай динамічною та нестійкою, деякі з набутих нею лексичних одиниць закріплюються та стають використовуватись не лише молоддю, а й наступними поколіннями. Якщо уважно дослідити історію Японії, то можна помітити появу жаргонних одиниць ще за доби Едо (1603-1868 рр.). У їх основі – мова міста Кіото та приналежні околицям діалекти.

Спочатку на діалекті Кіото розмовляла місцева аристократія (через що цей діалект й донині вважається дуже витонченим), але потім він поширився й на інші класи населення. Оскільки до тодішньої столиці приїжджала велика кількість людей різного статусу та професійного розшарування (самураї, роніни, митці, купці тощо), почали з'являтися різноманітні жаргонні вирази, які отримали назву 位相語 /*icoyro*/ – фрази-помилки.

Таким чином у цей період почалось зловживання префіксом お /*o*/ (水 → お水 /*mizu* → *o-mizu*/, 足 → お足 /*ashi* → *o-ashi*/). Також розвивався самурайський сленг: наприклад, замість です /*des*/ самураї вживали でござる /*de godzaru*/. Саме звідси й пішло класичне сучасне привітання おはようございます /*ohayo: godzaimas*/, ввічлива форма виразу お早うござる /*ohayo: godzaru*/. Згодом сленг почав ще активніше вживатись в мові і на даний момент є її невід'ємною одиницею.

Враховуючи багатий історичний контекст, важливо зрозуміти джерела поповнення японського сленгу і те, як соціальні та культурні фактори вплинули на його розвиток. У наступному розділі ми розглянемо конкретні джерела поповнення японського сленгу, аналізуючи, як вони інтегрувалися в сучасну мову і продовжують впливати на неї, зокрема в контексті молодіжної мови та інтернет-культури.

2.1. Джерела поповнення молодіжної лексики

Сучасними лінгвістами термін «сленг» використовується в декількох значеннях, що ускладнює розуміння специфіки словникового складу мови, що він визначає. Таким чином, перш ніж говорити про різноманітність способів словотвору, важливо звернути увагу на основний поділ сленгових одиниць на **загальний і спеціальний**.

Загальний сленг знаходиться за межами існуючої літературної мови, це загальнозрозумілі і широко поширені в розмовній мові слова і вирази емоційного забарвлення, які претендують на новизну і оригінальність. В більшості одиниці загального сленгу є синонімами вже присутніх у мові слів. Це відрізняє їх від одиниць **спеціального сленгу**, який включає в себе слова і словосполучення того чи іншого класового чи професійного жаргону [3, с. 137].

Важливим тут є те, що якщо сленгові слова і вирази позначають нові, але необхідні поняття, яких немає в словниковому складі мови, то вони мають велику вірогідність у ньому закріпитися. Якщо ж значення цих нових слів відрізнятиметься виключно новизною, то їх існування не буде особливо тривалим, і вони через певний час зникнуть з мови, утворюючи найбільш мінливу частину словникового складу мови.

Як вже зазначалось раніше, японська мова, з історичних та соціальних причин, має безліч джерел поповнення своєї молодіжної лексики. Наявність окремого прошарку японської мови під назвою 外来語 /*гайрайго*/, який складається виключно з запозичень з інших мов та складає більш ніж 10% сучасного японського словникового запасу, зайвий раз доводить важливість впливу зовнішнього світу на японську культуру та мову [25]. Звичайно ж, це не може не відобразитись на мові молоді, яка проводить значну частину свого часу в Інтернеті та яка найчастіше виходить на контакт з рештою світу.

Характерним для молодіжної мови є запозичення не лише окремих слів, а й цілих виразів. Розглянемо такі приклади сленгових *гайрайго*, взятих з англійської мови:

- スタンドバイ /сутандобай/ та його скорочена форма スタンバイ /сутанбай/ – stand by : режим очікування
- ラブストーリー /рабу судо:рі:/ – love story : історія кохання
- ハッピーバースデー /ханні: ба:суде:/ – happy birthday, «З Днем народження»
- ゲツダン /реддан/ – скорочене англ. get down : ховатись

Як можна помітити з деяких прикладів, позичені слова дуже часто піддаються скороченню до кількох складів задля легшого сприйняття та використання. При переносі іншомовних слів на японський фонетичний лад, запозичення часто звучать неприродньо довго, тому їх скорочення це не стільки забаганка японців, скільки необхідність задля того, аби слово ввійшло у активне використання. Втім, при перекладі таких одиниць можуть виникнути труднощі, оскільки деякі скорочення можуть мати кілька значень водночас. Наприклад, слово キロ /кіро/ може означати як кілограм ваги, так і кілометр відстані; слово アップ /анпу/ може позначати застосунок для пристроїв (від англ. app), завантаження контенту в Інтернет (від англ. upload), або ж просто позначати слово «вгору», позичене з англійської мови [29]. В таких випадках, аби правильно передати сенс речення, перекладачеві важливо розуміти контекст, у якому використано дані слова.

Іншим близьким поняттям до гайрайго є 和製英語 /васей ейго/, що позначає псевдоангліцизми, тобто такі слова та словосполучення, які складаються з англійських слів або морфем, але які не існують в англійській мові [5]. Використання васей-ейго є характерним для японського сленгу через «престижність» англійської мови в очах японської молоді як чогось незвичайного та непритаманного японській культурі [4]. Серед таких виразів, наприклад, є ドンマイ /донмай/, що є викривленою версією англійського виразу never mind (пер. не зважати), і найчастіше використовується у значенні «нічого страшного», аби підбадьорити або заспокоїти співбесідника. Іншими прикладами молодіжних васей-ейго є ノータッチ /но: таччі/ (англ. no touch) у

значенні «заборонена для використання тема», オフオン /офу он/ (англ. off-on) у значенні «режим дня» та інші.

