

О. Колосова, ассист.
Львовский национальный университет
имени Ивана Франко, Львов

АСПЕКТНЫЙ ПОДХОД К ВЫДЕЛЕНИЮ ЖАНРОТВОРЧЕСКИХ ПРИЗНАКОВ ЯПОНСКИХ ТРЕВЕЛ-БЛОГОВ

В статье сделана попытка выделить жанротворческие признаки японских путевых блогов в аспектном подходе. Также освещены особенности блогов с позиции Интернет-лингвистики.

Ключевые слова: жанр, Интернет-лингвистика, тревел-блог.

O. Kolosova, teaching assistant
Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

AN ASPECT-BASED APPROACH TO GENRE-FORMING FEATURES SELECTION OF JAPANESE TRAVEL BLOGS

In this article we attempt to highlight the genre-forming features of Japanese travel blogs in the aspect-based approach. The features of blogs based on Internet linguistics are also shown in this article.

Key words: genre, Internet linguistics, travel blog.

УДК 811.521+ 811.161.2

Т. Комарницька, к. філол. н., ассист.,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, Київ

ДЕГРАДАЦІЯ МОВИ У МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ (НА ПРИКЛАДІ ЯПОНСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ПОП-ПІСЕНЬ)

Статтю присвячено аналізу лексичних, граматичних і стилістичних особливостей мови сучасних японських та українських популярних пісень. У текстах пісень виявлено бідність лексики і тропів, деструктивні явища мовної гібридизації та засмічення мови варваризмами.

Ключові слова: масова культура, примітивізація мови, невмотивовані англіцизми, суржик, гібридні мовні одиниці, деградація мовної свідомості.

У часи глобалізації всі країни світу захопила масова культура, націлена на «посередню людину», яка виступає споживачем цієї культури. Телебачення з його розважальними реаліті- й ток-шоу та серіалами; поп-музика, модні журнали, популярний Інтернет-контент – усі ці елементи масової культури, безперечно, створюють свою систему цінностей, підганяючи споживачів продукту масової культури під ці нові стандарти. Мова як ретранслятор елементів масової культури також зазнає докорінних змін, починаючи служити масовим цінностям, що їх ця культура пропагує. Нас зацікавили процеси, що відбуваються з мовою у сферах, які є елементами масової

культури. Зокрема, актуальним видається питання, яким чином масова культура впливає на мову, і як цей вплив можна охарактеризувати, тим більше, що, за нашими даними, на матеріалі японської й української мов такі дослідження ще не проводили. За об'єкт дослідження візьмемо один із елементів сучасної масової культури – тексти популярних японських та українських пісень; відповідно, предметом нашої розвідки є примітивізація мови у цих ліричних текстах. Матеріалом нам послуговували пісні популярних японських співаків і колективів Morning musume, AISHA, Мацутоя Юмі, Idol college, Magic boyz; а також українських DZIDZIO, ТІК, Брати Гадюкіни й Бумбокс. Як джерельну базу ми використовували Інтернет-ресурси <https://nashe.com.ua> й <https://mojim.com>, на яких зберігаються тексти всіх популярних українських і японських пісень. Метою нашої розвідки вбачаємо в розкритті деструктивних явищ, які наявні у мові популярних пісень; відповідно, завданнями будуть: 1) виявити причини засмічення мови пісень іншомовним елементом (росіянізми в українських та англіцизми в японських піснях); 2) пояснити бідність лексики у мові популярних пісень; 3) описати особливості використання стилістичних засобів у мові українських і японських поп-пісень; 4) виявити спільні й відмінні деструктивні явища у мові українських і японських пісень. Виконати ці завдання нам допоможуть такі методи: лінгвістичний описовий, метод компонентного аналізу, компаративний метод і квантитативний метод.

