

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗВИТОК ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ МОВИ

У статті проведений аналіз впливу чинників технологізації та глобалізації на формування японської мови на базі досліджень зразків тексту, насиченого новоутвореннями словникового складу. Виокремлено особливості формування новітнього словникового складу мови, окреслено загальні перспективи можливостей його подальшого розвитку.

Ключові слова: технологізація, глобалізація, японська, Японія, словниковий склад, субфактор, новітні технології, словотвір

В статье представлен анализ влияния факторов технологизации и глобализации на формирование японского языка, разработанный на базе исследований примеров текста данного направления, в активный словарь которого входит лексика данной области. Выделены особенности формирования новейшего словарного запаса японского языка, обозначены основные перспективы его дальнейшего развития.

Ключевые слова: технологизация, глобализация, японский, Япония, словарный состав, субфактор, новейшие технологии, словообразование

The article presents analysis of the technologization and globalization influence on the Japanese language formation. The analysis was conducted on the base of technologically oriented text materials. The peculiarities of newly formed vocabulary of the Japanese language, the perspectives of its progress were suggested.

Key words: technologization, globalization, Japanese, Japan, vocabulary, subfactors, new technologies, word formation

Життя та мова індивіда в сучасному світі визначається різноманітними чинниками: це історична, економічна і політична ситуація у конкретному регіоні, а також духовний рівень розвитку. У свою чергу, існують субфактори, які формують стабільність або нестабільність вищеназваних чинників [Алпатов, 2003, 1].

Простежуючи історію мови японського народу, не можна не помітити, що кожен новий поштовх у збагаченні як мовної, так і культурної палітри (а якщо бути точним, то спершу – розвитку саме культурної, що неодмінно викликало за собою розвиток мовної) був зумовлений дією зовнішніх *субфакторів*. Це правило спрацьовує у випадку будь-якої мови, адже цілком природно, що коли в історії народу з являється нове явище, йому необхідна назва. З іншого боку, якщо це явище протягом певного часу не набуває актуальності для певної держави і не посідає свою сходинку в історії її еволюції, його назва – новостворена та унікальна – приречена на забуття.

Якщо ми розглядаємо процес розвитку сучасної японської мови, необхідно звертати увагу на субфактори, що впливають на її формування. Так, саме формування, а

не розвиток, адже йтиметься про творення нової лексичної системи на теренах вже знаної класичної мови. Звісно, неможливо охопити весь спектр взаємовідношень та факторів, які так чи інакше впливають на мову, проте в наших силах виокремити та дослідити очевидний вплив найбільш актуального з них – глобалізації.

Глобалізаційні процеси – це, так би мовити, «вірус XXI століття», який охоплює один регіон за одним, створюючи стандартизовані кліше розвитку, писані закони еволюції суспільства, а разом з тим – суспільних процесів, а отже й мови. Інтернаціональна лексика – слова, які виражають поняття міжнародного значення та існують у багатьох мовах світу (споріднених і неспоріднених), зберігаючи близьке або спільне значення й фонетико-морфологічну будову. Це один із видів іншомовних слів, що входить у лексичний склад мови разом з новими поняттями. Основну частину інтернаціоналізмів становлять терміни з галузі науки, техніки, суспільно-політичного життя, мистецтва тощо. Значна частина інтернаціоналізмів — слова з грецької мови (автономія, театр), латинської (клас, рецепт), французької (ансамбль, комуна), німецької (гастроль, курорт), англійської (чемпіон, катер), з італійської, голландської та інших мов [Селіванова, 2006, 5]. Лексика багатьох мов світу збагачується на термінологію з російської мови (совет, спутник). Цікаво, що, розглядаючи глобалізацію з точки зору мовного розвитку, не можна не помітити, що в імунітеті кожного народу знайдеться ахіллесова п'ята, яку атакує цей вірус. Наприклад, в нашій країні, як і в багатьох інших, це чітко простежується у сфері масових комунікацій та у мові телебачення тощо. Взяти хоча б запозичення типу «консалтингове агентство», «асоціація», «гіперболізація» тощо. Зустрічаються також слова, які, здавалося б, намагаються «інтегрувати» в Європу за допомогою латинської озвучки: «евро», «міліціант» тощо де-не-де лунають з ефірів телебачення та радіочастот. Аналізуючи таку ситуацію, робимо висновки про популістичну та по-акторськи манірну політику місцевих засобів інформації, а звідси – і про певну необізнаність населення, що зумовлює існування таких процесів.

