

УДК 811.521'373

## ЕКСПАНСІЯ ЗАПОЗИЧЕНИХ СЛІВ У СУЧАСНІЙ МОВІ ЯК СПОСІБ АРХАЇЗАЦІЇ

**Ірина Рябоволенко**

*Гуманітарний інститут  
Київського університету імені Бориса Грінченка,  
кафедра романо-германських і східних мов,  
вул. Тимошенка 13-Б, Київ, Україна,  
тел. (044) 426 46 39, e-mail: jitensha@mail.ru*

Розглянуто основні тенденції, процеси та чинники експансії запозичених слів у сучасній японській мові. Виділено способи архаїзації гайрайго.

*Ключові слова:* неологізми, гайрайго, англомовні okazionalizmi.

Процеси глобалізації мають стосунок не лише до економіки, політики, телебачення тощо, але й до мовних процесів, і несуть у собі чималу кількість неоднозначних лінгвістичних змін, на думку багатьох експертів, у переважній більшості негативних. Ми розглядаємо процеси інтеграції іноземних лексем, що не лише витісняють японські слова, а часом і поняття, які довгий час вважалися винятково японськими. У статті розглянуто утворення нових слів (неологізмів), різноманітні способи словотвору, які заслуговують на увагу дослідників завдяки стрімкій експансії запозичень у сучасній японській мові.

Процеси, які спонукають вживати японців іноземні слова, зокрема англійські, не знаючи подекуди власне англійської мови й основних сфер функціонування цієї лексики, широко дослідили В. Алпатов, Л. Арешидзе, Л. Лавди, Масао Ямамото, Кейко Танака, Хільдою Вонг (Hilda Wong) і т. д. Ми зосередимося не на причинах цих явищ, а на їх результатах, тобто на лексиці.

У процесі дослідження ми виявили декілька способів архаїзації слів-гайрайго:

1) власне неологізми – нові поняття, які позначені запозиченими словами і функціонують у вузькій сфері. Це, як правило, комп'ютерна (ネットワーク, アカウント, ペアレンタル・コントロール, スピーチ, デイスクレイ), медична лексика (アスピリン, アナフィラキシ・ショック) тощо;

2) графічні неологізми – лексеми складаються з частин, які записують з допомогою різних азбук або різними мовами: コーヒーん, マイーspace, マイー東京 тощо;

3) семантична архаїзація шляхом заміни одного з понять японського слова на 外来語 часто з когнітивним відтінком: ワイフ – “дружина” японці вживають переважно в інтерв’ю, коли йдеться про дружину, яка, наприклад, подорожує без чоловіка; グラマー – grammar, коли говоримо не про граматику японської мови (文法), а про іноземну. Часто зустрічаємо такі написи на обкладинках книг, які опубліковано в Японії, наприклад, English・グラマー тощо.

4) англломовні okazionalizmi. У нашому дослідженні ми пропонуємо дещо розширити поняття “okazionalne slovo”, яке у своїх роботах описують О. Земська, В. Лопатін та інші, що передбачало лише авторську належність. Вивчивши праці вищезгаданих науковців й дисертаційне дослідження А. Дьякова на матеріалі російської та англійської мов, ми дійшли висновку, що, не відкидаючи усі ознаки okazionalne slova, які запропонував О. Ликов, ці новоутворення можна вважати авторськими лише відносно, оскільки для японської мови – це okazionalizmi, а для англійської – узуальне поняття, оскільки не треба плутати поняття власне okazionalizmu та anglizizmu. В енциклопедії “Російська мова”: запозичення – перехід елементів однієї мови в іншу як результат взаємодії мов; запозиченнями також називають самі елементи (слова, морфеми, синтаксичні конструкції) перенесені з однієї мови в іншу. У широкому значенні запозиченнями можна назвати усі слова, які прийшли в мову-реципієнт (термін А. Дьякова) з іншої мови, тобто термін “запозичення” рівнозначний терміну “іншомовне слово”. Такої ж думки щодо терміна “запозичення” дотримуються й Д. Розенталь, М. Теленкова. Позиція дослідника Л. Крисіна щодо дефініції цього терміна збігається з Е. Хаугеном, який виділяє три типи іншомовних слів: слова без морфологічної субстанції, з частковою субстанцією й повною морфологічною субстанцією (кальки).

Щодо поняття “англїцизм”, то воно трактується в науковій літературі також неоднозначно. Наприклад, В. Арістова зазначила, що “англїцизм – поняття лінгвістичне, тому основними слід вважати мову, а не національну чи етнічну належність того чи іншого мовного ареалу”. На цій підставі до групи англїцизмів зараховуємо слова з різних варіантів англійської мови: американської, австралійської, індійської тощо. Причому часто етимологічне джерело цих слів може бути латинським, наприклад, слово *супер*. Зважаючи на все вищезазначене, структуровані англїцизми (Japanized English, Japanlish, Engurish, Wasei Eigo (“English made in Japan”)), на нашу думку, доцільно розглядати у межах пасивізованої лексики як неологізми.

Оскільки 外来語 – це слова, які позначають конкретні значення, тому їх переважна більшість – це іменники, які номінували нові поняття, головню, у сфері послуг та високих технологій, то сьогодні, зважаючи на тотальну глобалізацію, стрімкі асимілятивні процеси, сфери функціонування 外来語 зростає.