Крім іноземної лексики, молодіжна мова збагачена запозиченнями з численних **діалектів** японської мови. Як вже згадувалось у розділі 1, діалектні форми переважно вживаються молоддю задля яскравішої передачі емоцій. Серед найчастіше вживаних діалектних форм можна примітити запозичення:

- з діалекту **Осака**: ちゃう /чай/ та вираз ちゃうんかい /чаункай/ замість 違う /чігау/ та 違うのかい /чігау но кай/ відповідно
- з діалекту **Тохоку**: ほんま /хонма/ замість традиційного 本当 /хонто:/
- з діалекту **Кансай**: おもしろい /оморой/ замість 面白い /омошірой/, わろた /варота/ замість 笑った /варатта/
- з діалектів **Точігі** та **Фукушіма**: 違かった /чікаттта/ замість 違った /чігаттта/
- з діалекту **Токіо**: じゃん /джян/ замість ではない /де ва най/

Таким чином, ми можемо помітити, що молодіжна мова всеохоплююча, і в цілях самовираження її носії можуть обрати та «змінити» на свій лад слова з найрізноманітніших джерел. Позичена з іноземних мов лексика дає можливість поповнити вокабуляр словами, відсутніми в японській мові, в той час як видозміна самої японської мови та використання діалектів дозволяє зробити мову молоді експресивнішою та унікальнішою.

2.2. Способи творення сленгових одиниць

У попередньому підрозділі ми розглянули основні джерела поповнення молодіжного соціолекту. Не менш важливим за розуміння, звідки мова бере своє коріння, є знання того, яким чином вона видозмінюється протягом свого мовленнєвого життєвого циклу. Особливістю японської мови є те, що незалежно від етимології слова, будь-яке запозичення піддається тим самим морфологічним правилам, що і власне японська лексика. Дослідимо основні способи творення сленгових одиниць:

1) **Словоскладання** – спосіб утворення нових слів шляхом поєднання кількох інших. Даний спосіб використовується особливо часто, а популярним є не лише об'єднання слів японського та китайського походження, а й слів іноземного (найчастіше – англійського) походження. У японській мові існує багато способів словоскладання, наприклад:

а) Іменник + する /суру/

- おばあさん /оба:сан/ бабуся + する/суру/ робити = おばさんする /обасан суру/ : *поводитись як бабуся*
- リスペクト/рісупекуто/ з англ. respect + する/суру/ робити = リスペクトする/рісупекто суру/ : *поважати*

б) Іменник + іменник

- チキン/чікін/ з англ. chicken + 肌 /хада/ шкіра = チキン肌 /чікін хада/ : *мурашки по шкірі*
- 午後 /гого/ обід + ティー /ті:/ з англ. tea = 午後ティー /гого ті:/ : *обідній чай*

в) Прикметник + прикметник

- うざい /удзай/ набридливий + かわいい/кавай:/ милий = うざかわいい /удзакавай:/ : *набридливий, але милий*
- キモイ /кімой/ огидний + 可愛い /кавай:/ милий = きも可愛い /кімокавай:/ : *бридкий, але милий*

2) **Складання основ** – на відміну від словоскладання, слова об'єднуються, втрачаючи певні частини. При упусканні частини слова звертається увага не на його морфологію, а на звучання.

- いけてる /ікетеру/ зі значенням «бути привабливим» + 面 /мен/ обличчя = イケメン /ікемен/ : *красень*
- ツイッター /цуїтта:/ з англ. Twitter + アイドル /айдору/ ідол = ツイドル /цуїдору/ : *ідол Твіттеру*

- テスト /тесуто/ тест + 勉強 /бенкьо:/ навчання = テス勉 /тесубен/ :
навчання для складання тесту
- お茶 /очя/ чай + 和む /нагому/ заспокоюватись = 茶ゴム /чягому/ :
заспокійливий чай
- 頭がおかしい /атама га окаші:/ з'їхати з глузду → あたおか /атаока/
божевільний, подурівший
- レベルが違う /реберу га чігау/ мати інший рівень, бути на іншому рівні →
レベチ /ребечі/

3) **Скорочення** – під скороченням розуміють складноскорочені слова, які утворюються з слів і словосполучень шляхом видалення частини складових їх букв або частин слів.

- 喫茶店 /кіссатен/ кав'ярня → サテン /сатен/
- 彼女 /каноджьо/ дівчина → カノ /кано/
- ゲーム /ге:му/ комп'ютерна гра → ゲー /ге:/
- 難しい /мудзукаші:/ складний → ムズイ /мудзуй/
- うらやましい /ураямаші:/ заздрісний → うらやま /ураяма/
- 気持ち悪い /кімочі варуй/ неприємний, огидний → キモイ /кімой/ і
подальше скорочення слова → キモ /кімо/
- ばかり /бакарі/ лише → ばっか /бакка/

Стосується це також і сталих фраз:

- ありがとうございます /арігато: годзаімас/ велике дякую → あざす /адзас/
- あけましておめでとうございます /акемашіте омедето: годзаімас/ З
Новим роком → あけおめ /акеоме/

4) **Афіксація** – використання афіксів, вже присутніх у мові, у нехарактерних для неї сполученнях. У словотворі часто зустрічається безліч суфіксів, серед яких
～感 /кан/ (передає відчуття), ～的 /текі/ (передає ціль, призначення дії),

～系 /кей/ (позначає певну систему або тип) та ～く /ку/ (використовується для утворення прислівників) та інші [32].