Проте, далеко не для кожної мови глобалізація стає сізифовим каменем у розвитку. Якщо розглядати японську мову, ми повинні в першу чергу звернути увагу на такий субфактор як надмірна *технологізованість* суспільства. Добре це чи погано, але наразі цей субфактор є вирішальним у формуванні будь-якої сфери життя японця. Без перебільшення стверджуємо: використання технічних термінів ні в якому разі не обмежується сферами, безпосередньо пов'язаними з комп'ютерною логістикою, адже система інформаційних технологій має розгалужену сітку впливів. Дане твердження впливає з самого визначення ІТ-технологій як сукупності методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, відображення і використання інформації в інтересах її користувачів, а рамки таких інтересів нічим не обмежені. Абсолютно зрозуміло, що процеси глобалізації в мовній сфері пов'язані з розповсюдженням англійської мови.

У будь-якій частині світу, що піддалася глобалізаційним процесам, чи то Європа, чи то Далекий Схід, процес створення термінологічної системи, спроможної до взаємозв'язку із навколишнім середовищем, безперервно відгукується ехом далекого Альбіону. Не будемо шукати причину в особливій чарівливості або ж милозвучності

англійської мови, яка все ж безумовно їй притаманна. Більше схилиємося до думки, що такий стан речей всіх задовольняє, адже це надає змогу встановлювати міжнародні зв'язки, не обтяжуючи власну мову штучними термінами та класифікаціями [8].

Проаналізувавши рекламний матеріал та інструкції щодо використання певних технічних приладів японського походження, ми встановили, що неологізми, пов'язані з технологічними інноваціями, мають певні особливості словотвору. Не можна сказати, що формування словникового складу сьогодні відходить від традиційних правил словотвору – навпаки, воно відбувається в рамках цих законів. Поповнення словникового складу сучасної японської мови відбувається у наступні способи:

- створення нової лексики;
- запозичення лексики з інших мов;
- зміна значень лексичних одиниць.

Розглянемо особливості цього явища в новітніх умовах творення на прикладі інтернет-реклами масажних крісел:

Airly Shape Smart (エアリーシェイプスマート) オススメの6つのポイント

1 新開発の左右ツインエアバッグを搭載し、背から太ももまで広範囲に引き締め効果か可能になりました。座っているだけの“ヒップエクササイズ”という新発想、美しいヒップラインと美脚をサポートします♪

2 合計15枚のエアバックを統合的に動作させる高度な制御技術で3次元動作を実現、骨盤まわりの筋肉を立体的に骨盤周りをグイグイ〜っと刺激、O脚やX脚でお悩みの方にもお勧めです。

3 ヒップのエクササイズ機能に加えウエストのストレッチ機能も搭載、ヒップまわりをトータルにエクササイズが楽しめます。毎日手軽に続けることができる骨盤ケアエクササイズが目指せるマシンなのです。

4 背もたれは7段階のリクライニング機構付き、オシャレなデザインだからお部屋のソファにも最適、お好みの姿勢でリラクステアとしてもご利用いただけます。

5 理想的なヒップラインの為に4つの自動プログラムコース（15分タイマー内臓）だから、操作は簡単です。また自分好みの強弱3段階調節機能ボタンでお好みに合わせることができます。

6 一日30分、疲れて帰った日でもTVを見ながら、ティータイムと同時に座っているだけのヒップエクササイズが手軽で簡単に骨盤ケアが続けられる美尻美脚の秘密兵器としてご活用下さい。[6]

І на прикладі мови ІТ-технологій, ми відслідковуємо схожі процеси.

1. Однозначні неологізми, котрі не мають аналогу в мові реципієнта. Часто використовуються задля уніфікації значення певних понять в стандарти загальнозрозумілі будь-якій людині: Інтернет, смартна, Веб. Неологізми також використовуються на позначення таких стандартів у виробництві, промисловості, бізнес-сфері, а отже – і у мові реклами, що є одним з головних носіїв інформації: Риклайнинг (відкидне сидіння);

2. Такі запозичення, що набувають нового або нових значень, виникаючи як номінальне значення того чи іншого новоствореного всередині країни поняття . Таким, наприклад, може стати продукт будь-якої (побутової: косметична, канцелярська

тощо; комп'ютерної: новостворений інтерфейсний інструментарій; інформаційно-соціальної: на позначення нового соціального явища та ін.) сфери життя японця, адже, згідно з вищезгаданою тезою, інформаційно-технологічний прогрес став своєрідною опорою для розвитку кожної з них. З наведеного уривку таким прикладом стає назва продукту, що рекламується: エアリーシェイプスマート – від англ. «Airly Shape Smart» – поняття, створене в Японії за допомогою англійської мови.

