

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОМАРНИЦЬКА ТАМАРА КОСТЯНТИНІВНА



УДК 811.521:304.2

МОВА МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ В ЯПОНІЇ: СУТНІСТЬ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

10.02.13 – Мови народів Азії, Африки, аборигенних народів Америки та Австралії

РЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора філологічних наук

Київ – 2026

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України.

Науковий консультант: доктор педагогічних наук, професор
АСАДЧИХ Оксана Василівна,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, професор кафедри мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії

Опоненти: доктор філологічних наук, професор
ЛЕМІШ Наталія Євгенівна,
Український державний університет імені Михайла Драгоманова, декан факультету іноземної філології

доктор філологічних наук, професор
СЕМЕНІСТ Іван Васильович,
Київський національний університет будівництва і архітектури, проректор із науково-педагогічної роботи та стратегічного розвитку

доктор філологічних наук, професор
ШКВОРЧЕНКО-ОСАДЦА Наталія Миколаївна,
Міжнародний університет, завідувач кафедри романо-германської філології та методики викладання іноземних мов

Захист відбудеться «19» червня 2026 р. о 10⁰⁰ на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.19 Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01033, м. Київ, вул. Володимирська, 60, ауд. 202 Головного корпусу із використанням засобів відеозв'язку в режимі реального часу за посиланням: <https://knu-ua.zoom.us/j/85238191994?pwd=n1aEsRsRbis8QB9WGhlNXDKpfluApOY>
Ідентифікатор конференції: 852 3819 1994. Код доступу: 254551.

Із дисертацією можна ознайомитися на офіційному сайті Науково-консультаційного центру (<https://scc.knu.ua/zdobuvach-kandydata-doktora-pauk?id=335926>) та в Науковій бібліотеці ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01033, м. Київ, вул.Володимирська, 58, зал №12.

Реферат розіслано «19» травня 2026 року.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



Олеся ЛАЗЕР-ПАНЬКІВ

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Характерними особливостями постіндустріальної доби, яку також називають інформаційною, є глобалізація та продукування нематеріальних культурних благ, здатних задовольнити абсолютну більшість людей, так звану «сіру масу», що протистоїть інтелектуальній меншості. Ця орієнтація на посередність, притаманну народній масі, породила новітнє постіндустріальне явище – масову культуру, націлену на посереднього споживача, який не хоче напружуватися інтелектуально, вимагаючи максимальної простоти і доступності культурного продукту, а цей продукт з огляду на свою масовість, відтак, формує нові тенденції у суспільстві. Звідси й поширені в наукових колах думки про те, що масова культура підриває шляхетні моральні смаки й естетичні цінності (Т. Гундорова), спричиняє кризу ідентичності (Міцухару Міцуй (三ツ井光晴)), нав'язуючи шкідливу інформацію (J. Manning, T. E. Adams), є низькою (Емі Катаока (片岡栄美)), посередньою (М. Домбровська) чи взагалі «антикультурою» (D. McDonald). Однак хоч би як науковці оцінювали сутність масової культури, не можна не погодитися, що вона завдяки своїй численній продукції та спрощеним схемам трансляції сенсів і цінностей здатна впливати на масову свідомість і ціннісні орієнтири соціуму (І. Мельник) (про гіпнотичний вплив масової культури на її споживачів пише, зокрема, Ф. Лівіс). Отже, з одного боку, бачимо негативну оцінку цього феномена дослідниками, а з іншого, — констатацію його сугестивного потенціалу, оскільки він оточує кожного з нас, через ЗМІ реалізується у багатьох жанрах і впливає на інші сумісні сфери життя. Об'єктом масово-культурного впливу також є мова, яка, пристосовуючись до потреб масової культури, зазнає лексичного обмеження, граматичної гібридизації та стилістичної контамінації, що, з одного боку, робить мову примітивнішою, але, з іншого, доступнішою для розуміння інтелектуально не обтяженими споживачами масової культури. Утім, якщо з філософських позицій усе вже більш-менш зрозуміло, то феномен мови масової культури з погляду лінгвістики ще належить осмислити, і в контексті сучасних подій ця проблема видається надзвичайно актуальною, оскільки вплив масової культури на людей не можна недооцінювати, адже, як показав досвід, приміром, України, її впливу зазнає навіть волевиявлення народу на виборах.

