

МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ

УДК 811.521:304.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.1.2/21>

Комарницька Т. К.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЛЕКСИКА ЯКУВАРІГО ЯК СПЕЦИФІЧНА РИСА МОВИ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ ЯПОНІЇ

У статті проаналізовано вживання рольової лексики якуваріго (役割語) у мові масової культури Японії, описано її сутність, розглянуто її класифікацію та роль у формуванні й підсиленні гендерних стереотипів у сучасній японській масовій культурі. Рольова мова якуваріго функціонує насамперед у художніх жанрах масової культури Японії (аніме, манзі, фільмах та серіалах), де вона є набагато частотнішою, ніж у реальному мовленні, маркуючи масово-культурних персонажів як належних до певної статі й віку і підкріплюючи стереотипні уявлення про типову поведінку представників відповідних соціальних груп. При цьому, однак, нерідко вживання рольової лексики якуваріго авторами масово-культурних творів має на меті продемонструвати і нетипову мовленнєву поведінку персонажів та підкреслити їхній специфічний характер чи емоційний стан, якщо мовлення конкретного персонажа наповнене нехарактерною для його статі й віку лексикою якуваріго. До лексики якуваріго запропоновано відносити гендерно марковані експресивні частки (зокрема, «чоловічі» ざ і ぞ та «жіночі» わ і かしら), а також гендерно та/або соціально марковані особові займенники першої (わし, あたし, 僕, 俺) і другої особи однини (君, あんた, お前, 手前, おめー, てめー). На прикладах із сучасних японських поп-пісень, манги, аніме, фільмів та серіалів продемонстровано, що вживання лексики якуваріго у творах масової культури не відповідає реальному узусу в сучасній японській мові, з чого можна зробити висновок про те, що мова масової культури являє собою окремий лінгвістичний феномен, що не є тотожним літературній чи розмовній мові. Також було висунуто гіпотезу про те, що таке специфічне персонажне мовлення у творах масової культури впливає на зміну мовленнєвих пріоритетів серед молодого покоління споживачів масової культури та набуття ним нетипової комунікативної поведінки.

Ключові слова: японська мова, мова масової культури, рольова мова, персонажне мовлення, гендерно маркована лексика, частка, особовий займенник.

Постановка проблеми. Масова культура як яскравий маркер постіндустріальної доби і постмодернізму являє собою дієвий механізм керування масами і завдяки невід'ємній комерційній складовій здатна впливати на цілу низку суміжних сфер життя. За нашими спостереженнями, масова культура впливає і на мову, видозмінюючи її та «підганяючи» її під свої стандарти. Так, на нашу думку, формується мова масової культури – окремий соціофункційний лінгвістичний феномен, що на всіх мовних рівнях відрізняється як від літературного стандарту, так і від відомих соціолектів. Досліджуючи мову масової культури Японії, ми звернули увагу, що яскравим розрядом лексики, яка побутує у мові масової культури і являє собою одну з провідних тенденцій розвитку лексичного

складу останньої, є лексика, що належить до так званої рольової мови (役割語, якуваріго), наукове осмислення якої в японському мовознавстві почалося відносно нещодавно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як відомо, сам термін «якуваріго» на початку тисячоліття запровадив у своїй праці 「役割語探求の提案」 (2000) та розвинув у наступній 「ヴァーチャル日本語 役割語の謎」 (2003) мовознавець, професор Осацького університету Сатоші Кінсуї (金水敏) та запропонував розуміти під ним набір особливостей розмовної мови, як-от лексику, граматичні та фонетичні характеристики, які можуть асоціюватися з певним типом персонажа відповідно до статі, віку, соціального статусу, національності тощо, і, навпаки, коли певний образ