Для початку погляньмо на мову текстів кількох пісень і поміркуймо над тим, що впадає в око насамперед (символом / ми позначили початок нового рядка задля заощадження місця):

Дівчина з Коломиї, гарна та пишна, / Ти з трамваю шестьорки несподівано виїшла. / Дівчина з Коломиї – висока причьоска, / Хоч і не зовсім худая, та струнка, як бєрьозка (Брати Гадюкіни);

Я познакомився / З тобою в самальоті, / Коли летів в Ізраїль / Я до своєї тьоті. / Сиділа збоку ти, / Покрашена бландінка, / І в мене почалась / Неадекватна поведінка (DZIDZIO);

Галя хоче бути доктором, / А Люда – дїрктором хвабрики. / А Петя хотів бути шохвером, / Тільки в нього немає прав. / А Ваня ніким не хоче бути. / Він хоче бути пілісосом. / А мама набила його по руках / І пілісос заховала в шкаф (ТІК);

Я думав же безосновательно тебе було подозревать / Але ж була ти любознательна, хотіла всьо на свете знать. / Ти познавала емпірически різлічні сторони життя. / Не диво тоже прозаїчески закінчилась любовь твоя. / В фіналі жуткої трагедії прийшла до мене вся в слезах. / Я розтерляся на мгновение, але тримав себе в руках. / Сказав тобі я, моя дєвочка, чекав же ти сі повернеш (Брати Гадюкіни);

その帽子まじ可愛いね / shy でもいいよ / こっちおいで / なに飲みたい? / 踊りたい? / なんでもいい / Come party with me / 後ろから You can grind on me / リズムを感じて Ecstasy / Hey hey you put your hands up (AISHA);

裸足のFeeling はだけのFeeling / マジになろうよって話 / 弾けるFeeling / 始まるFeeling / 夢に近道はなし / Oh Baby 勝利をめざして / ひたすらに進め 悩むより速く / 走り抜けちゃえば All right (Idol college);

地球の人口が増えてく一方で 一方で / 都会は案の定一人ぼっち Lonely night
Lonely night / Here we go! (Morning musume).

Отже, перше, що відразу впадає в око, це наявність у текстах українських пісень росіянізмів і суржикізмів (виділено жирним), а також помилок у слововживанні, що порушують різні норми української мови (їх ми виділили підкресленням). У текстах японських пісень негативні мовні явища немає потреби якось виділяти, адже їх видно неозброєним оком – ними є невмотивовані запозичення-англіцизми, що засмічують сучасну японську мову. Виходить, хоч би як це видавалося дивним, у настільки різному мовному матеріалі наявні схожі деструктивні явища, якими є включення чужомовних одиниць до тексту, причому не поодинокі, а повсякчасне, що робить його загрозою для культури мови. Звісно, мовна ситуація в Україні та Японії абсолютно різна, і причини засмічення мов чужорідними елементами також неможливо порівнювати, але менше з тим можемо констатувати, що тенденція до зниження культури мови дійсно певним чином пов'язана з поширенням масової культури.

Спробуємо з'ясувати причини засилля суржику в українських піснях і невмотивованих англіцизмів – у японських. Суржик як реалія нинішньої мовної ситуації в Україні вже неодноразово опинявся у фокусі досліджень провідних науковців. Артур Брацкі, Галина Врублевська, Іван Дзюба, Сальваторе дель Гаудіо, Лариса Масенко, Анатолій Погрібний, Олександра Сербенська, Леся Ставицька, Богдана Тарасенко, Майкл Флаєр – ось далеко не повний перелік дослідників, яких зацікавило явище українсько-російського мовного гібриду. Зокрема, професор Лариса Масенко один із розділів своєї праці «Суржик: між мовою і язиком» присвятила феномену стійкості суржику у масовій культурі, проаналізувавши історію його використання в масовій культурі від радянського періоду й донині. Експлуатація українсько-російського мовного гібриду у сучасній масовій культурі, пише дослідниця, є маніпуляційним методом створення образу недорікуватого хохла, що сприяє збереженню в Україні колишньої радянської схеми мовно-культурних відносин й орієнтується на малоосвічену аудиторію з послабленим почуттям національної гідності [2, с. 106]. Розглядаючи ж уживання суржику в сучасних популярних піснях (на прикладі однієї з пісень Кузьми Скрябіна, текст якої ми не можемо дозволити собі цитувати через велику кількість нецензурної лексики), Лариса Масенко з сумом констатує: «Найгірше те, що таку вкрай звulьгаризовану українсько-російську мовну суміш експлуатують і популяризують окремі представники масової культури, відповідно сприяючи її поширенню серед молоді» [2, с. 85]. Повсякчасне вживання суржику у масовій культурі, застерігає дослідниця, прискорює процеси денационалізації та соціальної деградації [2, с. 87]. Наразі поміркуймо над тим, що спонукає українських популярних виконавців залучати суржикізми до своїх пісень. На нашу думку, на першому місці тут прагнення «наблизитися до народу», бути своїм, простим, воістину «народним» артистом. Ці міркування цілком корелюють із думкою Олени Селіванової про те, що нерідко мовці вживають суржик задля підвищення статусу власного «обличчя» [4, с. 593]. У такому разі мова популярних пісень є відображенням мовної ситуації у країні, а суржик у ній виступає потужним стилістичним засобом привнесення ефекту «народності», «свого», «простоти».

