

Научная статья

DOI: 10.17748/2686–9969–2022–5-4-119-135

УДК 81 (082)

END EUUVDY

**О ДИСКУРСИВНЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ЗАПАДНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ
ЯПОНСКОМ ЯЗЫКЕ (новая редакция¹)**

Александр Сергеевич Дыбовский

почетный профессор Осацкого государственного университета;

Дальневосточный федеральный университет

Оамисирагато, Япония – Владивосток, Россия;

<https://orcid.org/0000-0001-6236-0886>

adybovsky@mail.ru

Аннотация. Используя методы дискурсивного анализа и результаты социологического опроса преподавателей и выпускников Осацкого государственного университета (Япония), мы рассматриваем особенности функционирования западных заимствований в политическом и деловом дискурсах, эстрадных песнях, а также в языке коммерческой рекламы. В статье показано, что массовое заимствование лексики английского и других западноевропейских языков, имеющее место в последние десятилетия, обусловливается активными процессами вестернизации японского общества и японского массового сознания.

Ключевые слова: дискурсивный анализ, западные заимствования, английский язык в текстах песен, западные заимствования в рекламе, заимствованные слова в политической риторике

Для цитирования: Дыбовский А.С. О дискурсивных особенностях использования западных заимствований в современном японском языке (новая редакция) // Педагогика: история, перспективы. 2022. Том. 5. № 4. С. 119-135.

DOI: 10.17748/2686–9969–2022–5-4-119-135

¹ Впервые опубликовано в неполном виде в связи с ограничениями печатного пространства в материалах научной конференции ДВФУ [4: с. 56-66] с многочисленными графическими деформациями текста, которые автор не имел возможности исправить. [First published in incomplete form due to the limitations of print space in the materials of the FEFU scientific conference [4: p. 56-66] with numerous graphic deformities of the text, which the author was not able to correct.]

Original article

ON THE DISCURSIVE FEATURES OF THE USE OF WESTERN BORROWINGS IN MODERN JAPANESE

Alexander S. Dybovsky

Professor Emeritus, Osaka University;
Far Eastern Federal University
Oamishirasato, Japan - Vladivostok, Russia
<https://orcid.org/0000-0001-6236-0886>
adybovsky@mail.ru

Abstract. Applying the methods of discursive analysis, along with the results of a sociological survey among Japanese speakers, we examine the peculiarities of operation of Western loanwords in political and business discourses, popular songs, as well as in the language of commercial advertising. The article shows that widespread loaning from English and other Western European languages that has been taking place over the last few decades is due to the intensive process of westernization of Japanese society and Japanese mass consciousness.

Keywords: discourse analysis, Western borrowings, English in lyrics, Westernisms in advertising, loanwords in political rhetoric

For citation: Dybovsky A.S. On the Discursive Features of the Use of Western Borrowings in Modern Japanese. Pedagogy: history, prospects. 2022. Volume5. No. 4. P. 119-135 (In Russ.).

DOI: 10.17748/2686-9969-2022-5-4-119-135

Введение. 11 июля 1889 года в день провозглашения конституции Великой японской империи в Токио был смертельно ранен выдающийся японский политик, дипломат и первый министр просвещения Японии Мори Аринори 森有禮 (1847-1889). По его мнению, залогом успеха модернизации Японии были призваны стать упрощение (прежде всего латинизация) японской письменности и приобщение японцев к английскому как важному международному языку [6]. А. Мори не удалось реализовать эти идеи. Тем не менее процесс освоения японским обществом западных заимствований в годы *Мэйдзи* активизировался. В конце XIX – начале XX веков японский язык пополнился несколькими тысячами западных заимствований, включая географические названия и имена собственные. Подобно более ранним заимствованиям из португальского и испанского языков эти слова постепенно входили в лексический состав японского языка преимущественно как средство обозначения некоторых новых для японской культуры предметов, географических названий, персон мировой истории. При этом основной массив новых политических, экономических, культурных и иных идей и понятий иудео-христианской цивилизации осваивался японцами в основ-

ном при помощи книжных слов, принесенных в Японию из Китая за многие столетия развития Японии под влиянием китайской цивилизации.

В годы Второй мировой войны использование западных заимствований в публичной сфере стало ограничиваться. Это проявилось, например, в том, что, в 1940-44 гг. сборник рекомендаций для дикторов NHK "Терминология радиовещания" 『放送用語備要』 санкционировал к переименованию 161 слово европейского происхождения, на том основании, что такие слова «трудны для восприятия на слух» [9: с. 16]. После Второй мировой войны ситуация принципиально изменилась. Переведённая с английского языка конституция и реорганизация на западный манер институтов государства породили новое отношение японцев к Западу и прежде всего к США.

Восстановление экономики и стремительная модернизация общественной жизни в первое послевоенное десятилетие реанимировали драйверы вестернизации японской культуры. Внешним проявлением процесса вестернизации японского общества стал быстрый рост лексических заимствований из американского варианта английского языка и других западноевропейских языков.

Количество слов, пришедших в японский язык из европейских языков, постоянно росло. К середине 1970-х годов оно составляло (исключая специальную терминологию) не менее 25 тыс. лексических единиц, к середине 1990-х годов – около 50 тыс. лексических единиц [1: с. 98]. А в вышедшем в 2008 году 6-ом издании популярного словаря «Кодзиэн» 『広辞苑』 количество слов, записываемых *катаканой* (в первую очередь это именно западные заимствования), составило уже около 240 тысяч [7].

Важным событием на пути вестернизации японского общественного сознания стало «переодевание в европейские одежды» многих японских промышленных и коммерческих брендов. Например, компания «Сони» первоначально называлась 東京通信工業株式会社, сокращенно – 東通工 (*Totsuko*). Для ведения транснационального бизнеса сначала использовалось английское название *Tokyo Telecommunications Engineering Corporation* → *Tokyo Teletec* → *Teletec*. Однако, поскольку в США уже существовала компания с таким названием, в 1958 году, наконец, было найдено имя SONY [13]. По этому пути пошли многие другие крупные корпорации: 豊田 → Toyota; 日産 → Nissan; 松田 → Mazda; 森永 → Morinaga и другие. Появившиеся в Японии в 1970-е гг. круглосуточные сетевые магазины предметов первой необходимости – LAWSON, 7-Eleven, Family Mart – имеют только англоязычные названия не только потому, что первые два из упомянутых выше пришли в Японию из США. Массовое использование западных заимствований в современной Японии обусловлено ценностными ориентациями и эстетическими пристрастиями японского социума. Эстетика вестернизации привела к тому, что иностранными словами стали называться и многие потребительские товары (см. об этом, например, [1, 2]).