- 自分的 /джібунтекі/ з моєї точки зору
- こういう系の /ко:ю:кей но/ та これ系の /корє кей но/ такого типу
- リアルタイム系 /ріару тайму кей/ у реальному часі
- アカンく /аканку/ від діалектного あかん /акан/ - непотрібний; той, що не має сенсу

Також у молодіжній мові можна побачити такі префікси посилення, як:

- ど～ /до/ – ど偏見 /дохенкен/ дуже упереджений, どえらい /доєрай/ дивовижний
- ぶっ～ (ぶち～) – ぶち壊す /бучіковас/ зруйнувати, ぶっこまれる /буккомареру/ завдати удару, ぶっぱなし /буппанаші/ вистрілити зі зброї
- 超～ /цьо:/ – 超面白い /цьо:омошірой/ дуже цікавий, 超不機嫌 /цьо:фукіген/ дуже примхливий, 超歓喜 /цьо:канкі/ надзвичайно радий, 超求めてる /цьо:мотомеру/ дуже хотіти, 超好き /цьо:скі/ дуже подобатись
- ばか～ /бака/ – バカでかい /бакадекай/ до смішного великий, バカ嬉しい /бакауреші:/ щасливий, немов дурень, バカ丁寧 /бакатейней/ надмірно ввічливий

Іншим помітним нововведенням японського сленгу є використання закінчення ～る /ру/ в словах, що походять з англійської мови [40].

- ググる /гугуру/ від англійського google – гуглити
- パロる /парору/ від англійського parody – пародіювати

5) **Дуплікація основи** – прийом, який майже завжди використовується задля утворення отоматопей у японській мові, може також допомогти у створенні нових сленгових одиниць.

- 乗り /норі/ ритм, темп → ノリノリ /норінорі/ жвавий темп
- めちゃくちゃ /мечякуча/ абсурдний → めちゃめちゃ /мечямеча/

Існують також окремі, особливі способи словотвору сучасних сленгізмів, які виникли з появою Інтернету та онлайн-листування зокрема. Вони будуть розглянуті у наступних підрозділах даної роботи.

2.3. Граматичні аспекти перекладу сленгових виразів

Переклад – це дуже непроста робота, і справжній професійний перекладач завжди може помітити в простих словах такі нюанси, яких не помітить пересічний читач. Адже з одного боку, мова містить у собі певний культурний код, особливості світогляду та історії народу. З іншого, зіштовхуючись з поняттями, яких у мові перекладача немає, перед ним стоїть складне завдання: адаптувати текст для легшого сприйняття читачем, і при цьому зберегти його зміст, художню форму та стиль. Американський поет Генрі Лонгфелло стверджував, що «не існує такого поняття як прекрасний, ідеальний або «точний» переклад. Перекладач завжди намагається покращити свої знання і удосконалити свої засоби вираження; він завжди невідступно йде за фактами і словами». І це справді так: ідеального перекладу не існує, але саме досягнення певного балансу – адекватного перекладу – є основною задачею для професіонала. **«Оригінал є неточним щодо перекладу»**, – так комічно підмічав парадоксальність роботи перекладача аргентинський письменник Хорхе Луїс Борхес [12].

Загалом, виконання перекладу неможливе без використання граматичних трансформацій. Головною метою таких трансформацій є заміна або перебудова структури речення, а також багато інших заміні, як на синтаксичному, так і на морфологічному рівні.

При перекладі молодіжних соціолектів використовуються ті самі методи, що й для будь-якої лексики, непридатної для якоїсь з мов-учасників перекладу. Перший з них – це **буквальний переклад**, тобто такий, в якому кожне слово перекладається окремо, незалежно від його зв'язків з іншими словами. Цей метод вживається рідко, тому що він дуже часто помилково передає суть тексту [6].

Якщо функціональні аналоги відсутні в мові перекладу, перекладач може вдатися до прийому **компенсації втрат**. Таким чином елементи змісту, втрачені при перекладі одиниці в оригіналі, передаються в перекладі іншим засобом, причому необов'язково в тому ж самому місці, що і в оригіналі. Розглянемо деякі варіанти перекладу:

- 超 /чьо:/, めっちゃ /меччя/, マジ /маджі/, ガチ /гачі/

これ、とてもかわいいね。すごく安かったし、とても便利だよ！本当だよ！
/коре, тотемо каваі не. сугоку ясукатташі, тотемо бенрі да йо! хонто: да йо!/
Ця річ дуже мила. Ще й така недорога, і дуже зручна! Справді!

Приблизно так би могла сказати людина, яка самостійно вивчає японську. Проте в живій розмовній мові значно частіше надають перевагу сленговим виразам:

- これ、超かわいいね。めっちゃ安かったし、マジで便利だよ！ガチで！

/коре, чьо: каваі не. меччя ясукатташі, маджі де бенрі да йо! гачі де!/
Яка кльова штука. Така дешева й зручнюча! Реально!

- やばい /ябай/ - один з найвідоміших виразів, який активно вживає японська молодь у своєму мовленні. Цікавий тим, що може мати як позитивне, так і негативне значення: схожі за вживанням слова в українській молодіжній мові – «капець» або вигук «йой».

– どうぞ、召し上がれ /до:зо, мешіагаре/ – Будь ласка, пригोщайтесь!

– やばい！すごい美味しそう！ /ябай! сугой ойшісоу! / – Йой! Виглядає смачнуче!

...Пройшло 15 хвилин...

– やばい... ちょっとトイレへ行って来る /ябай... чотто тойре е іттекуру/ – Йойки... Мені потрібно відійти [в туалет].

- キモイ /кімой/, скорочено від відомого 気持ちわるい, що означає або сильну огиду, або дійсно погане самопочуття.

絃一君見て！鼻水出てる！キモイね！

/ко:ічі-кун міте! ханамідзу детеру! кімой не!//

Гляньте на Коічі! В нього з носа шмарклі лізуть! Бридота!

- しゃれてる /шяретеру/ та しける /шікереру/ - слова-антоніми, які відповідно означають щось хороше, класне, і навпаки, жахливе, погане. Наприклад, під час комп'ютерної гри хлопці часто викрикують しけた! /шікета!// коли пропускають гол чи удар, а коли отримують додаткові бали кажуть しゃれた! /шярета!// [11].
- だるい /даруй/ та うざい /удзай/, (скорочено від うざったい /удзаттай/) - означають щось дратівливе, те, що заважає або турбує.