персонажа здатний викликати в нашій уяві якісь характерні мовленнєві особливості, які, ймовірно, будуть йому притаманні [2]. При цьому, як пише проф. Кінсуї, рольова мова належить до так званої «віртуальної мови», тобто не відповідає реальному використанню мови, а експлуатується у художніх жанрах масової культури (фільмах, серіалах, аніме, манзі) й має на меті поширювати, або ж навпаки, руйнувати мовні стереотипи, пов'язані з тим, яким має бути мовлення людини залежно від її віку, статі, статусу тощо [2]. Свою концепцію якуваріго дослідник розвинув у виступі на 7-й Міжнародній науковій конференції «Comicology: Probing Practical Scholarship» у 2015 році, під час якого запропонував розуміти під якуваріго нову галузь японського мовознавства, яка вивчає зв'язок між мовленнєвими характеристиками та особливостями персонажів у художніх жанрах масової культури. Отже, фактично якуваріго являє собою ще один соціальний різновид мови, який, однак, відрізняється від решти сферою свого функціонування – це не реальне спілкування реальних мовців, а лише уявлення про те, як могли би спілкуватися між собою уявні персонажі різних масово-культурних жанрів. До речі, у цій уявності («віртуальності» за Сатоші Кінсуї) мови якуваріго можемо простежити паралель із бодірієвською масово-культурною концепцією про симулякр, яку, на нашу думку, дійсно можна екстраполювати у лінгвістичну площину і розглядати мову масової культури як маніфестацію симулякра на лінгвістичному рівні. І дійсно, як пише проф. Кінсуї, масмедійна продукція – це світи віртуальної реальності, що їх цілеспрямовано створили автори, і які є сферою використання гендерної та соціально-рольової мови, що не відображає реальний узус [2]. Прикметно також, що у своїй праці науковець спирається, зокрема, на цитату письменника і філолога, відомого в Японії поборника культури мови Йошінорі Шімідзу (清水義範) з його есею 「小説の中の言葉」, що входить до збірки есеїв 「日本語必笑講座」, у якому він пише: «Мова у романі – це вигадана мова, створена для вживання в рамках самого роману. Я міг би спробувати писати реальною мовою, а не стилізованою, але написати реальною мовою весь роман практично неможливо» [2, с. 21–22]. До речі, схожий підхід знаходимо і в українській науковій думці: «Персонажне мовлення є одним із найцікавіших об'єктів дослідницької уваги лінгвістів сьогодні, адже воно відрізняється від природного мовлення людей завдяки особливостям процесу творення та всіляко прагне уподібнитися йому» [1, с. 140].

Постановка завдання. З огляду на актуальність проблеми якуваріго нам хотілося б описати різновиди цієї лексики та проаналізувати її роль у мові масової культури Японії, а також поміркувати над можливими впливами рольової мови якуваріго у масовій культурі на споживачів цієї культури.

Виклад основного матеріалу. За нашими спостереженнями, на лексичному рівні якуваріго у мові масової культури виявляється у вживанні специфічних гендерно-рольових слів, що належать до класу займенників або часток (Ж. Унзер-Шутц у своїй праці на матеріалі манги також аналізує саме ці два класи гендерно маркованих слів [7]); при цьому лексика якуваріго найактивніше функціонує саме у художніх жанрах масової культури (манга, аніме, кіно й телесеріали), однак її вжиток не обмежується лише цими жанрами і проникає до нехудожніх, а саме, до реклами (це можемо пояснити прагненням рекламодавців надати своїй продукції художності й естетики і зробити її таким чином максимально привабливою та яскравою). Розглянемо обидва класи гендерно-рольових слів у мові масової культури Японії.

Якуваріго – частки

Відомо, що характерною особливістю японських експресивних часток є їхній поділ за гендерним критерієм на чоловічі та жіночі, у чому й полягає потенціал їхнього використання як якуваріго. Наприклад, частки *ぞ* та *ぜ* трапляються тільки у мовленні чоловіків, а частки *わ* і *かしら*, навпаки, притаманні жіночому мовленню, однак на практиці вживання таких гендерно маркованих часток мовцями не є частотним [2, с. 25; 6]. Натомість у мові масової культури ситуація має дещо інший вигляд: у манзі жіночі персонажі набагато частіше вдаються до жіночих часток, ніж реальні жінки [8, с. 147]; виключно жіночі частки набагато частіше можна почути і в телесеріалах та аніме, ніж у реальному житті, а найбільша різниця, за підрахунками дослідників, помітна у вживанні частки *わ*, яка трапляється лише у 0,25 % реальних розмов на відміну від 18,84 % телесеріалів [5]. Отже, дійсно така не зовсім природна експлуатація гендерно маркованої лексики є характерною особливістю мови масової культури Японії. Крім телесеріалів жіноча частка *わ* частотна у мовленні героїнь аніме, манги і фільмів, а також у ліричних текстах популярних пісень, наприклад:

カードが落ちたわ。(з аніме);

和美：行くわよ。

雄介：どこへ？

和美：進藤さんの家。

雄介： やめた方がいいんじゃないの？ (із серіалу);

花森恵子： 五郎ちゃんはおめでたいところがあるから気をつけたほうがいいわよ。

財前五郎： 俺が、おめでたいだと？ (із фільму);

いつも前向きでキラキラ☆しててまぶしいわ (із манги);

私 カマチョなんかじゃないわ

一般庶民は興味深いわ (із популярної пісні гурту «Idol College»).

Те саме можна стверджувати і про іншу жіночу частку *かしら*, яка активно експлуатується насамперед у мові масової культури, наприклад:

こっちじゃないのかしら (із аніме);

壊れた大切なものといつかまた会える日が来るかしら？ (із популярної пісні співачки YUKI).

Окрім цих типових «жіночих» часток мова масової культури також залучає й інші гендерно марковані частки, які у реальному мовленні не є настільки частотними. Наприклад, у художніх жанрах мови масової культури натрапляємо на «чоловічі» частки *ぜ* та *ぞ*, які є дуже неформальними й емоційними з фамільярним нюансом:

えー 次 さぼっちまおうぜ～ (із манги);

見つけたぞ！！ (із манги);

まだメイのものってきまってないぞ！ (із аніме).

При цьому особливістю вживання гендерно маркованих часток у мові масової культури є те, що вони можуть як підкріплювати традиційні гендерні стереотипи щодо мовлення японських чоловіків чи жінок, так і навпаки підкреслювати дисонанс певного персонажа з очікуваною від нього мовленнєвою поведінкою (наприклад, коли певний персонаж чоловічої статі підкреслено вживає «жіночі» частки або ж навпаки); у цьому вбачається намір творців культурного продукту надати додаткових специфічних характеристик окремому персонажу [2]. Відповідно, за рахунок експлуатації якуваріго у своїй мові масова культура здатна ще більше вкоренити гендерні стереотипи [8, с. 134] і нав'язати споживачам свого культурного продукту примітивне, спрощене і вузьке уявлення про те, як спілкуються чоловіки та жінки, що тягне за собою і зміцнення стереотипів щодо соціальної ролі кожної зі статей [2; 3, с. 32; 8, с. 147].

Особові займенники якуваріго

Таку саму роль у лексиці якуваріго відіграють і особові займенники, система яких, як відомо, у японській мові є доволі розвиненою і варіюється

залежно від рівня формальності / ввічливості, а також статі особи [4] (що насправді є доволі парадоксальним з огляду на те, що у реальному спілкуванні японці всіляко уникають уживати особові займенники, вважаючи найменування людей за допомогою займенників не надто ввічливим). Отже, поряд із нейтральним особовим займенником першої особи однини *私* у системі японської мови існують також гендерно й соціально марковані відповідники *わし*, *あたし*, *僕*, *俺*, вживання яких у мові масової культури підкреслює приписування персонажа до певної статі й віку: *わし* вживатимуть персонажі старшого віку, *あたし* – жінки, здебільшого молоді, *僕* – чоловіки, *俺* – чоловіки у неформальних ситуаціях спілкування та фамільярному стилі. Те саме притаманне і групі особових займенників другої особи однини, де поруч із нейтральним *あなた* існують марковані *君*, *あんた*, *お前*, *手前*, *おめー*, *てめー*, вживання яких, однак, не прив'язане до статі того, кого ними називають, а радше вказує на стать і рівень увічливості / вихованості мовця, який використовує їх стосовно свого співрозмовника. Всі вони здебільшого характерні для чоловічого мовлення, а чотири останні є ще й пейоративними, за рахунок чого активно функціонують у мові фільмів, аніме й манги для підкреслення роздратування чи навіть люті персонажів, що їх уживають; при цьому, на відміну від реального мовлення, грубі займенники *お前*, *手前*, *おめー*, *てめー* доволі часто вкладаються у уста жіночих персонажів (у реальному ж мовленні японські жінки традиційно уникають грубих слів і граматичних конструкцій [10, с. 222]).