Теоретичне обґрунтування поняття мови масової культури засноване на загальнофілософських та культурологічних концепціях про те, що «масова культура характеризується своєю мовою» (В. Корнієнко) і «масова культура змінює мову» (О. Черемська, В. Сухенко), тобто констатації того, що в масовій культурі побутує специфічна мова, яка відрізняється від літературного стандарту на всіх мовних рівнях; при цьому, однак, концепцію мови масової культури у лінгвістиці досі не запропоновано, хоча очевидно, що ця специфічна мова впливає на кожного.

З методологічного погляду для дослідження виокремленого феномена мови

масової культури було взято системно-структурний підхід Ф. де Сосюра, згідно з яким було здійснено спробу розглянути мову масової культури Японії як систему зі своїми особливостями на фонетичному, лексичному, морфологічному та синтаксичному рівнях, що відрізняють її від стандартної японської мови. Також у рамках міждисциплінарного підходу вдалося здійснити перенесення загальних філософських концепцій сутності, характеристик та обсягу масової культури на мовну площину, що уможливило окреслити рамки мови масової культури, а також її особливі риси.

Актуальність теми дисертації зумовлена її спрямуванням на вивчення новітнього не описаного досі феномена мови масової культури, що дозволяє окреслити останні тенденції мовних змін, викликаних трансформацією глобальної культурної парадигми, й осмислити формування сучасних мовних субстандартів, які нав'язуються реципієнтам за посередництва ЗМІ, впливаючи на їхню мовленнєву культуру. Вплив масової культури на мову актуалізує міждисциплінарний підхід, що уможливлює розгляд мови як системи у її взаємозв'язку з актуальними загальногуманітарними проблемами, які виявляються, зокрема, в аксіологічному зсуві в суспільстві, візуальному повороті в культурі й поширенні кліпової свідомості. Відповідно, аналіз кожного мовного рівня не описаного раніше лінгвістичного феномена мови масової культури дозволяє простежити тенденції мовозміни і спрогнозувати можливі майбутні трансформації у мовному стандарті.

Зв'язок дисертації з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію у вигляді рукопису виконано самостійно відповідно до тематичного плану науково-дослідницьких робіт кафедри мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Актуальні проблеми лінгвістики, літературознавства та освіти країн Далекого Сходу та Південно-Східної Азії» (20КП044-08). Тему дисертації затверджено рішенням Вченої ради Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 3 від 30 жовтня 2023 року).

Метою дослідження є комплексний опис феномена мови масової культури Японії у системно-структурному аспекті з визначенням особливостей його реалізації у кожному масово-культурному жанрі та на кожному мовному рівні.

Завданнями цієї роботи є:

- 1) сформулювати визначення поняття мови масової культури Японії та виокремити її риси, що корелюють із характеристиками власне масової культури;
- 2) з'ясувати обсяг поняття мови масової культури в контексті визначення масово-культурних жанрів;
- 3) продемонструвати мовну специфіку кожного жанру масової культури Японії у її взаємозв'язку з позамовними особливостями кожного жанру;
- 4) проаналізувати особливості фонетичного рівня мови масової культури Японії

в контексті ненормативних фонетичних інновацій, що їй притаманні;

5) підрахувати співвідношення лексичних одиниць канго, ваго, гайрайго у лексичній системі мови масової культури Японії, зіставити його з пропорціями у літературній мові та пояснити відхилення від стандартних пропорцій;

6) описати субстандартні лексичні явища у мові масової культури Японії та їхню роль з огляду на реалізацію основної мети масової культури;

7) описати тенденції морфологічної гібридизації та ненормативної редукції морфологічних форм дієслова у мові масової культури Японії та з'ясувати причини цих морфологічних девіацій;

8) виявити і проаналізувати синтаксичні девіації у мові масової культури Японії в контексті їхнього зв'язку з головною функцією мови масової культури та власне самої масової культури;

9) провести опитування серед японців стосовно їхнього сприйняття мовних девіацій у мові масової культури Японії та проаналізувати його результати, зіставивши їх із робочою гіпотезою дослідження;

10) з'ясувати сутність мови масової культури Японії як новітнього мовного субстандарту, що розвивається відповідно до тих вимог, які висуває до нього сучасна масова культура, і задовольняє її запити.