Якою ж натомість є ситуація з англіцизмами у японських піснях? Безперечно, мова популярних японських пісень також виступає дзеркалом мовної ситуації у сучасній Японії, для якої характерним є справжнє засилля варваризмів англійського походження. Дослідники цього питання (як-то Володимир Алпатов, Джон Даугілл, Джеймс Стенлоу) констатують, що повсякчасне вживання англіцизмів уже стало типовим для сучасної японської мови. При цьому засмічення мови англіцизмами спостерігаємо якраз у сфері масової культури: ними рясніє мова телебачення, модних журналів, реклами, Інтернету тощо. Відомим є, наприклад, факт, що у 2013 р. 71-річний японець подав до суду на телерадіокомпанію NHK за психологічну травму, яку йому завдало мовлення телерадіокомпанії, перенасичене англіцизмами [5, с. 131]. Дослідники таких невмотивованих англіцизмів згодні у тім, що їх не можна назвати запозиченнями, адже вони не входять до мовної системи і не позначають поняття, для номінації яких немає питомих слів. Такі англіцизми здебільшого називають «декоративною англійською» чи «орнаментальною англійською», оскільки вони не заповнюють лексичних лакун і не позначають реалії; зазвичай на письмі вони зберігають свій первинний вигляд (латиницю), подеколи «домішуючись» до японських слів, записаних абеткою чи ієрогліфами [5, с. 134-135]. Ці одиниці не несуть смислового навантаження, а лише створюють сучасну / молодіжну / західну атмосферу, і їхнє вживання не відповідає мовним нормам (ані японським, ані англійським) [5, с. 135]. Один із перших дослідників декоративної англійської в японській мові Джон Даугілл розмежовує функціональну й декоративну англійську, пишучи, що, на противагу до першої, яка відіграє комунікативну функцію, другу використовують для настрою й почуттів, а не значення чи інформації [6, с. 20]. Відповідно, декоративна англійська є неначе відповіддю на психологічну потребу емотивності повідомлення, відіграючи роль своєрідного паралінгвістичного маркера емоцій [5, с. 138]. Для японців англійські слова мають конотацію привабливого, модного, стильного і сучасного, і саме тому вони поширені у повідомленнях, націлених на потенційних споживачів (здебільшого у рекламі) [5, с. 140; 6, с. 17]. Поп-музика, безперечно, також є продуктом масового споживання, а тому використовує практично всі лінгвістичні й паралінгвістичні засоби, притаманні іншим елементам масової культури, і так само, як і рекламний контент, має на меті привабити потенційних споживачів (шанувальників такої музики, які купуватимуть музичні альбоми, квитки на концерти і супутню продукцію сувенірного характеру).

Цікаво, що й самі виконавці популярних пісень цілком усвідомлюють стилістичну роль англійських одиниць і навмисне експлуатують їх як стилістичний засіб, що допомагає пісні звучати «модніше», «молодіжніше», «західніше». Дослідник феномену англійських запозичень у японській мові Джеймс Стенлоу мав нагоду зустрітись зі співачкою Мацугоя Юмі й розпитав її, що спонукало її використати англійські образи й метафори у пісні 「ダンディライオン」 («Кульбаба»), ліричний текст якої має такий вигляд:

君はダンディライオン
傷した日々は
彼に出会うための
そうよ運命が

よいしてくれた
大切なレッスン
今素敵なレディになる

На питання, чому в тексті пісні співачка використала іншомовне слово *ダンディライオン* замість японського *たんぼぼ*, вона відповіла, що їй до вподоби враження англійської луки, яке буцімто справляє це слово, а також, що вона бажала додати пісні «легкий аромат західної культури» [8, с. 28]. Опитавши ще кількох японців-шанувальників творчості співачки, дослідник отримав такі відповіді: якби у пісні було вжито слово *たんぼぼ* замість *ダンディライオン*, вона була би схожа на народну пісню, що її співає сільська дівчина, зізнаючись у любові до свого села; натомість західне слівце *ダンディライオン* додає сучасного колориту, тому кожна офісна співробітниця може зробити проєкцію пісенного образу на себе [8, с. 28]. Отже, англіцизми у японських піснях є засобом створення стилістичного ефекту, що, однак, не виправдовує повсякчасне зловживання ними, адже це веде до розмивання мовної норми і збіднення питомого лексику.

Кількість англійських варваризмів у популярній японській пісні може бути вражаючою. Приміром, у тексті однієї з пісень гурту *Magic boyz* невмотивовані англіцизми (у різному графічному вигляді) становлять майже 40% від усіх лексем (74 зі 186, не враховуючи службових слів і повторів):

エイ baby you know how we do / 言わせないぜオレを誰々風? / 門限あっても定め
ない限界 / 物差しじゃ計り知れないくらいFlyしたい? / ジェネレーションズにも
負けないくらいの新世代フォース&music / 巧みに繰り出す like a ジェダイ、we
are the one / 各クラスのマドンナ オレらに夢中 / 授業中でも御構い無し視線感じる
/ まるでeverywhereステージの上 / どこだって 飛んでゆくI'm ready / 多目の小遣
いを、この手に / それ稼ぐM.I.C.この手に / カワイイあの子の手オレの手に / な
にを知りたい? / 教科書にない事だってオレら知ってるぜalright? / 磨き上げたこ
れが飛び級スタイル大人女子も一目置く存在 / その圏外 can you hear me? / 聞き
逃すなよ'Brand New Shit' / 注目すんのはkicksじゃなくてskill' / 後にしとけよ、ダ
ラダラchill / 今は今にしかない後に今はない / だから本気でブツかる this is my life
/ 後悔は先に立たずalright? / ところで聞いているか? オレのwife Magic boyz make
some noise / 俺に告白されたいんだろ say what? / Magic boyz make some noise / 俺に
夢中なんだろう say what? / まだまだ終わらなーい / 境界線の上にも立っていいえ /
道のりの最中だぜ keep on my way誰も止められねえ / we go hard, run Japan / 心配は
いらねえ、邪魔するヘイターの数だけ / カマせるパンチライン / ladyの数だけ愛を
歌う / 世界各地に届けたい未だかつてないオレら勘違い / 新しいmovement起こす
オレら飾る雑誌のheadline / 社会の教科書にも載るかもなTVのオファーも殺到だ /
選びきれないくらいのgirlfriend / そん中から選ぶ将来のビヨンセ / もう言いたい事
分かるだろ? / yeah this is how we do it / これは、テストじゃないんだリアルなゲー
ムさ / yo! just do it 人のふりみて我がふり直す? / 誰がそんな事言った? マジで
無理 / ありきたりなノリは俺のdaddyの世代で終わり、その代わりにオレらが盛り
上げてくぜ / いつもの調子でさ we do that / 抜かりは無いぜ let's party up, yo皆騒ぎ
な騒ぎな / Magic boyz make some noise / 俺に告白されたいんだろ say what? / Magic
boyz make some noise / 俺に夢中なんだろう say what?

До речі, подеколи натрапляємо на багате включення варваризмів і до текстів українських пісень, що разом із суржикізмами й невмотивованими росіянізмами перетворює мову пісні на справжній покруч:

*У тебе безліч гламурних штучок, / I gotta щільний гастрольний графік. / Папір втомився від авторучок, / Не каділак я придбав, а рафік. / Зцапала, злапала, спутала, / Я взагалі не виступаю, вдома / Я сижку вяжу, хаваяу бутери, граюся в шуттери. / Я дівіді не вимикаю і за **навестямі не слєжу** (Бумбокс);*

*Ти їдеш в Штати, бо хочеш мати / Якесь нове увлеченіє. / По гороскопу ти була раком, / **Короче**, сонця **затменіє**. / Короче, *babu*, з тобою *taube* / Я думав ми вже розсталися, / Ти **блєсфувала**, бо так хотіла, / Шоб ми з тобою розписалися (DZIDZIO).*