Обращая внимание на высокую степень европеизации японского быта, американский культур-антрополог и исследователь Японии Х. Пассин (Herbert Passin 1916-2003) пишет, что во время работы в японском кабинете рядом с ним находится множество предметов, для обозначения которых используются западные заимствования: ТЭ:БУРУ «стол», ТАЙПУРАЙТА: «печатная машинка», БО:РУРЭН «шариковая ручка», СЯ:ПУПЕНСИРУ «механический карандаш»,

ГУРАСУ «стакан», ТИССЮПЭ:ПА: «бумажные салфетки», СОФА: «диван», КАРА:ТЭРЭБИ: «цветной телевизор», КА:ТЭН «штора», ТАБАКО «сигареты», РАЙТА «зажигалка» и т.д. [8: с. 175] Мы легко можем продолжить этот список, переместившись на кухню или в спальню современного японского дома, а также в японский магазин или ресторан; или же вспоминая марки японских автомобилей, названия журналов, сигарет, кондитерских изделий [2: с. 99], не говоря уже о магазинах косметики, спортивных клубах, компьютерной терминологии, ключевых словах бизнеса, торговли, финансов, науки и техники.

В наши дни в даже в словаре обиходного общения современных японцев активного возраста обычными стали такие заимствованные слова и выражения, как СУМАХО «смартфон», ПУРАЙБАСИ: «частная жизнь, приватность», МЭМБА: «член», СИНГУРУ МАДЗА: «одинокая мать», РАННА: «бегун», ДЗЁГИНГУ «бег трусцой», ПРОФЕССА: «профессор», ДЗИРЭММА «дилемма», ТАЙМИНГУ «тайминг», ФО:КАСУ «фокус», АЙТЭМУ «предмет, пункт», СУТАЙРИСТО «стилист», КО:ДИНЭ:ТА: «координатор», ДЭРИКАСИ: «деликатность» и т.д. Много англицизмов и в субкультурах, например, в молодежном сленге. Еще большее разнообразие заимствованных слов можно встретить в модных журналах и новейшей художественной литературе. У большинства западных лексических заимствований имеются синонимы из исконно японской или когда-то пришедшей из китайского языка лексики. В нашей статье речь пойдет о том, почему использование западных заимствований во многих ситуациях оказывается предпочтительным.

По мнению Х. Пассина, «в недалёком будущем японский язык полностью интернационализируется», впитывая лексику английского и «с его помощью – других языков Европы и Америки» [8: с. 3]. Ниже мы кратко остановимся на некоторых закономерностях использования западных заимствований в текстах японских популярных песен, коммерческой рекламы и торговых вывесок, а также в политической риторике и деловой коммуникации.

1. Западные заимствования в текстах популярных песен

Рассмотрение дискурсивных особенностей западных заимствований в японском языке начнем на материале популярной песни (流行歌), поскольку именно в ней ярко проявляются некоторые важные особенности подхода к западным заимствованиям японского массового сознания. В японскую популярную песню западные заимствования входили постепенно. До Второй мировой войны они встречаются в текстах песен эпизодически, например, для изображения заморской экзотики – ГОНДОРА «гондола», МАДОРОСУ «матрос», СЭРЭНАДЭ «серенада», ТОРОИКА «тройка»; ср. также в названиях песен: アイルランドの娘 «Ирландская девчонка», アラビアの唄 «Арабская песня», シナの夜 «Китайская ночь». В песне 1929 г. 東京行進曲 «Токийский марш» (слова Я. Сайдзё, муз. С. Накаяма) атмосфера большого города передана целым набором ярких и модных заимствованных слов: ジャズ «джаз», リキュル «ликёр», ダンサー «танцовщица», ラッシュアワー «час пик», シネマ «кино», デパート «универмаг». Во второй половине 1930-х годов частота использования западных заимствований идет на убыль, а в военные годы они почти не встречаются в текстах песен [3].

После окончания второй мировой войны ситуация принципиально изменилась. В Токио стала развиваться индустрия развлечений. Местом досуга жителей Токио стали кинотеатры, универмаги, музыкальные кафе, бары, казино и ночные клубы. Совершенствуется звукозапись, растёт производство пластинок. Городская культура общества массового потребления породила новые запросы людей, среди которых было и массовое увлечение японцев музыкой и кино.

Важным направлением популярной музыки во второй половине 1950-х годов стала японская городская баллада (ムード歌謡), романтизирующая ночную жизнь японской столицы. В песнях Ф. Нагаи, К. Мацуо, Ю. Исихара и других исполнителей, ставших первыми идолами нового направления массовой культуры, воспеваются реалии городской жизни – музыкальные кафе, бары, казино, ночные клубы, кабаре и романтическая любовь.

Из американских песенок соответствующего жанра (*moodsong*) заимствуются яркие фрагменты, изображающие ночную жизнь города. Например, в знаменитом хите 1950-х годов 有楽町で逢いましょう «Встретимся в Юракутё» (слова Т. Саэки, муз. Т. Ёсида) ТАТЭМОНО «здание» превращается в БИРУ, привычное для японцев того времени КИССА «кафе» – в ТИ:РУМУ «чайная комната», ну а дождик, разумеется, напевает «сладкий блюз» (АМАЙ БУ:РУ:СУ). Далее в тексте используется целый ряд западных заимствований: ХО:МУ «платформа», ДЭПА:ТО «универмаг», РО:ДОСЁ: «предварительный закрытый показ кинофильма»; само слово «кинофильм» в песне называется не обычным для 1950-х годов китаизмом 映画 (ЭЙГА), а на французский манер – СИНЭМА (cinema).

