

Комарницька Т. К.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри мов і літератур Далекого Сходу
та Південно-Східної Азії*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

МАСОВА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ЛЕКСИЧНИХ І ГРАМАТИЧНИХ ЗРУШЕНЬ У ЯПОНСЬКІЙ МОВІ

Сучасна масова культура, здатна задовольнити невибагливого в інтелектуальному сенсі споживача, представлена широким діапазоном розважального сегменту в усіх ЗМІ. Посередній споживач масової культури не бажає напружуватися інтелектуально, вимагаючи максимальної простоти і доступності культурного продукту, а цей продукт з огляду на свою масовість відтак формує нові тенденції у суспільстві. Проф. Накано Осаму констатує, що сучасна японська молодь «збентежена задоволенням і комфортом» [1, с. 199]: «Ім ближче **задоволення**, ніж страждання; **розвага**, ніж праця; **споживання**, ніж виробництво; оцінка, ніж творчість; рух, ніж стабільність; мінливість, ніж стійкість; плинність, ніж організованість; ескапізм, ніж участь; знаки, ніж речі; **зовнішній вигляд**, ніж сутність; **вільна форма**, ніж структура» [1, с. 199] (виділення наше). І ці сучасні цінності молодого покоління є практично повним відображенням типових ознак масової культури, до яких належать: максимальна спрощеність, примітивність, доступність і зрозумілість для «сірої маси», споживацтво, задоволення елементарних людських потреб, націленість на отримання насолоди, гра на інстинктах [2, с. 79]. Об'єктом нашого дослідження виступає мова масової культури, а предметом – примітивізація мови у розважальному телевізійному продукті й розхитування мовних норм у ньому. Матеріалом нам послугували тексти японських розважальних телешоу 「ヒルナンデス！」, 「ガリゲル」, 「嵐にしやがれ」. Мету нашої розвідки вбачаємо в розкритті деструктивних явищ, які наявні у мові розважального сегменту японського телебачення; відповідно, завданнями будуть: 1) розглянути роль запозичень у мові масової культури; 2) описати явище мовної гібридизації та порушення граматичних норм у мові розважальних телепрограм. Виконати ці завдання нам допоможуть такі методи: лінгвістичний описовий, квантитативний і метод компонентного аналізу.

Пропонуємо почати наш аналіз із прикладу:

- さ、どちらが女性かお尻をオープン！
- おおおお！ああああ！いいえ！
- わかんない！
- これは形見たら...さすが...
- これ、Aでしょう。
- A？こっちもBですけど、私もAにしたいとか...Bにします。
- じゃ、A、Bと決定いたしました。それでは、お二人も両尻に三回のキスをして！
- すげ！おおおお！いいの！
- 三回！行きましょう！
- キスマーク大切さは最大！はい！こちらへ！
- ばかだよね！いくら？よーし、よーし！
- やり方はすごいの！うまい、うまい！
- さ、それでは、こちらのみなさま、上のカーテンを見てください。上のカーテンをオープン！
- ああああ！おおおお！へえ、へえ、嘘！
- 嘘、これ！
- 後10秒！五！四！三！二！一！そこまで！キスマークは圧倒的にこちらのほうが！それでは、勝利したのはA！

У наведеному уривкові телешоу було використано всього 51 слово (не враховуючи службових і відмінкових формантів, а також повторів), із яких 4 є невмотивованими запозиченнями з англійської мови (слова **オープン** (する), **キス** й **カーテン** мають питомі відповідники **開く**, **接吻** або **口付け** та **幕**). При цьому дієслово, утворене із запозиченої основи й допоміжного японського дієслова-суфікса, вже належить не просто до невмотивованих запозичень, а до гібридної лексики. Надмірне вживання елементів чужої мови, безперечно, розмиває мовні норми, підриває у реципієнта «відчуття мови» і врешті-решт веде до деградації мовної свідомості. Однак наявність іншомовних і морфологічно гібридних одиниць у мові масової культури є не єдиним негативним фактором, який загрожує культурі мови. Розглянемо приклад:

- まずは、売れ筋の果物で招募をかける松本から！松本さんの作品がこちら！
- はい！さくらんぼチェリーです！
- チェリー！かわいい！
- あああ、かわいい！
- 本当に似ていますよ、さくらんぼ！

- 雪だるまです。
- あああ、かわいい！
- 細かいところまで、ボタンとか・・・
- かわいい！
- かわいく仕上げました。

У наведеному уривкові телешоу троє його учасників п'ять разів уживають слово *かわいい* для висловлення свого захоплення красою речі, хоча японська мова має надзвичайно розвинену синоніміку, й у словнику існують десятки слів, за допомогою яких можна висловити своє зачарування чимось гарним. Отже, масова культура, зокрема, у сфері телебачення, нав'язує обмеженість і примітивність лексичного запасу, і споживачі цього культурного продукту піддаються такій стандартизації, збіднюючи (вслід за масово-культурними зразками) і власний тезаурус.

Уживаючи ж у великій кількості неповні речення різних видів й експлуатуючи вигук на рівні з повнозначними частинами мови, герої телеекрану також подають не найкращий приклад своїй (здебільшого юній і мовно несвідомій) аудиторії, яка, йдучи за прикладом своїх телекумирів, переконується у тому, що неважливо, яким чином формулювати свою думку, і що взагалі можна не перейматися наповненням речень. Наприклад:

- じゃ、次は誰だって？得意なの。
- はい！
- 麻美ゆま嬢よね。
- 大丈夫！強いですよ。
- はい！
- 本気にきれいに。大丈夫ですよ。ちゃんと食べさせてあげて。

僕が大好きだから。

- 待っててくださいね。ああ。
- ああ、かわいいですね。
- 一！いいよいいよ！二！三！
- いいの、大きいからね。
- 四！五！六！七！八！九！もう一回！十！OK, OK!ああ、そう、そう！
- あああ！おいおい！アチアチアチッ！へええ！あっちあっちあっち！痛い痛い痛い！
- 手に付いてる！手に付いてる！手に付いてる！熱い！熱い！
- 大事なお客様ですので決してチーズをつけないで下さい。

У фрагменті вжито 41 речення, із яких 29 є неповними. При цьому 16 із неповних речень (більше половини) взагалі представлені вигуками, тобто являють собою одне єдине слово, та й те неповнозначне. До таких речень належать, наприклад: ОК, ОК!; ああ、そう、そう!; あああ!; おいおい! тощо. Серед решти неповних речень є як номінативні (напр., 四!; 五!), так і еліпсовані (本気にきれいに。). Окрім цього, наявні інвертовані (いいの、大きいからね。) та парцельовані (じゃ、次は誰だって?得意なの;ちゃんと食べさせてあげて。僕が大好きだから。) варіанти, які порушують синтаксичну структуру японської мови з чітко регламентованим порядком слів.

Отже, мові масової культури притаманна лексична примітивізація, морфологічна гібридизація, а також розхитування синтаксичних норм. Іншомовний елемент, потрапляючи до мови масової культури як стилістичний засіб, відтісняє на задній план питомі слова, а, сполучаючись із питомими одиницями в єдині морфологічні комплекси гібридного типу, розмиває словотвірні норми мови. Окрім цього, типовим для лексики масового культурного продукту є частотність обмеженої кількості слів, нехтування синонімічними рядами. У царині граматики примітивізація мови виявляється у заміні головних членів речення знаками емоцій (вигуками). Синтаксичні мовні норми також зазнають порушення у масовій культурі через зловживання синтаксичними стилістичними фігурами еліпсису, номінативних речень, повторів, що наближує мову масової культури до просторіччя. Примітивізація мови й розхитування мовних норм у масовому культурному продукті веде до мовного нігілізму і деградації мовної свідомості споживачів цього культурного продукту, більшість із яких з огляду на свій юний вік є ще не сформованими мовними особистостями.

Список використаних джерел:

1. Катасонова Е. Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: очерки современной японской массовой культуры. *Восточная литература*. 2012. 360 с.

2. Флиер А. Я. Избранные работы по теории культуры. Литагент «Согласие». 2014. 560 с.