Погляньмо на приклади вживання особових займенників якуваріго у мові масової культури:

理花さん。オレをまた原田デザインで使ってもらえますか？ (з аніме);

3つめの答えを、僕は、口にしない(з аніме);

オレに無いのは、目的地なんだ (з аніме);

それをケアすんのがアンタの役目だろう！

(з аніме);

カッコ悪いよ俺 (із серіалу);

お前の気持ちすごくうれしかった (із серіалу);

あんたも行くんやで (із манги);

あたしもうなんにも言えへんから (із манги);

俺たちの青春．．． (із манги);

なにしてるだ？おめーは？ (із манги);

オラ受験で忙しいだ帰れ！！ (із манги);

у цьому випадку спостерігаємо фонетичне спотворення займенника *おれ* до *おら* як елемент фоноекспресивності й надання і без того просто-

річній одиниці ще більшої різкості, брутальності й «чоловічності»);

オレたち We are EBiDAN (із популярної пісні);
こいつ俺にとってのオンリーワンだ (із реклами; просторічно-грубе чоловіче俺 «підсилене» ще одним просторічно-грубим займенником こいつ, характерним здебільшого для чоловічого мовлення);

僕もあたしも節約しよう! (із реклами).

При цьому, як ми і зазначали вище, подеколи творці масово-культурної продукції навмисно вкладають в уста своїх персонажів займенники-якуваріго, що суперечать стереотипним уявленням про стать і статус персонажа, який мав би їх уживати. Так, деякі жіночі персонажі підкреслено вживають грубі «чоловічі» займенники щодо себе, а також фамільярно-пейоративні займенники другої особи однини, використовувати які у реальному мовленні дозволяють собі тільки чоловіки:

油断するなよ。分からないことはオレに聞け。なっ? (із аніме);

オレ、いつかあの町に行くんだ。こんなとこ絶対にやめてやる。(із аніме);

てめーはほんとにこのやろう (із манги; цей займенник є настільки пейоративним, що його взагалі уникають у мовленні [4]);

てめーは夕飯どーした?! (із манги);

あんたが先やろ?! おまえがしょーもないこと言うからや!! (із манги);

おまえみたいなヤツぜんぜんすきちゃうねん!! (із манги; у цьому прикладі жіночий персонаж уживає не тільки знижено-фамільярний особовий займенник другої особи однини おまえ, а й грубий просторічний займенник ヤツ, у реальному спілкуванні типовий для чоловічого мовлення).

На основі цих прикладів яскраво бачимо, наскільки вживання лексики якуваріго у мові масової культури не відповідає реальному узусу, адже уявити собі справжніх японок, які би так вільно послуговувалися, наприклад, пейоративними займенниками другої особи однини стосовно своїх співрозмовників, неможливо. І наші думки про різницю між мовленням справжніх людей і вигаданих персонажів підкріплені аналогічними висновками дослідників [9, с. 41]. При цьому, однак, з огляду на популярність та авторитетність масово-культурної продукції (особливо серед молоді) очевидно, що якуваріго впливає на мовні смаки аудиторії і підриває усталені мовленнєві традиції. Так, за даними Ж. Унзер-Шутц захоплення мангою у колі студенток стало однією з причин поширення серед них традиційно чоловічих особових займенників першої особи однини 僕 й 俺, через що таких дівчат стали жартома називати ボクっ子 й オレ女 [8].

Висновки. Наведений матеріал свідчить, що активна експлуатація лексики якуваріго у мові масової культури Японії, так само, як і субстандартної лексики загалом, не відповідає нормам літературної мови, роблячи мову масової культури особливою на лексичному рівні та фактично прирівнюючи її до субстандарту, який, однак, відрізняється від уже усталених та описаних у лінгвістичній теорії варіантів субстандарту, оскільки поєднує у собі елементи різних субстандартних явищ. Уважаємо, що перспективу має подальше вивчення ролі інших розрядів субстандартної лексики у мові масової культури, що зрештою допоможе зрозуміти соціофункційний статус останньої.