Следующим естественным шагом развития дискурса популярной песни было непосредственное введение в текст расхожих слов и фраз из принесенных американской оккупацией заморских популярных песен. Собственно, для начала было достаточно английского алфавита. В песне 西銀座の駅前 «Перед станцией Нисигиндза» (1958; слова Т. Саэки, муз. Т. Ёсида) каждый куплет начинается фразой «ABC • XYZ», что по тексту песни представляет собой название ночного клуба в районе станции метро Нисигиндза. Вывеска ночного клуба, естественно, сияет ослепительными неоновыми огнями (МАБУСИЙ НЭОН), и направляющиеся в это заведение любители джазовых кафе (ДЖАДЗУ КИССА) выходят не из вагона поезда подземки (ТИКАТЭЦУ НО ДЭНСЯ), а из метро (МЕТОРО). В другой песне Т. Ёсида и Т. Саэки グッド・ナイト «Good Night» (1959) каждый куплет заканчивается двумя строками на английском языке:

GOOD NIGHT GOOD NIGHT
SWEET HEART GOOD NIGHT

Такое украшение эстрадной песни строкой или фразой на английском языке стало традицией японской популярной песни и одним из проявлений вестернизации японской песенной культуры. Используемые средства английского языка постепенно усложняются. Яркие слова западной поп- и рок-музыки присутствуют в японском песенном тексте как декоративные виньетки. Круг этих слов все более расширяется: от наиболее частотных - *love, kiss, sweet, darling, baby, whisky* к менее частотным - *rain, train, run away, highway, risky, misty*, затем к синтагматическим сочетаниям типа *love you, kiss me, harbor light, dreaming stars*,

cigarette smoke, winter breeze и, наконец, к английским фразам – *Love takes long, long time; You gotta chance* (Примеры из альбома Koji Kikkawa “*Passage: K2 single Collection 1984-1996*”).

Если, например, авторы песни 九月の雨 «Сентябрьский дождь» (1974) Т. Мацумото (слова) и К. Цуцуми (муз.) довольствуются неоднократным повторением англоязычной фразы «*September rain, rain*» (в тексте песни она сопровождается рядом других западных заимствований, записанных знаками азбуки *катакана*, а именно: ワイパー «дворники автомобиля», イリュミネーション «иллюминация», タクシー такси», ライト «свет»), то в текстах песен следующего десятилетия англоязычные фрагменты заметно усложняются. Например в песне 六本木純情派 «Когорта чистых сердец Роппонги» (1986; слова М. Урино, муз. А. Ёсими) каждый куплет начинается английской фразой: 1) *You've broken my heart*, 2) *Just get down the night*, 3) *What wonder ful night*, 4) *I'm crazy about you* (кроме того, в текст введены три именных словосочетания – *Parking Area, Boogie Woogie, Lonesome Boy*). По такому пути идут многие другие создатели японской популярной песни. Например, в 45-ом сингле Н. Амуро «*Hero*» (2016; слова и муз. Р. Имаи) в виде припева дважды повторяется английская фраза – «*Oh, Oh...I'll be your hero*», наполняющая песню эстетикой современной популярной западной поп-музыки. При этом повествовательная часть песни написана по-японски с вкраплением нескольких выразительных английских слов: *hero, every day, forever more*.

Итак, особенностью дискурса послевоенной японской эстрадной песни стало использование большого количества иностранных, в первую очередь – англоязычных слов и выражений. Обычно японский текст составляет основу нарратива песни, а западные заимствования играют декоративно-экспрессивную роль, и их использование обусловлено эстетикой вестернизации японской песенной культуры.

2. Западные заимствования в языке рекламы и торговых вывесок

По использованию западных заимствований в оригинальной графике с текстами песен сближается жанр коммерческой рекламы. Как мы показали выше, западные заимствования, как новые, оригинальные, связанные с глобальным контекстом средства языка, как правило, эстетически привлекательнее исконно японской и китайской лексики. И это свойство западных заимствований широко используется в рекламе, названиях заведений общественного питания, досуга и развлечений[2].

Со временем по мере адаптации заимствованных слов их свежесть теряется (ср.: ホーム «платформа», ナイフ «нож», トイレ «туалет»), и в дискурс коммерческой рекламы, а также индустрии досуга и развлечений вводятся все новые и новые яркие «заморские» слова, например, スーパー «супермаркет» заменяется более свежим названием для сети продуктовых магазинов – *Food Plaza* (от англ. *food* «еда» и испан. *plaza* «площадь»). Как показывает последний пример, в языке коммерческой рекламы используются не только английские, но также испанские, французские и итальянские слова и выражения, например, *grandeur* «величие», *rouge* «красный», *boulangerie* «пекарня», *festa* «праздник», *dolce vita* «сладкая жизнь».

Креативность создателей дискурса индустрии массового потребления, а также досуга и развлечений порождает множество слов и выражений, не характерных для европейских языков. Так японская сеть магазинов, оперирующих хозяйственными товарами, получает название *カインズ* ← *Cainz* (от англ. *kindness*), другая сеть магазинов товаров для дома компании 京葉産業株式会社 (*Keiyo Industrial Co., Ltd*) функционирует под названием *D2 ケーヨーデイツー*, в создании которого используются первое слово японского названия и «два D» из английского словосочетания *day to day*. Парикмахерская в преф. Тиба получает название *Cut Park*, а цветочный магазин – *Flower Shop TOKORO*. Кафе в деловом квартале Токио называют *Eau de Vie* «Вода жизни», а ресторан азиатской кухни – *Soaltee Dining*. При этом неважно, что подавляющее большинство жителей японской столицы не понимают по-французски, а слово *Soaltee* пришло из названия фешенебельной пятизвездочной гостиницы в Непале и не является обычным именем нарицательным английского языка. Яркость, оригинальность и запоминаемость заимствованных слов и выражений в рассматриваемой области важнее их смысла. Поэтому в дискурсе сферы обслуживания и коммерческой рекламы эффектнее сказать не *弁当*, а *ランチ・ボックス* (*lunchbox*), не *女性*, а *レディース* (*ladies*), не *出来事*, а *イベント* (*event*), не *生活*, а *ライフ* (*life*), не *健康的*, а *ヘルシー* (*healthy*), не *計画*, а *プラン* (*plan*) ит.д.