Об'єктом дослідження є мова сучасної японської масової культури, а **предметом** – сутність та обсяг поняття мови масової культури Японії, мовна специфіка провідних масово-культурних жанрів Японії, особливості фонетики, лексики, морфології та синтаксису мови масової культури Японії в контексті виявлення тенденцій її розвитку.

Робочою гіпотезою цього дослідження є те, що мова масової культури є окремим новітнім субстандартом, не описаним раніше у лінгвістиці, що значно відрізняється від літературної мови і контрастує з нею так само, як і сама масова культура протиставляється культурі високій; при цьому відхилення від літературної мови у мові масової культури можна спостерігати на всіх мовних рівнях, і вони в більшою чи меншою мірою притаманні мові всіх масово-культурних жанрів.

Матеріалом дослідження є тексти (письмові чи записані) основних жанрів масової культури Японії:

- розважальних телешоу та телевікторин 2019-2024 років: ソレダメ, 天才てれびくん, 水バラ, 対決旅, イッテQ, アメトーク!, ヒルナンデス!, ガリゲル, 嵐にしがれ;

- манги: ラブ★コン (17 томів), おるちゅばんエビちゅ (15 томів), おるちゅばんエビちゅちゅ〜 (3 томи), 堀宮 (17 томів), 気になってる人が男じゃなかった (1 том), ハチミツとクローバー (10 томів), 名探偵コナン (106 томів), 新しい上司はど天然 (2 томи);

- аніме: ホリミヤ (26 серій), おるちゅばんエビちゅ (24 серії), ラブ★コン (24 серії), ハチミ

ツとクローバー (36 серій), Bible Black (2 серії), 新しい上司はど天然 (12 серій); とんりのト
 □ (анімований фільм), 千と千尋の神隠し (анімований фільм);

- телесеріалів: ホリミヤ (7 серій), ハチミツとクローバー (11 серій), 電車男 (11 серій), Summer Snow (11 серій); バラのない花屋 (11 серій), Change (10 серій), 華麗なる一族 (10 серій), 白い巨塔 (21 серія), 女王の教室 (11 серій), がめつい奴 (9 серій), 八重の桜 (50 серій);

- художніх фільмів: ラブ★コン, ハチミツとクローバー, 花より男子, 細雪, がめつい奴;

- модних журналів випусків 2018-2024 років: Cosmopolitan Japan, Vogue Japan, Glamour Japan, Elle Japan;

- друкованої реклами 2019-2024 років у формі листівок, буклетів, білбордів і рекламних шпальт у пресі;

- телевізійної реклами 2022-2024 років (підбірки найкращої реклами 「令和広告大賞」 за 2022-2024 роки);

- популярних пісень виконавців AISHA, YUKI, SUNEONAIR, Idol College, Magic boyz, 初音ミク, Morning Musume, MISIA, Umetora, Babymetal, 松任谷由実, Kanaria, Maximum the Hormone, PinocchioP, Haski, Amatsuki.

Задля демонстрації універсальності помічених тенденцій у мові масової культури як додатковий матеріал були залучені також тексти деяких українських телевізійних фільмів, розважальних телепередач, реклами й популярних пісень.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною базою дослідження є як загальнонаукові підходи, принципи й методи (емпіричні й теоретичні), так і специфічні мовознавчі (як традиційні, так і нові), сукупність яких дозволила комплексно проаналізувати феномен мови масової культури як мовного вияву сучасної культурної парадигми. Завдяки застосуванню принципу трансдисциплінарності й міждисциплінарному підходу вдалося розглянути феномен мови масової культури в контексті аналізу масової культури як такої в рамках соціально-гуманітарних наук (насамперед спираючись на науковий доробок представників Франкфуртської філософської школи та постмодерністської течії), а також обґрунтувати вибір терміна на позначення аналізованого феномена та з'ясувати обсяг останнього. Метод узагальнення допоміг окреслити рамки мови масової культури Японії в результаті аналізу неоднозначних формулювань щодо феномена масової культури в різних джерелах. Дедуктивно-індуктивний метод було застосовано в аналізі та синтезі наукових концепцій визначення масової культури, а також мовних явищ різних мовних рівнів, сукупність яких формує мову масової культури Японії і дозволяє протиставити її літературній японській мові. Гіпотетико-дедуктивний метод дозволив сформулювати робочу гіпотезу дослідження стосовно