明日からだるいな期末試験。超うざいー。

/ацїта кара даруйна кімацу шїкен. чьо: удзай/

Із завтрашнього дня почнуться ці бісячі семестрові іспити. Як же дратують...

Якщо відповідник знайти неможливо або занадто складно, або ж просто у стилістичних цілях, сленгову одиницю можна повністю **оминути**, якщо при цьому не постраждає сенс речення. Оскільки в попередньому прикладі і だるい /даруй/ і うざい /удзай/ мають синонімічне значення, заради уникнення тавтології переклад можна дещо спростити: «Із завтрашнього дня почнуться семестрові іспити. Як же бісять...».

Отже, існує безліч способів перекладу молодіжних соціолектів. Найважливіше для перекладача – правильно підібрати найбільш близький за емоційною забарвленістю відповідник, який не лише передаватиме ті самі емоції, що були в оригіналі, але й звучатиме логічно та влучно для реципієнта перекладу. Якщо прямого відповідника у мові немає, можна компенсувати втрату

синонімічним виразом, або ж повністю оминати використання сленгізму, якщо це не шкодить контексту речення.

2.4. Інтернет-сленг японської мови

Як вже було зазначено в попередніх розділах даної роботи, поява Інтернету назавжди змінила методи письмової комунікації між людьми. В Японії розвиток інтернет-сленгу напряму пов'язаний з появою новітніх комп'ютерних технологій, які ввійшли в широкий вжиток на початку 1990-х років. Серед таких технологій особливої популярності набув пейджер – бездротовий пристрій, який міг приймати та відображати цифрові або текстові повідомлення приблизно так само, як це робили кнопкові телефони в 2000-х. Втім, популярним він став не серед ділових людей, які були його цільовою аудиторією споживачів, а серед старшокласниць, що надсилали через нього закодовані особисті повідомлення [17].

Так з'явилась *ポケ言葉* /*покекотаба*/ (досл. кишенькова мова) – особлива знакова система, яка різноманітними способами скорочує текст повідомлення та дозволяє легше передати емоції. На початку це була послідовність цифр, які за скороченим японським читанням передавали певне повідомлення. Наприклад, 0840 можна було прочитати як *おはよう* /*охайо*/: 0 – *お* /*о*/, 8 – *は* /*ха*/ (скорочено від *はち* /*хачі*/), 4 – *よ* /*йо*/ (скорочено від *よん* /*йон*/). Таким чином можна було закодувати цілі речення, як от 724106, що читалось як *何している* /*нані штеіру*/ («що ти робиш»). Пейджер, який був розроблений як засіб для простого запиту зворотного дзвінка, в руках молоді став популярним засобом інтерактивного текстового спілкування [26]. За статистикою, більшість японських користувачів завдяки цьому виходило в Інтернет через мобільні телефони, а не за допомогою комп'ютерів, які були більш поширені в західних країнах, що призвело до створення унікальної інтернет-культури [13].

У 2000-х роках почали активно розвиватись соціальні мережі (SNS, з англ. *social networking service*). Аналізуючи онлайн-етикет на таких платформах,

можна зазначити, що японські користувачі не схильні публічно розкривати свою реальну ідентичність або ж публікувати власні фотографії. З цієї причини американський Facebook, де така поведінка була нормою, не став популярним в Японії і здебільшого використовувався для ділових цілей. Натомість великою популярністю користувались особисті блоги, соцмережі на зразок Twitter та Nico Nico Douga, а також іміджборди (англ. imageboard), японською – 画像掲示板 /*гадзо: кейджібан*/ [19]. Саме на цих платформах і сформувався базис сучасної молодіжної інтернет-лексики, якою молодь користується й донині.

Японський інтернет-сленг має багато форм не лише завдяки властивим для японського словотвору трьох форм письма (катакани, хірагани та канджі), а й активному використанню латиниці (япон. ローマ字 /*ро:маджи*/), індо-арабських цифр та різноманітних символів, присутніх на комп'ютерній клавіатурі. Хоч така система й важко піддається перекладу, її розуміння для перекладача є необхідним для розуміння та адаптування онлайн-текстів, які доволі часто з'являються у різному медіа (кіно, аніме, манга, комп'ютерні ігри тощо).

В більшості інтернет-сленгізми – це скорочені форми або вже існуючих лексичних одиниць, як словникових, так і молодіжних. Їх можна побачити в практично всіх неформальних текстах, як у особистих листуваннях, так і будь-яких публікаціях у соціальних мережах. Розглянемо основні види скорочень:

- 1) **Традиційні** – утворюються шляхом видалення частини складових їх букв або частин слів.
 - おめ /*оме*/ від おめでとう /*омедето:*/ : вітаю
 - あり /*арі*/ від ありがとう /*арігато:*/ : дякую
 - りょ /*рьо*/ від 了解です /*рьо:кай дес*/ : зрозумів
- 2) **З використанням латиниці** – або частково, або повністю використовують літери латинської абетки.
 - w від 笑う /*варау*/ : сміятися. Чим більше w – тим сильніше напруження реготу (wwwww), за аналогією дужечок у смайликах :))))))

- こ n /кон/ від こんにちは /коннічіва/ : привіт
- お k /オーケー /о:ке:/ від англійського «окей»
- ちょ w /чьо/ від ちよっと /чьотто/ + w : «ого!», «нічого собі»
- う p /упу/ від англійського «upload» : завантажувати в Інтернет
- wtkk /вакутека/ від ワクワク /вакуваку/ радісний та てかてか /текатека/ сяючий : надзвичайно радий
- kwsk від 詳しく /кувашіку/ : детально
- ggrks від ググレカス /гугурекас/ : комбінація сленгізму «гуглити» з вульгарним словом 滓 /кас/ дає вираз «загугли сам, паскудо»

3) Числові – читаються за скороченим японським читанням цифр.