Как видим, новые заимствованные слова экспрессивнее, стилистически выше и эстетически привлекательнее, чем соответствующие им исконно японские и китайские слова. Поэтому иноязычные названия получают кафе и рестораны, магазины и центры развлечений, автомобили и сигареты, журналы и кондитерские изделия. Это соответствует логике вестернизации японской культуры и японского массового сознания. Эти процессы были запущены реставрацией Мэйдзи и возобновились после поражения Японии во Второй мировой войне. Они имеют массовый, если не сказать лавинообразный характер и ведут к изменению не только лексического состава японского языка, но также его фонетики и грамматики. Конечно, они не ограничиваются описанными сферами.

3. Западные заимствования в деловой коммуникации

Эстетика вестернизация, проникшая в японское массовое сознание, способствует тому, что в публичной и деловой коммуникации западные заимствования звучат более изысканно, чем исконно японская лексика и прочно связанные с иероглифической письменностью китаизмы. Поэтому в деловой и публичной речи западные заимствования служат средством повышения элегантности, соответственно – учтивости речи. Вот как своё общение с представительницей японской сферы обслуживания, вероятно, в конце 1970-х гг. описывает Х. Пассин: «Я обедал в ресторане одной известной японской гостиницы. Покончив с основным блюдом, я спросил у подошедшей официантки: «Я что у вас есть из фруктов?» (果物は何がありますか)» [8: с. 164]. Далее Х. Пассин рассказывает, что официантка, не моргнув глазом сказала 「はい、ストロベリーが…」 «Да вот, клубника…», употребив вместо общепонятного и с детства знакомого всем японцам слова *イチゴ* «клубника» западное заимствование *ストロベリー*

(*strawberry*). Х. Пассин подумал, что, возможно, это любезность, проявленная девушкой в беседе с иностранцем, и повторил свой вопрос по-японски, специально употребив исконно японское слово, показывая, что оно ему знакомо: 「で、苺はあるんですね」 «Так у вас клубника есть?». На что получил ответ, логика которого для американского ученого осталась непонятной: 「はい、ストロベリーがございます」 «Да, клубника в наличии имеется» [8: с. 164-165]. Х. Пассин задается вопросом, почему официантка не отказалась от употребления заимствованного слова СУТОРОБЭРИ: «клубника», но не находит на него ответа.

В 1990-е годы, работая в Осацком государственном университете, я постоянно слышал от коллег входящие в обиход японского общества все новые и новые западные заимствования, многие из которых в то время были связаны с компьютерной терминологией, например: БУРАУЗА (*browser*), СОФУТО (*software*), БА:ДЗЭН АППУ (*version upgrade*), БА:ТЯРУ РИАРИТИ (*virtual reality*), CALL (*computer assisted language learning*), ТА *teaching assistant*), АУТОСО:СИНГУ, (*outsourcing*) и многие другие. Список актуальных заимствованных слов постоянно обновлялся. Чтобы убедиться в том, что постоянная вестернизация речевого оборота не является исключительной чертой Школы языка и культуры аспирантуры Осацкого государственного университета, в конце 2021-го года я обратился к десятку своих бывших коллег и студентов из разных университетов Японии с просьбой, написать хотя бы несколько восходящих к западным заимствованиям «свежих» слов и выражений из их обычного речевого оборота, которые они слышат от коллег на работе. В результате получил 10 списков слов респондентов от 30 до 70 лет. Совпадение списков по своему лексическому составу было незначительным. Самый большой список был получен от респондента из возрастной группы 60+, многие годы профессионально занимающегося преподаванием английского языка. Этот список состоит из 29-ти лексических единиц. Вероятно, по этому списку можно судить о лексиконе лиц, составляющих авангард вестернизаторов японского языка: コンセンサス (*consensus*), コンプライアンス *compliance*), ダイバーシティ (*diversity*), アジェンダ (*agenda*), コンセプト (*concept*), コラボ←コラボレーション (*collaboration*), クール (*cool*), インフルエンサー (*influencer*), オーバーシュート (*overshoot*), コンセプト (*concept*), オールタナティブ (*alternative*), キャパ (*capacity*), クロージング (*closing*), シェア (*share*), マージン (*margin*), デッドライン *deadlines*), セグメント (*segment*), シナジー (*synergy*), バジエツト (*budget*), シュリンク (*shrink*), ショート (*short*), リノベーション (*renovation*), MTG (*meeting*), オンスケ (*onschedule*), ドラスティック (*drastic*), コスパ ← コストパフォーマンス (*costperformance*), バズル (*buzzle*), イシュー (*issue*), スパイラル (*spiral*). Здесь обращает на себя внимание присутствие «трудных слов», не относящихся к частотной лексике английского языка (СИНАДЗИ: «синергия», КОМПРАЙАНСУ «согласие», ДОРАСУТИККУ «резкий»), а также лексем, близких к профессиональному аргю (КОСУПА «эффективность затрат», КЯПА «способность, потенциал», ОНСУКЭ «по графику», MTG «митинг»).

Ниже привожу еще два списка заимствованных слов, полученных от респондентов, не являющихся специалистами в области английского языка – самого молодого участника опроса (работающего после окончания университета в торговой фирме) и представителя возрастной группы 50+ (профессор университета). Первый список был выбран из полученных потому, что, идя от английского языка, его автор показывает английские этимоны используемых слов; кроме того к заимствованиям из английского языка даётся также не большой комментарий (привожу его полностью с переводом на русский язык). Второй список был наиболее представительным среди списков западных заимствований, полученных от лиц, не занимающихся английским языком профессионально. Он содержит 17 лексических единиц (этимоны заимствованных слов добавлены мною).