Надмірне вживання елементів чужої мови, безперечно, є деструктивним явищем, яке розвиває мовні норми, підживляє у реципієнта «відчуття мови» і врешті-решт веде до деградації мовної свідомості. Однак застосування іншомовних елементів у ліричних текстах є не єдиною їхньою хвилюючою: в око впадає також обмеженість лексики й образних художніх засобів, на які завжди традиційно багатий ліричний жанр. Для прикладу розглянемо текст ще однієї японської популярної пісні, цього разу з репертуару молодіжного дівочого гурту Idol college. Жирним шрифтом ми виділили слова, що повторюються в одному контексті, а підкресленими – англіцизмами:

フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ /
コケコッコ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ /
フジヤマ サンライズ / アグレッシブ・ビーム / もうすぐ君の夜が明ける / どんないいことがあるだろう / おみくじ引くたび大吉 / 楽しみだ / 一富士二鷹三なすび君の正夢はどれだろう / つぼみがついに花になる / その時だ / おめめはパチパチこころはドキドキ / からだはウズウズ ジャストミート / モモクリ サンネン / ツルカメ ナンネン / ユメミル ショーネン / がんばって / 出逢いは偶然 / それとも運命 / 一度の人生 / 猛ダッシュ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / コケコッコ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / アグレッシブ・ビーム / 僕にも僕の夜が明ける / どんないいことがあるだろう / 茶柱立って縁起良く / 出逢だ / ガハハと君がツボって それ聞いて / こっちもウケる人と人はつながって / 生き物だ / 寝起きもシャキシャキ予感にウキウキ / オーラはキャピキャピ レッツゴー / アッパレ オーライ / ニンゲン バンザイ / イッサイガッサイ / パリピーポー / 気持ちをオープン / 未来に興奮 / チンブンカンブン / でもいいや / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / コケコッコ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / アグレッシブ・ビーム / おめめはパチパチこころはドキドキ / からだはウズウズ ジャストミート / モモクリ サンネン / ツルカメ ナンネン / ユメミル ショーネン / がんばって / 出逢いは偶然 / それとも運命 / 一度の人生 / 猛ダッシュ / アッパレ オーライ / ニンゲン バンザイ / イッサイガッサイ / パリピーポー / 気持ちをオープン / 未来に興奮 / チンブンカンブン / でもいいや / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / コケコッコ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / フジヤマ サンライズ / アグレッシブ・ビーム

Якщо узагальнити у цифрах, то отримаємо такий математичний «рецепт» успішної пісні:

- 85 слів (не рахуючи службових);

- із них 9 невмотивованих англіцизмів, що дублюють значення власне японських слів, а тому потреби їх запозичувати немає;

- 38 слів, що повторюються в одному і тому самому контексті (ті, що повторюються в різних контекстах, як, наприклад, 君の夜が明ける і 君がツボってる чи 縁起良く й どんないいことが, ми не враховували).

Слова у наведеній пісні повторюються різну кількість разів – від 2 і до 24 (!). Загалом багаторазове повторення нехитрого приспіву з трьох-чотирьох слів є дієвим способом змусити слухачів запам'ятати пісню ледве не з першого прослуховування, виступаючи методом сугестивного впливу на слухача і вводячи його у своєрідний транс. Доказом сили навіювання примітивних приспівів популярних пісень є хоча б те, що можна спостерігати, як їх повсякчас наспівують діти – категорія слухачів, що найлегше піддаються навіюванню.

