

ОСОБЛИВОСТІ МОВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ЯПОНСЬКА МОВА

Статтю присвячено дослідженню вживання японської мови у соціальних мережах. Основну увагу приділено стилістичному оформленню, вираженню почуттів завдяки використанню інтернет-сленгу, тайпрайто, тороавасе, різноманітних символів, шрифтів та смайликів. У роботі порівнюються всі мовні рівні у мові соціальних мереж та нормативній японській, наголошується на відмінних рисах у них.

Ключові слова: соціальні мережі, сленг, тороавасе, смайлики, спілкування.

Зважаючи на розвиток інформаційних технологій, комп'ютери та Інтернет стають одними з основних засобів спілкування та джерелами отримання інформації. Існує безліч сайтів, деякі є інформативними, деякі розважальними, а є створені для спілкування з іншими людьми. Соціальні мережі належать до двох останніх категорій. Майже всі користувачі соціальних мереж – особи віком до 40 років.

Записи у соціальних мережах називаються повідомленнями, коли вони адресуються одній людині, або постами, якщо вони розміщуються на так званих «стінах». У більшості випадків ці повідомлення несуть експресивний характер. Висловлення почуттів виражається різними засобами, як лексичними, граматичними, так і за допомогою різного роду символів. При аналізі різних соціальних мереж, як суто японських (Ameba, Hiragana Times, Mixi), так і всесвітньовідомих (Twitter, Facebook, YouTube) було виявлено низку відхилень від мовної норми, причому вони спостерігалися на всіх рівнях мови. Приклади, проілюстровані у цій статті, взято з повідомлень різних людей у зазначених вище соціальних мережах.

На **морфемно-фонетичному рівні** відбуваються подовження голосних та приголосних. Можливо, ця традиція перейнята з європейських мов, коли для виділення слова або надання йому підвищеної емоційності подовжують певну букву. «Як доооообре!» Для подовження голосних часто залучають малі літери, як хірагани, так і катакани: わかりましたああ! すごいねえ wakarimasitaaa! Sugoi nee *Зрозумілоо! Круто, еге ж?* Або просто подовження певного складу чи літери: ぎゃ〜、うれし〜い〜い〜い〜い!! gya〜、ureshiiii!!! dou shimasho?! Bay〜 Я дуууууже цасливаааааа!!

Також для подовження використовують тильду (~, 波形 namigata). У діловій та науково-технічній літературі нею позначають інтервал, у такому разі читають як ... *naishi...* чи ...*kara ...made*. Або (ー), якою подовжують катакану: おはよー Ohayou *Доброго ранку*.

Для подовження приголосної, як і в нормативній японській мові, додають つ, проте у ті слова, де це зовсім непотрібно, або ж по кілька разів повторюють один склад: はっじめまして! hajjimemasite *Радий знайомству!* [Nishimura 2003, 34]; ちちょっと買い物をしてふたりでフードコートでお昼ご飯を急いで食べたんだけどね Chichotto kaimono wo shite futari de fuudo kouto de ohiru gohan wo isoi de tabe tanda kedo. *Ми недовго походили по магазинах, купили пальто з капюшоном та швидко перекусили.*

На **лексичному рівні** відбувається пришвидшене запозичення іншомовних слів, в основному з англійської мови, використання молодіжного та інтернет-сленгу. Сучасна японська молодь в основному зорієнтована на західний світ, тому модним вважається вживання запозичених слів, так званих гайрайго, які записуються алфавітом катакана. Кількість американізмів в сучасній японській мові доволі велика. З 2005 року почали публікувати дані дослідження Державного інституту японської мови з масового дослідження мови японських журналів різних жанрів, які вийшли у 1994 р. Серед усіх 693.173 слововживань виявилось 85.710 гайрайго, тобто близько 12,4%, а в переліку 45.385 різних слів, зафіксованих хоча б раз в текстах, кількість гайрайго становила 15.779, тобто приблизно 34,8% – понад третину. У сучасних повідомленнях та записах на «стінах» сайту їх кількість коливається від 10% до 65%. Неабияку роль відіграє сам відправник, або тематика, яка обговорюється. Тобто є і такі повідомлення, де майже все записується катаканою [Гайрайго в современной Японии 2011].

Причиною такої кількості використання запозиченої лексики є або відсутність певного слова в японській (у випадку з IT технологіями), або заміна наявного іншомовним (スイーツ *suitsu смачненьке, солодоці*; リアル *riaru – справжній, реальний, правдивий*). Остання може теж базуватися на наданні мовленню експресивності, «крутості» чи використанні «свого, рідного» слова, але в записі катаканою (ワロス *в і д わらう + する сміятися*) [Internet slang in Japan 2010].

Абревіатури теж часто з'являються в інтернет-спілкуванні. Загалом абревіатури поділяють на: а) які записуються японськими літерами чи кандзі; б) які записуються англійськими літерами; в) мішаний тип написання (англ.+яп.).

Прикладами акронімії японських слів ромадзі (лат.букви) є такі вислови: JK – joushikiteki ні kangaeru *розумне мислення здоровий глузд*; kwsk – 詳しく *kuwashiku детальніше*; otsu – おつかれさま *otsukaresama дякую за старання*.