Первый список

① Apo (Appointment) ⇒ 「アポをとる」と略して使います。相手方と調整し、日時が確定したことを「アポをフィックス (fix) する」という風に言うこともあります。(Используется в сокращенной форме «АПО О ТОРУ». О дате и времени встречи, согласованными с партнером, говорят также «АПО О ФИКСУСУРУ»)

② Reschedule ⇒ 「リスケする」とよく言います。(Часто говорят «РИСУКЭСУРУ»)

③ Pick-up ⇒ 待ち合わせ場所まで車で行き、誰かを拾うこと。「駅で部長をPick-upしてから客先へ向かう」と言ったりします。(Подобрать кого-то, отправившись на место встречи на машине. Говорится что-то вроде: «Отправиться к клиентам, заехав за начальником отдела на вокзал»; буквально: «подобрав начальника отдела на вокзале»)

④ Budget ⇒ 予算のこと。「来期のバジェットを組む」、という風に使います。(Речь идёт о бюджете. Используется, например в виде: «Составить бюджет на следующий период»)

⑤ Agenda ⇒ 概要のこと。「これが会議のアジェンダです」とよく言います。会議で他には「summary (要約)」という単語もよく使います。(Имеется в виду краткое содержание. Часто говорят, например: «Вот повестка собрания». На заседаниях также часто используется слово *summary* - резюме)

⑥ Meeting ⇒ 会議よりも時間的に短く、少人数での打ち合わせのこと。私の会社ではMTGと略して書くことが多いです！(Совещание не большой группы людей, которое по времени короче обычного заседания – КАЙГИ. В моей компании часто сокращается в письменной речи до MTG.)

⑦ Sample ⇒ 見ての通りサンプルのことですね。(Само собой разумеется, что это образец – САМПУРУ)

⑧ Maker (正しくは manufacturer) ⇒ 和製英語ですが、「製造業者」という意味で使っています。(Правильно было бы сказать – manufacturer. Это английское выражение, созданное в Японии – ВАСЭЙ ЭЙ-ГО. Используется в значении «производитель»)

⑨ Supplier⇒仕入先という意味で使っています。(Используется в значении «поставщик» - СИИРЭСАКИ; букв. «источник закупки».)

⑩ Forecast⇒本来の意味は「予報」という意味ですが、私の会社（というか私がいる業種？業界？）では「お客様が将来的にこの部品をいつ、どのくらいの量を使用するか予測し、仕入先へ渡すリスト」という意味合いで使っています。「フォーキャストを仕入先に提出する」という風に言っています。(Первоначальное значение «прогноз», но в нашей компании (т.е. в нашей профессии или же в соответствующих деловых кругах) используется для обозначения списка, который передается производителю как предположение о том, когда и в каком количестве потребитель будет использовать соответствующие товары в будущем. Обычно говорим: «Представить производителю прогноз» - ФО:КЯСУТО О СИИРЭСАКИ НИ ТЭЙСЮЦУ СУРУ).

Второй список

- ① コンテンツ (content)
- ② クラウドファンディング (crowdfunding)
- ③ リスクマネジメント (risk management)
- ④ デジタルヒューマニティ (digital humanities)
- ⑤ ダイバーシティ (diversity)
- ⑥ エクリチュール (écriture – фр. «письмо»)
- ⑦ ンパワーメント (empowerment)
- ⑧ ウェルビーイング (well-being)
- ⑨ ステークホルダー (stakeholders)
- ⑩ ソーシャルディスタンス (social distance)
- ⑪ レガシー (legacy)
- ⑫ リスペクト (respect)
- ⑬ プラットフォーム (platform)
- ⑭ ハッシュタグ (hashtag)
- ⑮ GIGA (Global and Innovation Gateway for All) スクール (school)
- ⑯ ICT (Information and Communication Technology)
- ⑰ SDG s (Sustainable Development Goals)

Первый список позволяет нам получить представление о том, какие английские слова и как используются в современном японском деловом языке. В комментариях содержатся интересные примеры сокращения, изменения семантики, использования западных заимствований в контексте делового общения. Вторым список показывает, что актуальными для японской высшей школы являются разнообразные проблемы от пандемии и электронной коммуникации до проблематики глобального дискурса образования и инициатив японского Министерства просвещения и науки.

Из полученных нескольких десятков западных заимствований, используемых в современном деловом языке наших респондентов, и, по всей вероятности, постоянно обновляющихся, можно составить представление о широте и глубине процессов вестернизации делового общения японцев.

Просьба к респондентам о составлении списка использующихся в их трудовых коллективах расхожих западных заимствований сопровождалась провокативным утверждением о том, что присутствие в речи того или иного лица «модных» западных заимствований способствует созданию его положительного образа, репутации умного, образованного и интеллектуально продвинутого человека. На это предположение от 3-х респондентов из 10-ти нами были получены возражения:

) «Замечу попутно, что, когда я вижу людей, которые бездумно к месту и ни к месту используют западные заимствования, я не испытываю к ним симпатии, поскольку они мне кажутся крайне бессодержательными и поверхностными. Однако же бывают такие случаи, когда и я не могу найти необходимых слов для словесного самовыражения, и сама прибегаю к помощи «модных слов», записываемых азбукой *катакана*. В такие моменты почему-то испытываю чувство стыда...» (ちなみに私個人的には、やたらとわけのわからない「カタカナ語」を使って話したがる人を見ると、なんだか言葉ばかりで中身の無い薄っぺらい人間に思われて、好感が持てません...。とはいえ、自分の言いたいことを表すのにぴったりの言葉が見つからず、ついつい私も流行りの「カタカナ語」を使ってしまう時もあるのですが、そういう時はなんだか後ろめたさを感じております...) ;

2) «Вы пишете, что использование таких слов работает на создание образа умного человека, однако же, мне не кажутся мудрецами, люди, пересыпающие свою речь английскими словами» (...「賢い人と言うイメージ作りに働く...」と書いてありますが、会話の中で英語を多用する人はあまり賢いようには見えないですけどね~) ;