Як ще один прояв примітивізації та збіднення мови популярних пісень ми зазначили вище обмеженість уживання образних засобів у таких ліричних текстах. Тут насамперед маємо на увазі бідність стилістичних зображальних засобів, тобто метафор, епітетів, художніх порівнянь тощо. Звісно, не можна стверджувати, що тропів у текстах популярних пісень геть бракує, оскільки вони все-таки є ліричними творами, дарма що низької якості. Але про рівень цих художніх засобів можна зробити певні висновки, поглянувши на приклади тропів, що їх ми відібрали з текстів поп-пісень. Отже, серед метафоричних зворотів спостерігаємо, наприклад, такі: 気持ちをオープン; 気持ちア・ゲル; 目に入る; 明日が見える; 涙止まらない; 思い出に包まれ; 海も空も山もほら泣いてる; *пудрила мозги; впав я в дитство; спустив наслідство; кришу зриває*. Чи мають наведені метафори якусь художню цінність – питання риторичне: більшість із них є так званими «стертими метафорами», до яких ще й потрапили деструктивні іншомовні елементи. Не надто відрізняється і ситуація з художніми порівняннями й епітетами. Зокрема, нам удалося відшукати такі порівняння: 恋するトリュフみたい; like a ジェダイ; *ми з тобою, як ті журавель і синиця; ти вийшла, як сонце з-за хмар, як із нирки виходи камінь; струнка, як берьозка*. Погляньмо на типові епітети в ліричних текстах популярних пісень: 空回りのパッション; ピュアな気持ち; 魔法界の王子; 甘い自分; 100万ドルの夜景; *неземна краса; крутий чувак; жаркий поцілунок*. Отже, констатуємо обмеженість і примітивність стилістичних семасіологічних засобів у мові поп-пісень, а також їхнє засмічення елементами чужої мови. Бідність тропів пояснюємо тим, що ці художні засоби мають бути зрозумілими для цільової аудиторії таких пісень, тобто «посереднього» слухача, не обтяженого багажем знань чи ерудицією; надто ж вишукані поетичні образи для споживача масової культури є складними, а тому, напевне, видаються дивними й неприємливими.

Якщо зображувальні стилістичні засоби представлені у текстах популярних пісень дуже обмежено, то синтаксичні стилістичні засоби, натомість, наявні у настільки великій кількості, що можемо говорити навіть про зловживання ними. Зокрема,

синтаксична фігура повтору, що полягає у свідомому, навмисному, розрахованому на стилістичний ефект неодноразовому відтворенні ідентичних мовних одиниць (слів, словосполучень, речень) [1, с. 165], наявна у всіх популярних піснях у надзвичайно великій кількості:

– 大好き大好き大好き大好きだからどんなどんな時も;

– 裸足のFeelingはだけのFeeling

マジになろうよって話

弾けるFeeling始まるFeeling

I got it I got it

思いのままに

You got it You got it

我がままでオッケー

I got it I got it

私は私

You got it You got it

キミはキミなんだ

都会は案の定一人ぼっち

Lonely night Lonely night

Hey傷つけて

Hey傷つくの;

– *I like you! I want you!*

I like you! I want you!

Любов з першого взгляда

I need you тебе, ти – мая серенада!

Любов з першого взгляда

I need you тебе, ти – мая серенада!

– *Супер-пупер*

Модні тачки

Супер-пупер-пупер-пупер-е...

Повторюючи (поруч чи на відстані) одне і те саме слово, мовець апелює до слухача, викликаючи яскравий емоціональний відгук, підкреслюючи думку, створюючи стилістичний ефект наростання. І, як ми вже зазначали вище, багаторазове повторення одних і тих самих слів і фраз, накладене на мелодію, створює ефект навіювання; пісня неначе «закарбовується» у пам'яті, що, звісно, сприяє зростанню популярності виконавця. Окрім цього, повторення (приспіву, рефрени) одних і тих самих слів і словосполучень допомагає уникнути підбирання слів за римою і розміром, адже одне і те саме слово ідеально римується, а одна і та сама фраза допомагає зберегти віршований розмір без зайвих зусиль. Тож цілком логічно, що саме повтор і виявився найчастотнішим стилістичним засобом у всіх популярних піснях, які послугували нам за матеріал дослідження.

Однак доволі широко у ліричних текстах поп-пісень представлені також і інші синтаксичні стилістичні засоби, зокрема, еліipsis, інверсія, асиндетон, номінативні речення. Наведемо кілька прикладів їхнього вживання у текстах пісень:

- 涙止まらない;
- 「今日は良いか」と甘い自分にTIKI BUN TIKI BUN;
- 泣くわけないでしょ泣くはずがない;
- 瞳を閉じて待ってるよ君のこと、照れるなよ、頭にゴミ〜っ;
- *Короче, сонця затменіє;*
- *Супер-пупер*
- Модні тачки*
- Свіжий подих твоєї і моєї жвачки*
- Смайли...;*
- *Альо, гараж, дівчата! Ми їдемо на море!*
- Не в Турцію, Єгипет, а наш адрес – ЮБК;*
- *Оу-я, оу-я-я! Ялта, жєнцині і я!*
- Das ist super Чингізхан,*
- Чорне море – океан!;*
- *Цілий тиждень на роботі*
- Заклопотаний в турботі.*