- 4649 /йорошіку/ або 464 /йороші/ від よろしく /йорошіку/
- 39 /санкю:/ від англійського «thank you» : дякую
- 888 /пачі пачі пачі/ від パチパチパチ/пачі пачі пачі/ : звук плескання у долоні
- 55 /го: го:/ від англійського «go go» : вперед, вперед!

4) Аббревіатури – містять скорочений до кількох літер латиниці вираз.

- JK /джей кей/ від 女子高生 /джьоші коусей/ : старшокласниця
- KY /кей вай/ від 空気読めない /ку:кі йоменай/ : той, хто не може «зчитувати» настрої

5) Нестандартні – можуть утворюватися від скорочень на основі омонімії, а також від візуальних асоціацій.

- 乙 /оцу/ від お疲れ様です /оцукаре сама дес/ : «дякую за складну працю». Використовується на різних форумах, аби похвалити автора поста
- ogz : розчарування. Є графічним зображенням схиленої у поклоні людини (o – голова, g – руки та спина, z – зігнуті ноги).

- Δ /санкаккей/ від *さん* /сан/ та *かっけい* /каккей/, сленгової форми слова *かっこいい* /каккоі:/ крутий. Якщо поєднати ці два слова, то вийде *三角形* /санкаккей/, тобто трикутник – звідси й графічний символ.
- 草 /куса/ дослівно означає «трава». Згадане вже раніше вживання сміху «www» здалось деяким японцям схожим на траву, і звідси з'явився вираз *草生えた* /куса хаэта/, що дослівно означає «виросла трава», а в якості сленгу – «засміятись». Скоротивши цей вираз, користувачі почали виражати сміх просто ієрогліфом трави, так само повторюючи його, як і літеру w: 草草草 [10]

Говорячи про японську інтернет-писемність, не можна не згадати один з важливих культурних феноменів 2000-х – а саме *ギャル文字* /гяру моджі/, що дослівно означає «алфавіт гяру». Також названа *下手文字* /хета моджі/ через схожість з невмілим рукописним шрифтом, гяру-моджі – це особлива система письма, що використовувалась для неформального листування в Інтернеті представницями субкультури «гяру» – дівчатами-бунтарками, які виступають проти японських стандартів краси, надаючи перевагу західним [24].

Причиною для того є те, що як і в період Мейджі, японський ідеал жінок та їх мови повинен був уособлювати в собі невинність, скромність, покірність та повагу. Субкультура гяру та їх власний стиль листування був не просто відповіддю – це був виклик нормативній гендерній мові. Їхнє нехтування суспільними очікуваннями чітко видно в активному використанні нестандартних форм слів, порушеннях як граматичних, так і синтаксичних правил, а також відвертих розмовах на табуйовані теми [23].

Гяру-моджі являють собою поєднання різних символів, літер та знакових систем, що мають візуальну подібність до японських ієрогліфів – канджі. Основною тенденцією є запис комплексних символів хірагани та канджі, що складаються з кількох елементів, окремо, при цьому використовуючи не лише хірагану, а й грецькі, латинські, кириличні та інші літери та знаки [17]. Наприклад, літера хірагани *す* /су/ може записуватись як грецький символ

параграфу §; літера け /ke/ – як набір символів レナ («ре» + «на», записані катаканою) або Iナ (велика латинська «і» + катакана «на»); літера た /ta/ може записуватись як ナ= (катакана «на» + знак рівності) або †こ (символ клинка + хірагана «ко») тощо. Так само і складені ієрогліфи будуть записуватись окремими частинами, як от 好 в 好き /скі/ буде розділений на 女子 (канджі зі значенням жінки та дитини відповідно).

Ось так виглядатимуть деякі слова внаслідок цих змін:

- おはよう /охайо:/ → 才 (よ ち ough : доброго ранку
- ポケモン /покемон/ → 尔 0 ケ 毛 ω : Покемон
- タケシが好き /Такеші га скі/ → タケ =/ カビ 女子(キ : мені подобається
Такеші

Як можна помітити по цих прикладах, видозмінені слова буде дуже важко розпізнати тим, хто активно не використовує стиль письма гяру-моджі. В цьому й полягає одна з найвагоміших причин його використання – а саме бажання приховати сенс речення від небажаних читачів, якими в багатьох випадках ставали батьки дівчат-гяру. Заради цього часто спотворювалось не лише написання слів, а й граматична складова речення. Наприклад, таке речення, як 「私は今とても良い気分です」 /ваташі ва іма тотемо йой кібун дес/, означатиме «Зараз я почуваюсь дуже добре» та вважатиметься записаним стандартно-ввічливою японською мовою. Скориставшись молодіжною лексикою, речення можна перефразувати як 「超気持ちいい！」 /цьо: кімочі і:/ або 「チョーキモチイイ！」, а зашифрувавши його за допомогою гяру-моджі, вийде 「走召気持ちいい！」 або 「于㊦一≠モ于㊦！」. Система письма гяру-моджі настільки комплексна, що існують цілі дослідження та книги, присвячені її вивченню та поясненню [14; 30].

Підсумовуючи вищесказане, можна сміливо стверджувати, що інтернет-сленг японської мови – це окремий та вагомий пласт молодіжної лексики в цілому, що має безліч власних особливостей. Головною з них є надзвичайно креативний словотвір, який поєднує в собі активні запозичення з англійської мови та японську схильність скорочувати слова, використовуючи при цьому

будь-які методи: як звичайне видалення частин слова, так і використання латинських літер та інших символів, які є на кожній комп'ютерній клавіатурі. Система письма гяру-моджі, що набула піку своєї популярності в 2000-х, є зразковим прикладом того, як японська молодь, у прагненні самореалізуватись та приховати свої повідомлення від небажаних очей, створила дещо унікальне та самобутнє.