Можливо, було б не зовсім доцільно відносити до даної групи слова, які набули свого другого лексичного значення, знаходячись у «комфортних» умовах своєї рідної мови: ページ («сторінка книги» та «сторінка в інтернеті»), スマート («гарний» та «смартфон») тощо;

- власне японські слова, які зазнали переосмислення: 歴史 («історія» – в інтернет-браузері);

- новоутворення, що можуть поєднувати в собі як ієрогліфічні корені, так і англійські основи: 最新シリーズ («новітня серія»).

З одного боку, тенденція до використання катакани у мові реклами є своєрідним зверненням до споживачької спільноти, межі котрої давно вже вийшли за кордони японської держави. З іншого, на таке активне використання подібних засобів мови впливає власне мова, що використовується під час розробки та виготовлення даних засобів.

Що ж до науковців, то їх погляди на такі процеси, які наразі охопили японську мову, поділяються на дві опозиційні групи: поборників і реакціоністів. Останні вважають, що вищезгадані процеси надмірно спрощують мову та призводять до малограмотності населення. І, справді, порівняно з попередніми роками, середньостатистичний японець набагато рідше змушений звертатися за допомогою до пензля та словника, і все більше використовує текстовий редактор «Word», в якому автоматично пропонуються варіанти ієрогліфічного написання слова. На протипагу цьому, за дослідженнями газети Санкей Шімбун, у 2008 році середній японський школяр прочитував близько 4 книг кожного місяця (хоча і не вказано, наскільки ця література «вишукана»). А згідно з даними Йоміурі Шімбун, кількість людей, які читають більшу ніж 1 книгу на місяць за один рік зросла з 48% до 54%. До того ж, японці стали більше писати. Загальна тенденція надсилати електронні повідомлення викладачам (та й одне одному) змушує студентів писати набагато більше ніж, скажімо, 20 років тому. Ці факти вказують на просту істину – сучасні інформаційні технології в жодному разі не зашкоджують, а навпаки – спрощують проблему освіти та самоосвіти. Критики можуть зауважити, що лаконічність, котрої вимагає медіа-посередник, може позбавити повідомлення притаманного лише японській мові урочисто-ввічливого забарвлення, і це буде правдою. Значно зросла за останні роки популярність такого жанру як кейтай-шьосецу («телефонна новела»), де мова немовби «обрізана» діагонально екрана мобільного телефону, з якого їх читають. Попри це, такий відомий письменник, як Нацуо Кіріно, не висловлює занепокоєнь долею класичної літератури, стверджуючи, що є люди, які ще не втратили смак до більш складних сюжетів і характерів [7].

Таким чином, субфактор технологізованості японського суспільства має очевидні позитивні сторони, проте консерватори вважають, що це явище справляє також згубний вплив.

Загальний висновок, ми вважаємо, якнайкраще можна висловити такою думкою відомого письменника Харукі Муракумі: «Моя власна думка щодо японської (та хоч би якої мови) така: якщо вона хоче змінюватися, нехай змінюється. Будь-яка мова є живим створінням, подібно до мене, чи до вас. І як живе створіння вона повинна змінюватися. І ніщо не стане їй на заваді. Не існує такого поняття як спрощення. Будь-що може змінюватися лише на краще, або на гірше – але, зауважте, ніхто не здатен сказати на що саме» [7].

1. Алпатов В.М. Японія: мова та культура/ Алпатов В.М.— М.: Наука, 1988. 2-е вид. М.: Муравей, 2003. – 116 с. - (Першотвір); 2. Алпатов В.М. О соотношении исконных и заимствованных элементов в системе японского языка /Алпатов В.М.— // Вопросы языкознания. 1976, № 6. – с. 12-20; 3. *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Словарь русского языка. – 27-е изд. – М.: Азбуковник, 1997. - 1175, [1] с.; 4. Большой японско-русский словарь / Под ред. Н.И. Конрада. Т. 1–2. М.: Советская энциклопедия, 1970. - 1219 с.; 5. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / Олена Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – С. 188; 6. <http://www.wwo.jp/airly%20shape-fn008.htm>; 7. <http://www.nytimes.com/2009/11/08/books/review/EParker-t.html>; 8. <http://www.hydrmag.com/2010/04/17/globish-technology-and-the-plight-of-the-japanese-language-part-two/>

К. Головка,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

ПЕРЕКЛАДНА ЛЕКСИКОГРАФІЯ У ЯПОНІЇ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Стаття присвячена дослідженню історії становлення перекладної лексикографії у Японії та короткому огляду сучасної ситуації з двомовними словниками у межах трьох мов: японської, російської та української.

Ключові слова: історія, лексикографія, двомовний словник, реєстр, лексика

Статья посвящена исследованию истории становления переводной лексикографии в Японии и короткому обзору современной ситуации с двуязычными словарями в пределах трёх языков: японского, русского и украинского.

Ключевые слова: история, лексикография, двуязычный словарь, реестр, лексика