Зі зростанням розширення сфер функціонування *гайрайго* власне японські слова поступово переходять у розряд пасивізованої лексики. Така заміна – один із різновидів пасивізації, яка маловивчена, проте вкрай актуальна, оскільки за незначний проміжок часу слова, що подані у переважній більшості добре зна-

них підручників (*みんなの日本語*, *文化中級日本語* і т. д.), вже є пасивізованими. Наприклад, молоко називають не 牛乳 (*きゅうにゅう*), а *ミルク*, універмаг вже не 百貨店 (*ひゃっかじてん*) і т. д.

Якщо раніше 外来語 протиставлялися 和語 “західний – східний стиль”, то тепер такий розподіл досить умовний, оскільки слова 外来語 номінують де-що, “що стало суто японським”. Наприклад, лексема *ライス* означає не лише “рис, зварений по-європейськи”, а гарнір у будь-якому вигляді на противагу лексемам *ごはん* (гобан) і *飯* (*めし*), які, як і раніше, означають “рис, зварений по-японськи”.

Екстралінгвістичні чинники відіграють значну роль у процесі експансії запозиченої лексики й архаїзації власне японської лексики 和語. Згідно з дослідженнями В. Алпатова, Японія достатньо трепетно ставиться до усього, що пов'язано зі “старим світом”, а особливо стосовно США. Якщо говорити про цей феномен з погляду лінгвістики, то велика кількість рекламних слоганів записано англійською, часто з помилками, але власне японські слова записано катаканною або латиницею. На думку В. Алпатова, який наводить вже хрестоматійний, приклад реклами японського мотоцикла “Віраго” на святі національного танцю, де в тексті не лише декілька разів вжито слово “американський”, а й саму рекламу продубльовано катаканною. Це відбувається не стільки з метою протиставлення японського товару американському, що не характерне для японців, а з метою продемонструвати лише відмінність японського від американського. Про культурний і мовний комплекс, який призводить до загрожуючих масштабів експансії західної лексики у сучасній японській мові, доволі багато говорилося на шпальтах японських газет в кінці 80-х на початку 90-х років, коли в США обговорювали перспективи можливої перемоги над Японією у перегонах товарів на світових ринках. Саме з тих часів, на переконання багатьох лінгвістів, розпочалася експансія західної лексики у японській мові, що призводить до великої кількості пасивізованої лексики [1, с. 91].

Отже, проведене дослідження на матеріалі основних підручників з японської мови українських студентів *みんなの日本語*, *文化中級日本語* та популярних Інтернет-джерел ([www.info-japan.ru](http://www.info-japan.ru), [www.garshin.ru](http://www.garshin.ru), [www.liveinternet.ru](http://www.liveinternet.ru), [www.polusharie.com](http://www.polusharie.com)) з метою з'ясування основних тенденцій в експансії запозичених слів у сучасній японській мові. Ми з'ясували, що екстралінгвістичні чинники, які найбільше впливають на інтегративні процеси іншомовних слів у японській мові, призвели до зникнення не лише до повної чи часткової архаїзації власне японських слів, а й до зникнення винятково японських понять. У дослідженні виявлено декілька основних способів архаїзації слів іншомовного походження (外来語 гайрайго), поміж яких, на нашу думку, глибокого дослідження семантичної архаїзації, оскільки залежно від сфери функціонування лексеми змінюється її когнітивне сприйняття мовцем. Також ми пропонуємо розширити лінгвістичне поняття okazionalizm, зокрема це стосується англійських okazionalizmів, тому що ці новоутворення для японської мови – okazionalizmi, а

для англійської – узуальне поняття, оскільки не треба плутати поняття власне оказіоналізму та англіцизму. Вважаємо, що ґрунтовнішого дослідження потребує проблема диференціації цих понять, зважаючи на полярні думки лінгвістів, які були згадані вище.

*Стаття: надійшла до редакції 16.12.2013  
доопрацьована 20.02.2014  
прийнята до друку 23.04.2014*

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Алпатов В. М.* Многоязычие в Японии / В. М. Алпатов. – М. : Муравей, 2001. – 240 с.

### EXPANSION OF THE LOAN WORDS IN MODERN LANGUAGE AS A WAY OF ARCHAIZATION

**Iryna Ryabovolenko**

*Humanitarian Institute of Borys Hrinchenko University in Kyiv,  
Department of Roman-German and Oriental Languages,  
13-B, Tymoshenko Str., Kyiv, Ukraine,  
tel. (044) 426 46 39, e-mail: jitensha@mail.ru*

Considered the main trends of processes and factors expansion of the loan words in modern Japanese. Highlight ways of the gayraygo archaism.

*Key words:* neologisms, gayraygo, occasional English.

### ЭКСПАНСИЯ ЗАИМСТВОВАННЫХ СЛОВ В СОВРЕМЕННОМ ЯЗЫКЕ КАК СПОСОБ АРХАИЗАЦИИ

**Ирина Рябоволенко**

*Гуманитарный институт  
Киевского университета имени Бориса Гринченко,  
кафедра романо-германских и восточных языков,  
ул. Тимошенко 13-Б, Киев, Украина,  
тел. (044) 426 46 39, e-mail: jitensha@mail.ru*

Рассмотрены основные тенденции, процессы и факторы экспансии заимствованных слов в современном японском языке. Выделены способы архаизации гайрайго.

*Ключевые слова:* неологизмы, гайрайго, англоязычные окказионализмы.