2.5. Каомоджі як молодіжний спосіб передачі емоцій

У 1982 році викладач Університету Карнегі-Меллона та за фахом комп'ютерний науковець Скотт Фалман розмістив повідомлення на онлайн-дошці оголошень. Цією дошкою користувались як студенти, так і викладачі університету, і на ній часто велись дискурси на всеможливі теми, серед яких нерідко проскакував гумор. Саме після одного з жартів, який колеги Фалмана помилково сприйняли всерйоз, він написав: «Я пропоную наступну послідовність символів для маркерів жартів: :-) Читайте збоку. Насправді, мабуть, економніше позначати речі, які НЕ є жартами, враховуючи сучасні тенденції. Для цього використовуйте :-(». Таким чином, з використанням кількох текстових символів, з'явилась можливість розуміти, чи адресат повідомлення серйозно ставився до вмісту повідомлення, чи надісланий текст поданий у жартівливій формі [15; 16].

Так на світі з'явився перший смайлик (від англ. smiley – «мордочка, пичка»), також названий емотиконом (від англ. emoticon – іконка емоції). Для зображення виразу обличчя на тексті почали використовуватись всеможливі символи, серед яких розділові знаки, алфавітні елементи різних мов, а також цифри. З часом вони стали невід'ємною частиною будь-якого текстового спілкування та почали використовуватись щоденно людьми незалежно від віку чи соціальної приналежності.

Цікавою ознакою смайликів є їх культурна приналежність. Так, використання смайликів на Заході й на Сході суттєво відрізняється, і в той час як

в Америці та Європі прослідковувались активне вживання та поступовий прогрес емотиконів, в Японії популярності набули 顔文字 /каомоджі/, що дослівно означає «знаки обличчя» [28].

Перший каомоджі з'явився у 1986 році завдяки дизайнеру Вакабаяші Ясуші – саме завдяки йому світ вперше побачив комбінацію символів «(^_^)», яка пізніше стала одним із найпопулярніших смайликів у Японії. Незважаючи на те, що між появою на емотикона та каомоджі пройшло 4 роки, вважається, що два процеси відбулись абсолютно незалежно один від одного [20; 21].

На відміну від західних емотиконів, для читання каомоджі не потрібно повертати голову набік, а в самих смайликах робиться більший акцент на виразності очей, а не на рота. Завдяки цьому спектр емоцій, який можна зобразити, є значно ширшим, ніж той, що мають емотикони. Розглянемо деякі з популярних каомоджі, що виражають:

- Посмішку: (^_^) (●^o^●) (*^_^*) ♪('▽`)
- Плач: (T_T) (;_;) .°°·(／ω＼)°°· / (T o T)/~~
- Любов: (*♡∀♡) ♪(*~*~*) ♡ (❤ ω ❤)
- Радість: \(\^-▽^-)/ (∩▽∩)☆ ∽(o^o)
- Злість: (`ω´) (#`Д´) (≡≡≡)
- Здивування: (⊙ o ⊙) ⊖_⊖ ⊙~⊙||

Каомоджі також не обмежуються емоціями, і часто японські смайлики позначають різні дії. Серед них, наприклад, популярними є перекидання стола «(´□´) 〰», плескання в долоні «(^_^)//», розведення рук «_(´▽´)_/» та багато інших.

На даний момент існує понад 10 тисяч різних каомоджі. Причиною такої кількості є те, що вся бібліотека комп'ютерних символів містить нескінченний потенціал для творення графічних зображень. Зважаючи на те, що на сьогодні каомоджі ввійшли до активного вжитку в листуванні в усьому світі, їх кількість лиш продовжить стрімко зростати.

Висновки до розділу 2

Завданням другого розділу було дослідження джерел збагачення молодіжного соціолекту японської мови, способів творення сленгових одиниць та граматичних аспектів перекладу сленгових виразів.

У розділі 2.1 ми дослідили, що молодіжна мова активно збагачується за рахунок запозичень з інших мов та численних діалектів японської мови. Запозичення з іноземних мов дають можливість поповнити вокабуляр словами, відсутніми в японській мові, а використання діалектів дозволяє зробити мову молоді експресивнішою та унікальнішою.

У розділі 2.2 ми дослідили основні способи творення сленгових одиниць в японській мові. Було виявлено, що словоскладання, складання основ, скорочення, афіксація та подвоєння основ є головними методами створення нових сленгових виразів. Ці методи дозволяють молоді швидко та ефективно створювати нові слова для вираження своїх думок та почуттів.

У розділі 2.3 ми дослідили граматичні аспекти перекладу сленгових виразів. Виявлено, що переклад молодіжних соціолектів потребує використання граматичних трансформацій для адекватної передачі змісту. При цьому можуть використовуватися такі методи, як буквальний переклад, пошук еквівалентів, компенсація втрат та уникнення сленгізмів, якщо це не шкодить контексту речення.

У розділі 2.4 ми дослідили інтернет-сленг японської мови. Було встановлено, що розвиток інтернет-сленгу пов'язаний з появою новітніх комп'ютерних технологій та мобільних пристроїв. Це призвело до створення унікальної інтернет-культури, яка включає використання спеціальних знакових систем та скорочених текстових повідомлень.

У розділі 2.5 ми дослідили каомоджі як молодіжний спосіб передачі емоцій. Виявлено, що японські каомоджі, на відміну від західних емотиконів, не вимагають повороту голови для читання і зосереджують увагу на виразності очей та обличчя загалом. Завдяки цьому спектр емоцій, який можна зобразити, є

значно ширшим. Каомоджі також можуть позначати різні дії, що робить їх універсальним засобом комунікації в текстовому спілкуванні.