сутності й особливостей мови масової культури як новітнього лінгвістичного феномена. Системний метод (на основі вчення Ф. де Сосюра) допоміг окреслити мову масової культури Японії як систему, що реалізується на різних мовних рівнях, а структурно-функційний метод – описати кожен рівень системи мови масової культури і функції специфічних мовних феноменів на кожному рівні у їхньому взаємозв'язку з функціями мови масової культури, як і самої масової культури загалом, а також проаналізувати взаємозв'язки мовних одиниць між різними мовними рівнями (фонетичним, лексичним та граматичним) задля виявлення загальних закономірностей структури мови масової культури та її використання для опису та пояснення мовних феноменів. Серед емпіричних методів було застосовано метод експерименту у формі анкетування серед японських респондентів, що допомогло з'ясувати ставлення японських споживачів масової культури до лексичних та граматичних девіацій у мові масової культури Японії, а також їхнє тлумачення соціофункційного статусу мови масової культури Японії; відтак, отримані дані було інтерпретовано на етапі тлумачення результатів анкетування. Окрім цього, також було застосовано квантитативний метод і прийом кількісних підрахунків, на основі яких було виявлено співвідношення лексичних одиниць різних типологічних шарів лексики у мові кожного жанру масової культури Японії, а також відсоток неповних речень у деяких текстах мови масової культури Японії. Отримані квантитативні дані було проаналізовано з погляду їхніх відмінностей від відповідних даних літературної японської мови за допомогою порівняльного методу; цей самий метод було використано для визначення сукупності диференційних ознак, на основі яких було проведено розмежування субстандартних лексичних одиниць у мові масової культури Японії.

Також було застосовано низку спеціальних мовознавчих методів. Традиційний синхронний лінгвістичний описовий метод із залученням прийомів спостереження, узагальнення, зовнішньої та внутрішньої інтерпретації, а також класифікації допоміг інвентаризувати й систематизувати мовні одиниці різних мовних рівнів, що побутують у мові масової культури Японії, виділити найсуттєвіші їхні ознаки, а також виявити тенденції розвитку мови масової культури Японії на різних мовних рівнях. У рамках комунікативно-прагматичної парадигми було застосовано методи контекстуально-семантичного аналізу, функційний і прагмалінгвістичний, які допомогли встановити змістове наповнення специфічних мовних одиниць різних рівнів у мові масової культури Японії, виявити їхній психолінгвістичний потенціал та комунікативно-прагматичні ознаки, з'ясувати їхню роль у мові масової культури Японії. Метод компонентного і деривативного аналізу було застосовано для розкриття характеристик гібридних морфологічних одиниць у мові масової культури Японії. Частково також було використано метод аналізу словникових дефініцій, елементи етимологічного і стилістичного аналізу. Для аналізу японських масово-культурних текстів на лексико-семантичному і синтаксичному рівнях було

застосовано лінгвістичну комплексну методику.

Наукова новизна дослідження полягає в авторському міжпарадигмальному підході до комплексного дослідження досі не вивченого в лінгвістиці феномена мови масової культури.