Список літератури:

1. Оробінська Р. Синтаксис еліптичного речення в персонажному мовленні німецького кіно. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 37. Т. 2. С. 139–144.
2. Kinsui S. Virtual Japanese: The Enigma of Role Language. Osaka, 2003. URL: <https://ir.library.osaka-u.ac.jp/repo/ouka/all/67215/> (дата звернення: 28.11.2024).
3. Kinsui S., Hiroko Ya. Role language and character language. *Acta Linguistica Asiatica*. 2015. № 5(2). P. 29–41.
4. Kloutvorová H. First Person Expressions Used by Teenage Girl Characters in Shōjo Manga. *Silva Iaponicarum*. 2021. FASC. LXIV/LXV. Spring/Summer. P. 23–38.
5. Makino S., Michio T. A Dictionary of Intermediate Japanese Grammar. Tokyo : The Japan Times, 1995. 760 p.
6. Sreetharan S. Japanese Men's Linguistic Stereotypes and Realities. 2017. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Japanese-Men%27s-Linguistic-Stereotypes-and-Realities-Sreetharan/f823106502ff2ddc8ebe2fa39b8f6a69e7164c25> (дата звернення: 14.11.2024).
7. Unser-Schutz G. Influential or influenced?: The relationship between genre, gender and language in manga. *Gender and Language*. Forthcoming. 2015. URL: <https://journal.equinoxpub.com/GL/article/view/11413> (дата звернення: 17.11.2024).

8. Unser-Schutz G. What text can tell us about male and female characters in shōjo- and shōnen-manga. *East Asian Journal of Popular Culture*. 2015. Vol. 1. № 1. P. 133–153.
9. 信國萌. 役割語としての＜関西弁＞とドイツ語翻訳についての一考察 – 『名探偵コナン』を例として-. 都市文化研究. 2023. 第25号. 頁41–51.
10. 益岡隆志, 田窪行則. 基礎日本語文法. 東京 : くろしお出版, 1992. 251 頁.

Komarnytska T. K. YAKUWARIGO VOCABULARY AS A SPECIFIC FEATURE OF THE MASS CULTURE LANGUAGE OF JAPAN

The paper analyzes the use of role vocabulary yakuwarigo (役割語) in the language of Japanese mass culture, describes its essence, considers its classification and role in the formation and strengthening of gender stereotypes in modern Japanese mass culture. Role language yakuwarigo functions primarily in the fiction genres of Japanese mass culture (anime, manga, films and TV series), where it is much more frequent than in real speech, marking mass-cultural characters as belonging to a certain gender and age and reinforcing stereotypical ideas about the typical behavior of representatives of the corresponding social groups. However, often the use of role vocabulary yakuwarigo by authors of mass-cultural works is aimed at demonstrating atypical speech behavior of characters and emphasizing their specific character or emotional state, if the speech of a particular character is filled with yakuwarigo vocabulary uncharacteristic for his or her gender and age. It is offered to include gender-marked expressive particles (in particular, “masculine” ざ and ぞ and “feminine” わ and かしら), as well as gender- and/or socially-marked personal pronouns of the first (わし, あたし, 僕, 俺) and second person singular (君, あんた, お前, 手前, おめー, てめー) to the yakuwarigo vocabulary. Examples from modern Japanese pop songs, manga, anime, films and TV series demonstrate that the use of yakuwarigo vocabulary in works of mass culture does not correspond to the real usage in the modern Japanese language, from which it can be concluded that the language of mass culture is a separate linguistic phenomenon that is not identical to literary or spoken language. It was also hypothesized that such specific character speech in works of mass culture influences the change in speech priorities among the younger generation of mass culture consumers and their acquisition of atypical communicative behavior.

Key words: Japanese language, mass culture language, role language, character speech, gender-marked vocabulary, particle, personal pronoun.