3) «Я сам отношусь к людям, которые по мере возможности избегают употребления западных заимствований и испытываю чувство неприязни к лицам, которые безрассудно злоупотребляют их использованием. Возможно они, как вы пишете, стараются выглядеть умными (или же просто у них бедный словарный запас). ...вероятно, это такие слова, как ИНСЭНТИВУ (*incentives*), ПА:ФО:МАНСУ (*performance*), ИНСУПЭКСЁН (*inspection*), ФУРО: (*flow*), ОБУДЗА:БА: (*observer*), КИККУОФФУ СИМПОДЗИУМУ (*kick-off symposium*). Меня не покидает мысль о том, что всё это можно сказать и по-японски. Впрочем, японский перевод выглядит грубовато, и, может быть, (подобные выражения) существуют для смягчения этой грубоватости» (私自身はできるだけ外来語(カタカナ語)を使いたくない、というタイプで、むやみとそうした外来語を使う方々にはやや反感を覚えるのですが、おっしゃる通り使っている方としては賢く見せるために使っている(あるいは単に日本語の語彙が乏しい)のかもしれませんが。...インセンティブ、パフォーマンス、インスペクション、フロー、オブザーバー、キックオフシンポジウムなどでしょうか。どれも日本語に訳して使えばよいのと思うものばかりです。あるいは、訳してしまうとあまりに「露骨」な印象も与えますので、それを緩和するためかもしれません)。

Материал этого раздела показывает, что вестернизация деловой коммуникации имеет активный характер, и лексический состав западных заимствований постоянно пополняется все новыми и новыми лексическими единицами. Крайне примечательным фактом является присутствие пуристов даже в небольшой группе опрошенных нами носителей японского языка. Возможно, именно они

будут править бал в ближайшем будущем, защищая японский язык от чрезмерного использования западных заимствований, как это происходит, например, во Франции (хотя заметим в скобках, что мой коллега, ставший респондентом проведенного опроса, написал из Парижа, что и там по телевизору ему приходится слышать американизмы в репликах типа *C'est très cool!* «Это очень круто!»).

4. Западные заимствования в политической риторике

Прежде, чем мы приступим к анализу текстов японского политического дискурса, необходимо сделать два теоретических замечания.

1. С точки зрения прагматики речевого высказывания разные западные заимствования обладают различным потенциалом воздействия на получателя речи. Чем заимствованное слово новее и ярче, тем большей силой воздействия оно обладает. С другой стороны, подвергшиеся адаптации и ассимиляции в лексической системе японского языка западные заимствования функционально мало чем отличаются от основного словарного состава японского языка.

2. Связь западных заимствований с наличием у использующего их человека некоторых особых компетенций имеет объективный характер. Современная наука все более интернационализируется, и универсальным языком глобального научного сообщества является английский язык. Поэтому лидеры почти всех направлений японской науки овладевают универсальной англоязычной терминологией, читают и пишут по-английски и, неизбежно, вводят в свой лексикон английские научные термины. То же, вероятно, можно сказать о большинстве отраслей современного бизнеса. Следовательно, лица, способные оперировать в коммуникации специальными терминами из разных сфер научного и делового языка, проявляют (или же сознательно/бессознательно имитируют) в своей речи некоторые черты специалистов соответствующих областей.

Теперь рассмотрим три текста примерно равные по объёму из политического дискурса современной Японии, а именно программные политические речи Абэ Синдзо и Кисида Фумио, прозвучавшие в японском парламенте при вступлении в должность этих японских политиков, с точки зрения присутствия в этих текстах западных заимствований и их прагматики. Мне уже доводилось писать о том, что речь японских парламентариев весьма консервативна, что в ней наблюдаются явления архаики и модерна, и частота употребления западных заимствований в речи японских политиков постепенно возрастает [5]. В этом отношении рассмотренные нами два программных выступления С. Абэ от 12 февраля 2015 года и от 22 января 2018 года [10, 11] вполне соответствуют традициям японской парламентской речи. В этих двух текстах в общей сложности около 150 западных заимствований, составивших примерно 0,6% от общего количества слов первого текста и 0,7% – второго. Большая часть используемых С. Абэ англицизмов – широко распространенные и прочно укоренившиеся в японском языке слова – ドア «дверь», オープンな «открытый», テロ «террор», サービス «услуги», ヘクタール «гектар», オリンピック «олимпиада», エネルギー «энергия», リーダーシップ «лидерство», レベル «уровень» ит.д. Всего несколько слов и словосочетаний выделяются из этого ряда большей новизной и свежестью и, соответственно, экспрессивностью и силой воздействия на слушателей: エンパワーメント (англ. *empowerment*) несет в себе отсылку к европейско-американскому дискурсу борьбы за права женщин, а クリーンな (англ. *clean*) – отсылает слуша-

телей к глобальному экологическому дискурсу и потому не может без потери смысла быть заменено на японское слово КИРЭЙНА «чистый». パラリンピック (англ. *paralympic*) вместе с более привычным для японской публики словом オリンピック имплицитно подразумевает дискурс олимпийского движения, а メタンハイドレート (англ. *Methane hydrate*) и イージス・アショア、スタンドオフミサイル (англ. *Aegis Ashore standoff missiles*) представляют собой специальные термины и отсылают слушателей соответственно к химико-технологическому и военному дискурсам, для которых употребление английской терминологии естественно. Как видим, использование английских слов и выражений позволяет С. Абэ имплицитно некоторые глобальные дискурсы и тем самым продемонстрировать необходимый уровень компетентности политика относительно контекста мировых проблем.