Вперше: 1) обґрунтовано виокремлення мови масової культури як системи, що відрізняється від літературної мови на всіх мовних рівнях, характеризується своїми тенденціями, виконує специфічні функції та впливає на рівень культури мови своїх реципієнтів. Виокремлення феномена мови масової культури дозволяє розширити перелік відомих нині мовних субстандартів, а також пояснити динаміку мовних змін на сучасному етапі; 2) запропоновано комплексний підхід для системного описання мови масової культури Японії, що залучає здобутки суміжних гуманітарних дисциплін і польові дослідження: визначення мови масової культури та з'ясування її меж було здійснено в контексті проблеми визначення сутності й обсягу масової культури як такої; мову масової культури розглянуто у двох зрізах – із погляду розуміння її як мовної репрезентації єдності масово-культурних жанрів та в контексті її тлумачення як альтернативної системи, що реалізується на фонетичному, лексичному, морфологічному та синтаксичному рівнях; прагматичний, психолінгвістичний та функційний аспекти мови масової культури Японії були унаочнені завдяки опитуванню серед японських мовців у формі анкетування з подальшою обробкою отриманих квантитативних даних; 3) розроблено нову для лінгвістики концепцію мови масової культури, що допоможе розглянути під новим кутом зору синхронні процеси, які відбуваються з мовою, та спрогнозувати тенденції в мовному узусі з можливим подальшим впливом на літературний стандарт.

Удосконалено класифікацію прийнятих у лінгвістиці мовних субстандартів шляхом її розширення за рахунок включення до неї мови масової культури; визначено та інвентаризовано специфічні мовні одиниці всіх мовних рівнів, що відрізняють мову масової культури Японії від літературного стандарту, за рахунок чого було доведено гіпотезу про те, що мову масової культури Японії можна розглядати як новітній субстандарт і протиставляти нормативній японській мові, як масову культуру – елітарній згідно з концепцією Франкфуртської школи.

Отримали подальший розвиток: класифікація гібридних японсько-англійських морфологічних словотвірних моделей, комплексний аналіз функцій різних видів субстандартної лексики, визначення тенденцій розвитку мови ЗМІ на матеріалі японської мови.

Новим здобутком у роботі є доведення відмінності мови масової культури від літературної на основі результатів власних квантитативних підрахунків, які дозволити унаочнити зміщення пропорцій між типологічними шарами лексики у мові масової культури Японії порівняно з літературним стандартом, а також між повними і неповними (зокрема, еліптованими і номінативними) реченнями у типовому масово-культурному тексті. Новою є запропонована методологія дослідження сутності мови

масової культури із залученням здобутків філософської думки та соціокультурних студій, зокрема, з позицій концепції культуріндустрії Франкфуртської школи, аксіологічного підходу Д. Макдональда, а також постмодерністської концепції Ж. Бодріяра щодо сутності масової культури як симулякра. Перенесення філософсько-культурологічних підходів до сутності масової культури на лінгвістичну площину дозволяє окреслити жанрові рамки мови масової культури, а також проаналізувати риси і функції мови масової культури у їхньому взаємозв'язку з характеристиками самої масової культури, розглядаючи мову масової культури як «вторинну», підпорядковану основній комерційній складовій частині масової культури та її візуальному ряду. Завдяки залученню широкого ілюстративного матеріалу як в усній, так і в письмовій формі було визначено та інвентаризовано специфічні мовні одиниці всіх мовних рівнів, що відрізняють мову масової культури Японії від літературного стандарту.

Теоретичне значення результатів дослідження сформульовано у положеннях, що винесені на захист, і полягає в розробці концепції мови масової культури як окремого новітнього лінгвістичного феномена, що побутує поряд із відомими описаними субстандартами, однак відрізняється від них на всіх мовних рівнях, так само, як і від літературної мови. Аналіз характеристик мови масової культури Японії в усіх масово-культурних жанрах, що мають вербальний складник, та на всіх мовних рівнях (фонетичному, лексичному, морфологічному та синтаксичному) забезпечив доведення сформульованої гіпотези. У результаті здійсненого дослідження зроблено значний внесок у вивчення проблеми мовного розвитку, впливу соціально-культурних факторів на мову і впливу самої мови на суспільство. Аналіз мови масової культури як особливого лінгвістичного феномена є перспективним для сучасної лінгвістики, оскільки він розширює знання про функційну природу мови загалом і про закономірності її функціонування в масовій культурі, що оточує і впливає на кожного члена суспільства. Дібраний у процесі дослідження матеріал є цінним у соціокультурному плані, а також і з історичного погляду, оскільки він відображає ціннісну орієнтацію сучасного постіндустріального суспільства на споживання та нинішні канони в цілому.