Абревіатури першого типу: ガチ *gachi чесна гра, чесно* (від ガチンコ *gachinko*); 毒男 *dokuo одинок* (від 独身男性 *dokushin dansei*) [Fargo 2007].

Третій тип вживається досить рідко і стосується інтернет-сленгу: う p, upru *завантажити*, від англ. upload; う p 主, upru *nushi людина, яка завантажила відео*; おk OK; こ y こわい, *kowai страшний*; ひ y (卑猥) *hiwai огидний, непристойний* [Internet slang in Japan 2010].

Для японських соціальних мереж характерне і вживання *інтернет-сленгу*: ググる або ぐる *guguru гуглити, шукати щось в Інтернеті*; カッケー *Kakkee крутий, гарний*; カワユス *kawayusu милий* (від かわいい *kawaii* → かわゆい *kawayui* → かわゆいつす *kawayuissu* → かわゆす *kawayusu*); 厨房 *chuubou людина, що поводить себе, як мала дитина* [Akihiko 2001]; ちょ *www cho www хахаха* (www означає сміх через свою візуальну подібність до ハハ [Yonekawa 2001]).

На **синтаксичному рівні** у більшості повідомлень відсутні граматичні частки, структура речень є надзвичайно спрощеною, інколи змінюється порядок слів, натомість виявлено надмірне вживання кінцевих часток. Окрім цього у інтернет-мережах для підсилення можуть по кілька разів повторювати знаки пунктуації: крапки, коми, знаки оклику, питання.

Як **візуальні засоби** оформлення повідомлення і вираження емоцій вживають так звані «смайлики». Перший смайлик (від англ. «smile» – «усмішка») був вигаданий в Аме-

риці у 1982 та використовувався у більшості випадків для переписуванні в чатах та в мобільних телефонах [Amaghibeli 2012, 351]. Японці вживають «смайлики» в електронному листуванні значно частіше за європейців і американців. Саме вони адаптували стандартні смайлики до своєї системи символів.

Для відображення емоцій або ставлення людини до певного явища вживаються смайлики, розташовані в кінці речення; вони записуються ієрогліфом, що відображає емоцію, зазвичай у дужках: (涙) namida сльози, плачу, (謎) nazo спантеличений, (照) tere збентежений, (惚) hoto зацікавлений, (恥) haji зніяковілий, (爆) baku злий, (汗) ase стараюся, (死) shi смерть, змучений, (笑) warau сміюся [Nishimura 2003, 56].

Окрім звичних смайликів у Японії молодь використовує так звані *каомоджі* (顔文字). Назва походить від као (顔 *обличчя*) + можі (文字 *символ*). Деякі науковці вважають більшість японців візуалістами: картинки та ідеограми є значно ближчими для їх розуміння, можливо, тому саме в Японії смайлики набули такої популярності [Хотулев 2012].

На думку японців, очі є дзеркалом душі людини. Тому, якщо в західних смайликах найбільша увага приділяється ротіві, в японських – саме очам. Очі можуть бути намальовані зірочками, крапочками, кружечками, хрестиками, літерами і т.д., причому різного розміру залежно від сили емоції. Ніс, як правило, відсутній, рот зображується лінією внизу, а її довжина виражає те, що в західних смайликах передається через кількість намальованих ротів (дужок). Круглі дужки в каомоджі позначають контур обличчя, але можуть бути замінені фігурними дужками. В Інтернеті можна зустріти цифру близько 10000 смайликів, але насправді їх набагато більше.

За об'єктами, які каомоджі зображають, їх можна поділити на такі групи: а) ті, які відображають вирази обличчя, емоції; б) тварини, рослини, предмети; в) процеси, дії; г) зовнішність [Хотулев 2012].

Нейтральні: байдужість \ (^ ^) /, розгубленість \ (_ ω _) /, сумнів (_ _ _), здивування w (° °) w.

Позитивні: радість (^ ∇ ^) ☆, кохання (_ ε _ @), збентеження (* / ω \), співчуття (o • _ •) / ” (/ _ < .) .

Негативні: невдоволення (∩ _ ∩), злість \ (` ^ ^ ^) / .

Процеси та дії є різноманітними: сон (- . -) . zzz, підморгування (^ _ -), привітання \ (^ ∇ ^), вибачення m (_ _) m, листування _ φ (. .), пошук чогось (δ _ δ).

Тварини, предмети теж досить часто з'являються у повідомленнях: кіт (= ^ . x . ^ =); ведмідь (* _ (x) _ *) [現在顔文字 2006].

Японська мова цікава тим, що за її допомогою можна «читати» зовсім несподівані речі, наприклад, номери. Для цього треба знати хірагану і катакану, ієрогліфи. *Гороавасе* (語呂合わせ) є однією з форм японської гри слів, у якій звучання числа використовуються для запам'ятовування чи скорочення на письмі певних слів та висловів [Dybala 2010, 346].

Читатися числа можуть за трьома читаннями: кун, он та англійським [Goroawase 2011].