Теперь обратимся к программной политической речи премьер-министра Японии Ф. Кисида, прозвучавшей в парламенте Японии 17 янв. 2022 года [12]. В тексте выступления Ф. Кисиды около 150 слов, относящихся к западным заимствованиям. Они составляют примерно 1,3% от общего числа слов текста, то есть частота использования заимствованных слов, по сравнению с программными выступлениями С. Абэ, возросла примерно вдвое. В глаза бросается большое количество специальной терминологии из разных отраслей науки и техники, причем не только в виде отдельных слов, но и в виде словосочетаний, например: データセンター (*data center*), パルスオキシメーター (*pulse oximeter*), デジタルサービス (*digital services*), サテライトオフィス (*satellite office*), ライフサイエンス (*life sciences*), ユニバーサル・ヘルス・カバレッジ (*universal health coverage*), フィランソロフィー (*philanthropy*), ゼロエミッション (*zero emission*), カーボンプライシング (*carbon pricing*), サプライチェーン (*supply chain*) и другие. В тексте выступления Ф. Кисиды присутствуют и ставшие привычными для японцев англицизмы японского производства (和製英語) – マイナンバーカード (*my number card*), и рекламные слоганы – 新しい資本主義のグランドデザイン («Великий замысел нового капитализма»), и названия проектов будущего с преобладанием слов в графике *катакана* – アジア・ゼロエミッション共同体 («Азиатское содружество с нулевой эмиссией»).

В речи обоих политиков во многих случаях западные заимствования имеют общепонятные японские эквиваленты, например: フィランソロフィー = 慈善活動, 開示ルール = 開示規則, 社会的インパクト = 社会的影響. Однако «добрые старые» клише публичной речи, основу которых составляют слова китайского слоя лексики, не употребляются. Логика вестернизации массового сознания японцев, лежащая в основе новых максим речевой эстетики, порождает тренд на предпочтительность использования западных заимствований.

Итак, западные заимствования в языке японских политиков служат не только для повышения эlegantности и изысканности речи, но также представляют собой средство имплицитной актуализации различных глобальных дискурсов. Поэтому их использование может восприниматься слушателями как показатель соответствующих компетенций того или иного лица, то есть, его образованности, эрудированности, широкого кругозора, учености, просвещенности.

Заключение

Английский язык не имеет в Японии официального статуса, однако он стал неотъемлемой частью речевой коммуникации японского языкового коллектива. Все дорожные знаки в населенных пунктах Японии дублируются в латинице, объявления в общественном транспорте обычно повторяются на английском языке.

Как мы показали в этой статье, массовое использование западных заимствований характерно для дискурсов популярной песни, коммерческой рекламы, современного делового языка и политической риторики. Даже в японской поэзии, имеющей многовековые традиции использования исконно японской лексики, появление ярких заимствованных слов и выражений постепенно становится обычным явлением, ср.: 思い出はミックスベジタブルのよう けれど解凍してはいけない (Воспоминания – как овощная смесь, но они не поддаются размораживанию; М. Тавара 俵万智 1962-); 愚か者オブ・ザー・イヤーに輝いた俺の帽子が飛ばされて、海へ (Я блеснул в номинации «Дурак года», а моя шляпа была унесена порывом ветра – в море; Х. Хомура 穂村弘 1962-). Поток западных заимствований, используемых японским языковым коллективом, настолько велик по своему объёму и глубине проникновения в различные сферы коммуникации японцев, что уже раздаются голоса пуристов, протестующих против засорения японского языка иностранными словами.

Быстрое увеличение числа западных заимствований в современном японском языке – это видимая часть айсберга вестернизации японской культуры и японского массового сознания. Первые шаги на пути вестернизации японского общества были сделаны после реставрации Мэйдзи (1868-1869) в ходе политических реформ, экономических преобразований и военного строительства, целью которых были модернизация Японии и обеспечение ее суверенитета. Процесс приобщения Японии к ценностям Запада активизировался после Второй мировой войны в результате демилитаризации японского общества и государства, а также осуществления системных экономических и политических реформ под эгидой американской военной администрации.

Наблюдаемые в последние десятилетия явления стремительной вестернизации японской культуры, языка, да и самого образа жизни японцев неразрывно связаны с глобальными трендами развития мирового сообщества, стремящегося к уровню жизни «золотого миллиарда». По всей вероятности, глубинные мутации японского общества, связанные с его вестернизацией, выводят Японию именно на тот цивилизационный поворот (удаление от китайской и сближение с европейско-американской цивилизацией), который считал необходимым для модернизации Японии её патриот и реформатор народного образования Мори Аринори.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дыбовский, А.С. Заимствования в японском языке и процессы европеизации японского общества // Россия и АТР (Russia and the Asia-Pacific Region). Издательство Института истории, археологии и этнографии ДВО РАН, 1996. № 3. С. 97-102.

2. Дыбовский, А.С. Заметки о языке рекламы в Японии // Известия Восточного института. Выпуск № 3. Владивосток: Изд-во Дальневосточного университета, 1996. С. 192-207.
3. Дыбовский, А.С. Массовая культура на службе японского империализма. На материале маршей и популярных песен предвоенного и военного времени // 『表象と文化 XVII』, 大阪大学言語文化共同研究プロジェクト (Исследовательский проект Осацкого университета по языку и культуре) / 2019, 大阪大学言語文化研究科 (Школа языка и культуры Осацкого университета), 2020. Рр. 1-12.
4. Дыбовский, А.С. О дискурсивных особенностях использования западных заимствований в современном японском языке // ЯПОНИЯ И РЕАЛИИ СОВРЕМЕННОГО МИРА / I Международная научная японоведческая конференция ДВФУ / Владивосток 4–5 марта 2022 г. / Материалы. Владивосток: Изд-во ДВФУ, 2022. С. 56-66.
5. Дыбовский, А.С. О Парламентской речи в Японии // Известия Восточного института. Специальный выпуск / Владивосток: Изд-во Дальневосточного университета, 1997. С. 68-76.
6. Мори Аринори / Wikipedia / Электронный ресурс / URL: <https://ja.wikipedia.org/wiki/森有礼> / Дата обращения 19 янв. 2022 года.
7. Ebeid, Ehab Ahmed /日本語を脅かす外来語 (Западные заимствования, угрожающие японскому языку) / Электронный ресурс / URL:<https://www.nippon.com/ja/column/g00195/>// Дата обращения 26 янв. 2022 года.
8. 英語化する日本社会 (Японское общество в плену английского языка) ハーバード・パッシン (Автор ХарвардПассин) 徳岡孝夫訳 (Перевод ТокуокаТакао) サイマル出版会 東京 (Токио: Саймарусюппанкай) 1982. — 288 с.
9. 日本語の中の外来語と外国語 — 新聞, 雑誌, テレビ— (Западные заимствования и иностранные слова в японском языке: газеты, журналы, ТВ) / 第30回「ことば」フォーラム (Тридцатый форум «Язык») / 独立行政法人国立国語研究所 (Независимое юридическое лицо / Государственный институт родного языка) / Электронный ресурс /URL:https://www2.ninjal.ac.jp/past-events/kotoba_forum/30/haihu_30.pdf / Дата обращения 26 янв. 2022 г.
10. 第189回国会における安倍内閣総理大臣施政方針演説 (Программное выступление премьер-министра С. Абэ на 189-й сессии японского парламента) // Электронный ресурс /URL:<https://www.jimin.jp/news/policy/127056.html> / Дата обращения 22 янв. 2022 г.
11. 第196回国会における安倍内閣総理大臣施政方針演説 (Программное выступление премьер-министра С. Абэ F.; на 196-й сессии японского парламента) /施政方針演説データベース/「世界と日本」 (代表: 田中明) /Электронныйресурс /URL:<https://worldjpn.grips.ac.jp/documents/texts/pm/20180122.SWJ.html> /Дата обращения 24 янв. 2022 г.