Теоретичне значення дослідження сформульовано в **положеннях, які винесено на захист:**

1. Масова культура сформувала власну мову, яка за своєю сутністю відрізняється від літературного стандарту на всіх мовних рівнях.
2. Мова масової культури відображає основні риси самої масової культури на мовному рівні, а також реалізується на мовному рівні постмодерністської концепції симулякра в розумінні Ж. Бодріяра.
3. Мова масової культури Японії реалізується у таких масово-культурних жанрах: модні журнали, популярні пісні, друкована реклама, телевізійна реклама, художні фільми, телесеріали, аніме, манга, розважальні телешоу; мова Інтернету не

входить до мови масової культури.

4. Мова масової культури у своїй сутності характеризується односпрямованістю (одновекторністю): нею не розмовляють, її (як і саму масову культуру) лише пасивно споживають.

5. Соціофункційний статус мови масової культури Японії є не визначеним, оскільки вона вбирає в себе явища, притаманні різним субстандартам – просторіччю, сленгу, макаронічному мовленню, територіальним діалектам.

6. Провідною тенденцією в мові масової культури Японії є прагнення наслідувати неформальне розмовне мовлення, фіксуючи його ненормативні зразки у тому числі на письмі, задля привернення уваги споживачів масової культури, кінцевою метою чого є нав'язування споживачам масово-культурної продукції.

7. Мова масової культури Японії характеризується нерозривним зв'язком із візуальним складником; іноді вербальне повідомлення відходить на другий план, неначе «обслуговуючи» головну візуальну складову, через що зміст вербальної складової зазнає примітивізації та обмеження; ця тенденція відображає т.зв. «візуальний поворот» у культурній парадигмі.

8. Фонетичному рівню мові масової культури Японії притаманні фонетичні інновації, що порушують правила японської орфоепії: нестандартна редукція і скорочення голосних, нестандартне подовження голосних, нестандартна гемінація, емпатична назалізація та прикінцевий твердий приступ, які загалом «працюють» на привернення уваги реципієнта-споживача масової культури.

9. На лексичному рівні у мові масової культури Японії відбулося зміщення традиційних для японської літературної мови пропорцій типологічних шарів лексики канго, ваго, гайрайго у бік зменшення частки першого та значного збільшення останнього, що демонструє тенденцію мови масової культури до примітивізації та декоративності.

10. Явище морфологічної гібридизації у мові масової культури порушує усталену традицію слововжитку в японській мові, є асистемним і відображає на мовному рівні загальну тенденцію до американізації («макдональдизації») японської масової культури.

11. Неприродно частотне вживання синтаксичних виразних засобів у мові масової культури Японії є одним із факторів зниження культури мови у споживачів масової культури, а також це елемент сугестивного впливу.

12. Численні девіації від літературного стандарту на всіх мовних рівнях мови масової культури Японії є деструктивним явищем, яке розмиває мовні норми і підриває «відчуття мови» у споживачів масової культури, однак водночас, імовірно, окреслює тенденцію до формування абсолютно нового літературного стандарту і майбутньої конвергенції нормативної мови та субстандарту.

Практичне значення роботи полягає у перспективності використання її положень у процесі підготовки фахівців-японістів філологічного, а також

країнознавчого спрямування. Зокрема, на основі результатів дослідження на кафедрі мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії було розроблено та впроваджено нову навчальну дисципліну «Мова масової культури країн Далекого Сходу та Південно-Східної Азії» для читання в шостому семестрі бакалаврату. Окрім цього, робота може бути використана під час читання спеціалізованих курсів «Стилістика японської мови», «Лінгвістичні особливості аніме та манги», «Усний та письмовий різновиди японської мови», «Переклад рекламних текстів», «Основи перекладу японських жаргонізмів, сленгу та лексики якуваріго», «Японсько-український аудіовізуальний переклад», «Переклад япономовних текстів масмедіа та поп-культури», «Лексикологія японської мови», «Лінгвокраїнознавство Японії» освітньо-професійної програми «Японська мова і література та переклад, англійська мова» на здобуття освітнього ступеня бакалавра, а також «Актуальні напрями сучасного японознавства», «Актуальні проблеми японської філології», «Японська мова для професійного спілкування» освітньо-наукової програми «Східна філологія, західноєвропейська мова та переклад: японська мова і література» на здобуття освітнього ступеня магістра у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка. Результати дослідження можуть бути використанні під час укладання відповідної навчально-методичної літератури – підручників, навчальних посібників, курсів лекцій, методичних розробок тощо.