Таким чином, дослідження молодіжного соціолекту японської мови показало, що цей феномен є надзвичайно багатограним та динамічним. Завдяки запозиченням з інших мов та діалектів, різноманітним способам творення нової лексики, зокрема інтернет-сленгу, молодіжна мова постійно розвивається і адаптується до сучасних умов.

ВИСНОВКИ

Дипломна робота присвячена вивченню молодіжного соціолекту японської мови, зокрема його формуванню, використанню та перекладу. Основними об'єктами дослідження були сучасні комунікаційні практики та їх вплив на мовні інновації, а також аналіз особливостей словотворення та перекладу японських сленгових виразів. Варто зазначити, що особливість поняття сленгу полягає у тому, що будучи невід'ємною частиною мови, він розвивається та еволюціонує разом із нею а, отже, буде залишатися актуальним питанням лексикології стільки ж, скільки існує сама мова.

У першому розділі ми розглянули теоретичні основи, що стосуються поняття сленгу як мовного явища. Дізналися, що сленг є важливим елементом молодіжної мовної культури, відображаючи її соціокультурні та ідентифікаційні аспекти. Ми розглянули основні характеристики молодіжної мови, способи її класифікації, а також коротко оглянули історію терміну в сучасному мовознавстві. Таким чином, дійшли до висновку, що його активне використання молоддю в онлайн-середовищі та соціальних мережах сприяє швидкому поширенню нових мовних одиниць та зміні мовних норм.

У другому розділі було розглянуто особливості словотворення та перекладу одиниць сленгу. Одними з основних цілей створення нових одиниць молодіжної мови є посилення експресивності, спрощення комунікації та поповнення лексикону термінами, які відсутні у літературній мові. Вказавши шляхи формування сленгу та джерела його поповнення, було розкрито словотвірний потенціал сучасної японської розмовної мови. Важливим доповненням є дослідження сучасного текстового та інтернет-сленгу, яке є надзвичайно актуальним у добу інформаційних технологій, в якій ми всі живемо. Інтернет-сленг та каомоджі стали не тільки засобами вираження емоцій, але й маркерами соціальної ідентичності та культурного коду.

Таким чином, робота дозволила виявити складність і мінливість молодіжного соціолекту в японській мові, а також показала необхідність

спеціалізованого підходу до його дослідження та перекладу. Отримані результати можуть бути корисні для подальших лінгвістичних досліджень та використанні при вивченні мовної культури та комунікаційних практик молоді у міжнародному контексті.

Вивчення сленгу має високу актуальність в умовах поширення міжнародних контактів, допомагає краще зрозуміти національно-специфічні особливості менталітету японської молоді. Знання сленгу долучає тих, хто вивчає японську мову, до природного мовного середовища, сприяє розвитку їх комунікативної компетенції. Незнання сленгу може призвести до різного роду курйозів та мовних помилок, запобіганню яких необхідно приділяти особливу увагу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Благовіщенська О. Мова молоді у Японії : автореф. / Благовіщенська Ольга. – 2007.
2. Благовіщенська О. Про роль абетки катакана в письмовій мові японської молоді / Ольга Благовіщенська. – 2007.
3. Вілюман В. Про способи утворення сленгових слів у сучасній англійській мові / Вітольд Вілюман // Питання мовознавства. – 1960. – № 6. – С. 137–140.
4. Врубель О. «Васейейго» як феномен запозиченої лексики у японській мові / О. Врубель // Мовні і концептуальні картини світу. – 2009. – № 27. – С. 18–20.
5. Пирогов В. Динаміка японської мови і писемності в контексті дихотомії «ієрогліф – вимовне слово» [Електронний ресурс] / Володимир Пирогов // Мовні і концептуальні картини світу. – 2014. – № 49. – С. 76–81. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_49_15 (дата звернення: 06.05.2024).
6. Руженська Т. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Вступ до перекладознавства» / Тетяна Руженська. – Ірпінь : Зб. наук. пр. Нац. ун-ту держ. податк. служби України, 2022.
7. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови / Леся Ставицька : Критика, 2005.
8. Хом'яков В. Структурно-семантичні та соціально-стилістичні особливості англійського експресивного просторіччя / Володимир Хом'яков. – Вологда : 1974.
9. Юрченко О. Зумер, краш, стенити: що насправді означають модні підліткові словечка? [Електронний ресурс] / Олена Юрченко // Освіторія. – Режим доступу: <https://osvitoria.media/experience/zumer-krash-stenyty-shho-naspravdi-oznachayut-modni-pidlitkovi-slovecchka/> (дата звернення: 04.06.2024).

10. Aoyagi S. Analysis of Net Slang Expressing laugh at Comments on Nico Nico Douga / Shiori Aoyagi, Kawai Yasuo // The 33rd Annual Conference of the Japanese Society for Artificial Intelligence, Niigata, 4 черв. 2019 р.

11. B R. AN INTRODUCTION TO BASIC JAPANESE SLANG [Електронний ресурс] / Rachel B // Tofugu. – Режим доступу: <https://www.tofugu.com/japanese/japanese-slang/> (дата звернення: 03.06.2024).

12. Campbell B. The Original is Unfaithful to the Translation: Towards Recognising Originality in Translation [Електронний ресурс] / Bryony Campbell // Neke The New Zealand Journal of Translation Studies. – 2018. – № 1. – Режим доступу: <https://ojs.victoria.ac.nz/neke/article/view/5158/4588>.

13. Coates K. Japan and the Internet revolution / Kenneth Coates, Carin Holroyd. – London : Palgrave Macmillan, 2003.

14. Contributors to Wikimedia projects. Gyarū-moji - Wikipedia [Електронний ресурс] / Contributors to Wikimedia projects // Wikipedia, the free encyclopedia. – Режим доступу: <https://en.wikipedia.org/wiki/Gyarū-moji> (дата звернення: 20.06.2024).