12. 第二百八回国会における岸田内閣総理大臣施政方針演説/令和4年1月17日 (Программное выступление премьер-министра Ф. Кисида на 208-й сессии японского парламента). Электронный ресурс / URL: https://www.kantei.go.jp/jp/101_kishida/statement/2022/0117shiseihoshin.html / Дата обращения 22 янв. 2022 г.
13. ソニー (Сони) / Wikipedia (Википедия) / Электронный ресурс / URL: <https://ja.wikipedia.org/wiki/ソニー> / Дата обращения 26 янв. 2022 г.

REFERENCES

1. Dybovsky, A.S. Loanwords in Japanese and the processes of Europeanization of Japanese society // Russia and the Asia-Pacific Region. Vladivostok: Publishing House of the Institute of History, Archeology and Ethnography of Far Eastern Branch of the Academy of Sciences of Russia, 1996. Vol. 3. P. 97-102.
2. Dybovsky, A.S. Some notes on the language of commercials in Japan // Bulletin of the Eastern Institute. Issue No. 3. Vladivostok: Publishing House of the Far Eastern state University, 1996. P. 192-207.
3. Dybovsky, A.S. Mass culture in the service of Japanese imperialism. On the material of marches and popular songs of prewar and wartime // "Representation and Culture XVII" / A Joint Research Project of Osaka State University in Language and Culture 2019, School of Language and Culture of Osaka State University, 2020. P. 1-12.
4. Dybovsky, A.S. On the Discursive Features of the Use of Western Borrowings in Modern Japanese // JAPAN AND THE REALITIES OF THE MODERN WORLD/ The first International Scientific Japanese Studies Conference in FEFU. Vladivostok, March 4–5, 2022 / Materials. Vladivostok: FEFU Publishing House, 2022. P. 56-66.
5. Dybovsky, A.S. About parliamentary speech in Japan // Bulletin of the Eastern Institute. Special issue. Vladivostok: Publishing House of the Far Eastern state University, 1997. P. 68-76.
6. Mori Arinori / Wikipedia / Electronic resource / URL: <https://ja.wikipedia.org/wiki/森有礼> / The date of access: Jan. 19. 2022.
7. Ebeid, Ehab Ahmed / Foreign loanwords threatening Japanese / Electronic resource / URL: <https://www.nippon.com/ja/column/g00195/> / The date of access: Jan. 19. 2022.
8. Eigokasuru nihon syakai = Japanese and the Japanese. Language and Culture Change/ Herbert Passin(1980). Translated by Takao Tokuoka. Tokyo: Simal Publishing, 1982 — 288 p.
9. Western borrowings and foreign words in Japanese: newspapers, magazines, TV / The 30th "Word" Forum / National Language Research Institute (Independent administrative agency) / Electronic resource / URL: https://www2.ninjal.ac.jp/past-events/kotoba_forum/30/haihu_30.pdf / The date of access: Jan. 19. 2022.
10. Prime Minister Abe 's Prime Minister's Administration Policy Speech in the 189th Diet / Electronic resource / URL: <https://www.jimin.jp/news/policy/127056.html> / The date of access: Jan. 19. 2022.

11. Prime Minister Abe's Prime Minister's Administration Policy Speech in the in the 196th Diet / Administrative Policy Speech Database / "World and Japan" (Representative: Akira Tanaka) / Electronic resource / URL: <https://worldjpn.grips.ac.jp/documents/texts/pm/20180122.SWJ.html> / The date of access: Jan. 19. 2022.
12. Prime Minister Kishida's Prime Minister's Administration Policy Speech in the 208th Diet/Jan. 17. 2022. Electronic resource / URL: https://www.kantei.go.jp/jp/101_kishida/statement/2022/0117shiseihoshin.html / The date of access: Jan. 19. 2022.
13. Sony / Wikipedia / Electronic resource / URL: <https://ja.wikipedia.org/wiki/ソニー> / The date of access: Jan. 19. 2022.

Информация об авторе: Дыбовский Александр Сергеевич, кандидат филологических наук, почетный профессор Осацкого государственного университета; с апреля 2019 г. доцент Дальневосточного федерального университета.

Оамисирасато, Япония – Владивосток, Россия;

<https://orcid.org/0000-0001-6236-0886>

adybovsky@mail.ru

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи

Information about the author: A.S. Dybovsky, Professor Emeritus, Osaka University Associate Professor, Far Eastern Federal University

Oamishirasato, Japan - Vladivostok, Russia

<https://orcid.org/0000-0001-6236-0886>

adybovsky@mail.ru

The author has read and approved the final manuscript

Статья поступила в редакцию / The article was submitted: 19.07.2022

Одобрена после рецензирования и доработки / Approved after reviewing and revision: 23.08.2022

Принята к публикации / Accepted for publication: 27.08.2022

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов. / The author declares no conflictsof interests