Особистий внесок здобувачки. Робота є самостійною науковою працею мовознавчого спрямування, в якій висвітлені власні ідеї та розробки авторки, містить теоретичні та методичні положення і висновки, які здобувачка сформулювала особисто. Використані в дисертації ідеї, положення чи гіпотези інших авторів мають відповідні посилання і використані лише для підкріплення ідей здобувачки. Ідеї, теоретичні положення, висновки й рекомендації оприлюднені в публікаціях і доповідях на наукових конференціях та круглих столах. Особистий внесок здобувачки в опублікованих у співавторстві 9 статтях зазначено до кожної з них. Результати й положення дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук «Структурно-семантичні та функціональні особливості сучасної японської юридичної термінології» (дата захисту: 16 грудня 2010 р.) використано не було.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження представлено в доповідях на 18 міжнародних та всеукраїнських наукових і науково-практичних конференціях та круглих столах: Міжнародна конференція «Соціолінгвістичне знання як засіб формування нової культури безпеки: Україна і світ» (Україна, м. Львів, 22–23 листопада 2018 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Perspectives of world science and education» (Японія, м. Осака, 9–11 вересня 2020 р.), Міжнародна наукова конференція «Глобальні трансформації у сфері культури: виклики сьогодення» (Україна, м. Львів, 29–30 жовтня 2021 р.), Міжнародна конференція «International Korkut ATA Scientific Researches Conference»

(Туреччина, м. Османіє, 28–30 червня 2022 р.), Міжнародна наукова конференція «XXV Сходознавчі читання А. Кримського» (Україна, м. Київ, 10 листопада 2022 р.), VI Конгрес сходознавців (Україна, м. Київ, 3 грудня 2022 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Сходознавчі читання пам'яті Дениса Антіпова та Святослава Горбенка» (Україна, м. Київ, 10–11 травня 2023 р.), Міждисциплінарний круглий стіл «Філософія та публічні комунікації: інформаційний простір сучасної культури» (Україна, м. Київ, 27 жовтня 2023 р.), 17-та Міжнародна наукова конференція «Мова як світ світів. Граматика і поетика текстових структур» (Україна, м. Київ, 9–10 листопада 2023 р.), Міжнародна наукова конференція «XXVI Сходознавчі читання А. Кримського» (Україна, м. Київ, 30 листопада 2023 р.), VII Конгрес сходознавців (Україна, м. Київ, 27 листопада 2023 р.), Міжнародна наукова конференція «Innovations in philology: whims or the need of the hour» (Польща, м. Ченстохова, 6–7 грудня 2023 р.), Міжнародна наукова конференція «The latest development trends in philological science and education» (Латвія, м. Рига, 7–8 лютого 2024 р.), VIII Всеукраїнська дистанційна науково-методична конференція з міжнародною участю «Питання Сходознавства в Україні» (Україна, м. Харків, 18 квітня 2024 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Наукові читання пам'яті загиблих сходознавців» (Україна, м. Київ, 10 травня 2024 р.), Міжнародна наукова конференція «XXVII Сходознавчі читання А. Кримського» (Україна, м. Київ, 27 червня 2024 р.), II Міждисциплінарний круглий стіл «Філософія та публічні комунікації: інформаційний простір сучасної культури» (Україна, м. Київ, 25 жовтня 2024 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Стратегії розвитку та пріоритетні завдання філологічних наук» (Україна, м. Запоріжжя, 25–26 жовтня 2024 р.).