У соціальних мережах часто використовують такі гороавасе:

4679 – よろしく yoroshiku *приємно познайомитися*; **2828** – ニヤニヤ niya niya *гиготими*; **2525** – ニコニコ niko niko *усмішка*; **3923** – san kyu ni san *дякую, старший брате*; **724106** – 何してる nanishiteru *що ти робиш?* [Goroawase 2011].

Таблиця різних читань гороваесе

| № | Кун | Он | Англ. |
|----|-------------------------------|-------------------------|----------------------|
| 0 | maru, ma →まる, ま | rei, re →れい, れ | o, zero, ze→オ, ゼロ, ゼ |
| 1 | hitotsu, hito, hi →ひとつ, ひと, ひ | ichi, i →いち, い | wan→ワン |
| 2 | futatsu, fu, futa →ふたつ, ふた | ni →に | tsū, tū→ツー, トウー |
| 3 | mitsu, mi →みつ, み | san, sa →さん, さ | surī→スリー |
| 4 | yon, yo, yotsu →よん, よ, よつ | shi →し | fō→フォー |
| 5 | itsutsu, itsu →いすつ, いつ | go, ko →ご, こ | faibu, faivu→ファイブ |
| 6 | mutsu, mu →むつ, むつ, な | roku, ro →ろく, ろ | shikkusu→シックス |
| 7 | nana, nanatsu, na →なな, なつ, な | shichi →しち | sebun, sevun→セブン |
| 8 | yatsu, ya →やつ, や | hachi, ha, ba →はち, は, ば | eito→エイト |
| 9 | kokonotsu, ko →ここのつ, こ | kyu, ku →きゅう, く | nain→ナイン |
| 10 | tō →とお | ju, ji →じゅう, じ | ten→テン |

Отже, середовище неабияк впливає на мову, змінюючи всі її рівні і пристосовуючи до своїх потреб. Під час цього процесу відбуваються різноманітні зміни. Причинами створення специфічної мови соціальних мереж є: економія часу, місця та зусиль; підкреслення приналежності до певної соціальної групи; намагання надати висловлюванню емоційності; уникання згрублених слів за рахунок скорочень чи використань так званих смайликів, або навпаки, завелике використання образливої лексики; приховування інформації від інших, що не належать до групи (у більшості випадків від дорослих, адже більшість користувачів – молодь).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гайрайго в современной Японии // Япония, язык и культура. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.culttoday.ru/cultstoriys-194-6.html>;
2. Хотулев Владимир. Каомоџи. Японские смайлики / В.Хотулев. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://kaomoji.ru/>;
3. Akihiko Yonekawa. Beyond Polite Japanese: A Dictionary of Japanese Slang and Colloquialisms / Akihiko Yonekawa. – Kodansha International, 2001 – 173 p.;
4. Amaghlobeli N. Linguistic Features of Topographic Emoticons in SMS Discourse / Natia Amaghlobeli // Theory and Practice in Language studies. – 2012. – Vol.2, №2. – pp. 348-354;
5. Dybala P. Punda Numbers: Proposal of Goroawase Generating System for Japanese / Pawel Dybala, Michal Ptaszynski, Rafal Rzepka, Kenji Araki // 言語処理学会 – 2010. – №16. – pp. 345-348;
6. Fargo M. Dirty Japanese / Matt Fargo. – Ulysses Press, 2007. – 151 p.;
7. Nishimura Yukiko. Linguistic Innovations and Interactional Features of Casual Online Communication in Japanese / Yu. Nishimura // Journal of Computer-Mediated Communication. – № 9 (1) November, 2003. – p.23-59;

8. Goroawase: Japanese Numbers Wordplay (i.e. How To Remember Japanese Telephone Numbers) / Tofugu: Site for Learning Japanese. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.tofugu.com/2011/08/30/goroawase-japanese-numbers-wordplay/>;

9. Internet slang in Japan // What Japan thinks. – 2010. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <http://whatjapanthinks.com/2010/11/28/internet-slang-in-japan/>;

10. 現在顔文字総数8538個を紹介しています / 顔文字について – No. 29. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.facemark.jp/facemark.htm>

А. Чернова,

Национальный университет «Львовская политехника»

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ЯПОНСКИЙ ЯЗЫК

Статья посвящена изучению использования японского языка в социальных сетях. Основное внимание уделяется стилистическому оформлению, выражению чувств, благодаря употреблению интернет-сленга, гайрайго, гороавасэ, различных символов, шрифтов и смайликов. В работе сравниваются языковые уровни между нормативным японским и языком социальных сетей, а также акцентируются отличительные черты в них.

Ключевые слова: социальные сети, сленг, гороавасэ, смайлики, общение.

О. Chernova,

National University «Lviv Polytechnic»

THE RESEARCH OF USING JAPANESE IN SOCIAL NETWORKING SERVICES

This article is devoted to the research of using Japanese in social networking services. Attention is focused on stylistic devices, emotion expressions by means of Internet-slang, gairaigo, goroawase, different kinds of symbols, fonts and smiles. In the paper all language levels are contrasted between the social networking services language and standard Japanese; special attention is paid to their defining features.

Keywords: social networking services, slang, goroawase, smiles, communication.