15. Fahlman S. Smiley Lore :-) [Електронний ресурс] / Scott Fahlman // CMU School of Computer Science. – Режим доступу: <https://www.cs.cmu.edu/~sef/sefSmiley.htm> (дата звернення: 20.06.2024).

16. Garber M. :) or :-)? Some Highly Scientific Data [Електронний ресурс] / Megan Garber // The Atlantic. – Режим доступу: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/06/emoticon-smileys-some-highly-scientific-data/373086/> (дата звернення: 20.06.2024).

17. Hansen K. Authenticity in Japanese Cell Phone Novel Discourse / Kelly Hansen // U.S.-Japan Women's Journal. – 2015. – № 48. – С. 60–78.

18. Havrylenko K. M. Lexical features of internet memes [Електронний ресурс] / К. М. Havrylenko, О. Yu Chugai // Research Bulletin Series Philological Sciences. – 2024. – № 208. – С. 99–104. – Режим

доступу: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-208-13> (дата
звернення: 20.06.2024).

19. Hirai T. Thinking of online communities after popularization of the Internet use: from the perspective of urbanization / T. Hirai // Keio media and communications research. – 2017. – № 67. – С. 37–49.

20. Karpinska M. Emoticons: Digital Lingua Franca or a Culture-Specific Product Leading to Misunderstandings? / Marzena Karpinska, Paula Kurzawska, Katarzyna Rozanska // Emoticons, Kaomoji, and Emoji. – 2019.

21. Kavanagh B. A Contrastive Analysis of American and Japanese Online Communication: A Study of UMC Function and Usage in Popular Personal Weblogs / Barry Kavanagh. – Japan : Tohoku University, 2012.

22. Meaning of “OSHI(推し)” [Электронный ресурс] // Kei in Slang. – Режим доступа: https://latelyjapanese.com/slang/20200914/meaning-of-oshi_推し/ (дата звернення: 11.06.2024).

23. Miller L. Bad Girl Photography / Laura Miller. – New York : Palgrave Macmillan, 2005.

24. Miller L. Subversive script and novel graphs in Japanese girls' culture / Laura Miller // Language & Communication. – 2011. – Т. 31, № 1. – С. 16–26.

25. Nobuyuki H. English in Japanese society: Language within language / Honna Nobuyuki // Journal of Multilingual and Multicultural Development. – 2010. – С. 45–62.

26. Okada T. Youth Culture and the Shaping of Japanese Mobile Media: Personalization and the Keitai Internet as Multimedia / Tomoyuki Okada. – 2010. – 5 трав.

27. Urban Dictionary: lol [Электронный ресурс] // Urban Dictionary. – Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=lol> (дата звернення: 20.06.2024).

28. Veszelszki Á. Digilect: The Impact of Infocommunication Technology on Language / Ágnes Veszelszki. – Berlin : Walter de Gruyter, 2017.

29. アップとは？ 意味や使い方 - コトバンク [Електронний ресурс] // コトバンク. – Режим доступа: <https://kotobank.jp/word/アップ-670133> (дата звернення: 20.06.2024).
30. ギャル文字へた文字公式 BOOK: 元祖 渋谷系 : 実業之日本社, 2004. – 95 с.
31. 中村純子. 終助詞における男性語と女性語 [Електронний ресурс] / 中村純子 // 信州大学留学生センター紀要. – 2003. – № 1. – С. 1–11. – Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/148781589.pdf> (дата звернення: 18.06.2024).
32. 太田一郎. 言語意識から見た若者ことば使用の要因 [Електронний ресурс] / 太田一郎, 那生牧瀬 // 人文学科論集 : 鹿児島大学法文学部紀 88 要. – 2001. – № 54. – С. 63–87. – Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/144570984.pdf> (дата звернення: 18.06.2024).
33. 富田美咲. 広告表現における若者言葉の有効性 [Електронний ресурс] / 富田美咲. – 東京 : 駒澤大学, 2016. – 30 с. – Режим доступа: <https://www.komazawa-u.ac.jp/~knakano/NakanoSeminar/wpcontent/uploads/2018/08/%E5%AF%8C%E7%94%B0%E7%BE%8E%E5%92%B2%E3%80%8C%E5%BA%83%E5%91%8A%E8%A1%A8%E7%8F%BE%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E8%8B%A5%E8%80%85%E8%A8%80%E8%91%89%E3%81%AE%E6%9C%89%E5%8A%B9%E6%80%A7%E3%80%8D.pdf> (дата звернення: 03.04.2024).
34. 米川明彦. 現代若者ことば考 / 米川明彦. – 東京 : 丸善, 1996.
35. 米川明彦. 若者語を科学する / 米川明彦. – 東京 : 明治書院, 1998.
36. 米川明彦. 集団語の研究 / 米川明彦. – 東京 : 東京堂出版, 2009.
37. 若者言葉は問題なのか. – 東京 : 早稲田大学日本語研究教育センター, 2005.
38. 菊池つばさ. 浸透する若者言葉の特徴についての考察 : 由来となった単語との比較から [Електронний ресурс] / 菊池つばさ // 岩手大学、語文学会.

– 2012. – № 17. – С. 40–43. – Режим
доступу: <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050282677655084544> (дата
18.06.2024). звернення:

39. 鎌水兼貴. 全国若者語調査 [Электронный ресурс] / 鎌水兼貴 // 結果
概観、専修国文. – 2012. – № 94. – С. 93–117. – Режим
доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/71792993.pdf> (дата
18.06.2024). звернення:

40. 香蘭鄭. 若者語におけるル言葉について：アンケート調査の分析
[Электронный ресурс] / 香蘭鄭 // 山口国文. – 2007. – № 30. – С. 105–118. – Режим
доступу: <https://ci.nii.ac.jp/naid/110006427414> (дата звернення: 18.06.2024).