Вживаючи еліптичні речення, що притаманні насамперед розмовній мові, виконавці неначе відтворюють недбале розмовне мовлення, що сприяє створенню невимушеної неформальної атмосфери. На нашу думку, багате використання еліптичних конструкцій має на меті, по-перше, наблизити текст пісні, а, отже, і самого співака до народу, зробити його ніби «своїм» (подібну роль, нагадаємо, на наше переконання, відіграє також суржик у пісенних текстах); а, по-друге, підкупити своєю неформальністю, використати цей стилістичний ефект для сугестивного впливу на слухача. Таку саму роль ми приписуємо й інверсії, на яку також багате насамперед неформальне розмовне мовлення.

Лаконізм номінативних речень, як нам відомо, безпосередньо апелює до уяви реципієнта [1, с. 167], отже, цілком можливо, що і вони виступають елементом навіювання, оскільки слухач, сам того не усвідомлюючи, пов'язує певні свої уявлення з текстом пісні, екстраполює власний досвід на пісенний текст, персоніфікує почутий ліричний текст.

Різноманітне вживання (хоча, можливо, доречніше було би сказати «зловживання») синтаксичних стилістичних засобів, однак, не збагачує мову пісні, а радше надає їй уривчастого характеру, близького до спонтанного просторічного мовлення (яке, як відомо, нерідко нехтує мовними нормами). Нам видається, що повсякчасне опускання головних чи службових членів речення, зміна порядку слів у реченні розмиває синтаксичні мовні норми і знижує культуру мови, а відтак – мовну свідомість.

Окрім указаних уже вище мова як японських, так і українських популярних пісень має ще низку спільних особливостей:

1) обмеженість тематики і, відповідно, лексики. Так, тематичне поле «кохання» представлено звичай обмеженою кількістю лексем: *любов, кохання, бажання, сексуально (-ий / -а), серце, поцілунок, почуття; 気持ち、運命、大好き、愛、恋、LOVE, BABY、キス*. Звісно, інтимна лірика завжди була і буде одним із основних жанрів ліричного роду, але поезія кохання (як українська, так і японська) віддавна багата на

авторські метафори, яскраві художні образи й різноманіття лексики (а українська – ще й на нестандартні рими); у текстах пісень же тема кохання максимально збіднена, обмежена, приземлена. Орієнтуючись на посереднього, масового слухача, автори пісень нехтують синонімічним потенціалом мови, обмежуючись лише найчастіше вживаними лексемами, збіднюючи тим самим й активний лексикон своїх слухачів;

2) наявність у мові пісень мішаних мовних одиниць, утворених шляхом морфологічної гібридизації елементів двох мов (української та російської і, відповідно, японської та англійської). Звісно, ця проблема набагато гостріше стоїть для мови українських пісень; деструктивному явищу мовної гібридизації в японських піснях далеко до масштабів гібридизації мови українських пісень, у результаті якої вона перетворюється на суржик. Проте, як нам видається, навіть поодинокі гібридні мовні одиниці, безперечно, ведуть до заміщення мови і зниження мовленнєвої культури. Серед мішаних мовних одиниць, які ми відшукали у текстах популярних пісень, можемо навести такі: *Fly したい* (дієслово утворене з іншомовного іменника шляхом додавання до нього дієслівного суфікса *する* відповідно до граматики японської мови), *lady の*, *daddy の* (утворення родового відмінка від іншомовних іменників за допомогою японського відмінкового форманта *の*), *ピュアな* (утворення з іншомовного прикметника напівпредикативного прикметника за правилами граматики японської мови); *познакомився* (додавання до російського дієслова українського дієслівного закінчення минулого часу -в), *доверчива* (додавання до російського прикметника українського прикметникового закінчення -а), *шукаєм* (заміна українського дієслівного закінчення на російське), *тілько* (гібридне утворення з українською початковою частиною й російською кінцевою) тощо.

Звісно, маючи цілу низку схожих проявів, примітивізація мови у масовій культурі різниться в різних мовах по-різному. Приміром, характерною рисою збіднення української мови у сучасній поп-культурі є доволі обмежений перелік рим, що лягають в основу віршованих текстів популярних пісень. Так, із пісні в пісню кочують тривіальні рими на кшталт: *кохання – востаннє; любов – знов – кров; очі – ночі – хочу; тіло – хотіла; небо – треба – тебе; життя – почуття; сонечко – віконечко*, а також дієслівні римування (*хотів – зумів; кохаю – бажая*), яких уникає кожен поет, що хоча би трохи себе поважав. Тривіальність рим є проблемою не лише українських пісень: наприклад, ледве не в кожній другій англомовній популярній пісні можемо почути риму *fire – desire – higher і together – forever*. Натомість, характерною особливістю мови японських популярних пісень є повсякчасне вживання ониматопей, якими автори замінюють низку членів речення: *おめめはパチパチ; ころはドキドキ; からはウズウズ; ダラダラchill, ドキドキなぜ?; かけちゃうぞびっぴび; 「今日は良いか」と甘い自分にTIKI BUN TIKI BUN; ふわふわ口どけの恋するトリュフみたい; ズキズキ胸の奥が甘くってモドカシイ*. Заміна різних частин мови ониматопеями робить мову японських пісень схожою на дитячу мову, де словниковий запас дитини обмежений, і невідомі їй слова вона замінює на звуконаслідування, пов'язане в її уяві з поняттям, яке вона не може назвати. Ця схожість із дитячою мовою ще раз підштовхує нас до думки про примітивізацію мови популярних пісень.

Що ж, спробуємо зробити висновки з наших міркувань. Ліричні тексти сучасних популярних пісень віддзеркалюють мову масової культури, яка є набагато обмеженішою порівняно з літературною мовою, а також усотує в себе всі негативні мовні явища, пов'язані зі взаємодією мов в умовах глобалізованого суспільства. Українські та японські поп-пісні у цьому сенсі мають чимало спільного (зокрема, обмежений словниковий запас, бідність зображувальних стилістичних засобів, невмотивовані запозичення з іншої мови, зловживання синтаксичними стилістичними засобами, вживання гібридних мовних одиниць), проте характеризуються також і низкою специфічних рис, викликаних як лінгвістичними, так і екстралінгвістичними особливостями японських та українських реалій (зловживання ономапоетизмами у текстах японських поп-пісень; використання суржику і тривіальних рим в українських піснях). Примітивізація мови у популярних піснях, наявність грубих стилістичних помилок у текстах пісень і підштовхує нас до думки про свідоме збіднення мови й розхитування мовних норм, інакше кажучи, деградацію мови у сучасній масовій культурі, що зрештою веде до деградації мовної свідомості й мовної особистості. Ми, звісно, розглянули лише один елемент масової культури, тож, безумовно, поле для подальших досліджень у цій сфері широке.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Букрієнко А.О. Стилістика японської мови / Букрієнко А.О., Комісаров К.Ю. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2015. – 320 с.
2. Масенко Л. Т. Суржик: між мовою і язиком / Лариса Терентіївна Масенко. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 135 с.
3. НАШЕ. Тексти пісень : [електронне джерело] – режим доступу до джерела: <https://nashe.com.ua>. Назва з екрана. Дата звернення: 09.03.2018
4. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / Селіванова О. О. – Полтава: Довкілля. – К., 2006. – 716 с.
5. Ciubăncan, Magdalena. Decorative English in Japan / Magdalena Ciubăncan // Concordia Discors vs Discordia Concors: Researches into Comparative Literature, Contrastive Linguistics, Translation and Cross-Cultural Strategies. – Suceava: Inter Litteras Research Centre, STEFAN CEL MARE Publishing House, 2012. – P. 127-146
6. Dougill, John. Japan and English as an alien language / John Dougill // English Today 93 vol. 24 No. 1/2008. – P. 18-22
7. Mojim 歌詞: [електронне джерело] – режим доступу до джерела: <https://mojim.com>. Назва з екрана. Дата звернення: 09.03.2018
8. Stanlaw, James. Japanese English: Language and Culture Contact / James Stanlaw. – Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004. – 375 p.

Стаття надійшла до редакції 28.03.2018