Публікації. Основні положення та результати дисертації висвітлено у сорока шести наукових працях, із яких: вісім статей — у періодичних наукових виданнях за галуззю знань, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та Scopus; вісімнадцять статей у наукових виданнях, що включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України, одна стаття в періодичних наукових виданнях інших держав, що входять до Організації економічного співробітництва та розвитку й/або Європейського Союзу, п'ятнадцять тез доповідей наукових конференцій та інших наукових заходів і чотири статті в інших наукових виданнях. Особистий внесок у публікаціях № 5, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, виконаних у співавторстві, полягає у: висвітленні особливостей культури мови в Японії та характеристики мовних норм у японській мові (публікація №5); описі мовної ситуації в Україні та країнах Далекого Сходу, а також проблем, пов'язаних із функціонуванням літературної мови у цих країнах (публікація №20); аналізі останніх тенденцій у японському словотворі, пов'язаних із функціонуванням мови у масовій культурі, а також здійсненні квантитативних підрахунків продуктивності аббревіації на матеріалі словника 「日本語俗語辞書」 з подальшим аналізом отриманих результатів (публікація №21); описі концептів японської культури (публікація №22);

описі вербалізації культурних стереотипів у мові, а також функціонування концептів-топонімів у масовій культурі; аналізі експериментального матеріалу та проведенні квантитативних підрахунків на його основі (публікація №23); аналізі мовозмін, яких зазнає японська мова у засобах масової інформації, підборі та систематизуванні японськомовного ілюстративного матеріалу, розгляду лексичних та граматичних особливостей мови японських ЗМІ в контексті її відмінності від літературної мови (публікація №24); розробці методики дослідження, а також в описі новітніх тенденцій у японській мові, що виникають під впливом глобальної культури (публікація №25); розробці методики дослідження та ідентифікації стилістичних прийомів, застосованих в аналізованих текстах, а також в описі історико-культурних передумов створення аналізованих творів (публікація №26); підборі японськомовного масово-культурного матеріалу та аналізі його фонетичних, лексичних і граматичних характеристик, а також описі особливостей японської телевізійної та друкованої реклами й розкритті потенціалу використання просторіччя у мові японської реклами (публікація №27).

Структура й обсяг роботи. Дисертація складається з анотацій двома мовами, списку публікацій здобувача за темою дисертації, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури (618 позицій, із яких 308 – іноземними мовами) та 4 додатків. Положення дисертаційної праці проілюстровані 18 діаграмами. Загальний обсяг роботи – 638 сторінок, із яких основного тексту – 374 сторінки, додатків – 291 сторінка.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** до дисертації обґрунтовано вибір теми та актуальність, сформульовано об'єкт, предмет і мету дослідження, на основі якої окреслено коло завдань та сукупність застосованих методів, розкрито наукову новизну, теоретичне значення та практичну цінність результатів дослідження.

У **першому розділі «Проблема визначення сутності й рамок мови масової культури»** на основі міждисциплінарного підходу проведено паралель між проблемою визначення феномена й обсягу масової культури як такої та з'ясуванням розуміння сутності й меж мови масової культури. У підрозділі *1.1. «Мова масової культури, мова популярної культури чи мова поп-культури: термінологічна невизначеність»* проаналізовано підходи представників низки філософських шкіл до проблеми номінації феномена масової (популярної, поп) культури і звернено увагу на проблему термінологічної синонімії термінів 大衆文化, マスカルチャー, ポピュラーカルチャー, ポップカルチャー, サブカルチャー у японській філософській думці, що ускладнює чітку номінацію поняття мови масової культури. Було вирішено надавати перевагу термінові «мова масової культури» з його японським відповідником 大衆文化言葉,

оскільки в такому формулюванні відображається аксіологічний підхід Франкфуртської філософської школи і Д. Макдональда.

У підрозділі 1.2. *«Проблема класифікації жанрів японської масової культури у контексті лінгвістичного дослідження»* здійснено спробу окреслити межі побутування мови масової культури на основі підходів європейських, американських та японських філософів до класифікації жанрів масової культури. Було запропоновано окреслити межі побутування мови масової культури Японії жанрами модних глянцевого журналу, популярних пісень, манги, аніме, художніх фільмів, серіалів, реклами, розважальних телешоу, які існують у специфічній японській поп-культурній парадигмі «кавай».

У другому розділі *«Специфіка мови різних жанрів японської масової культури»* на основі розгляду типових текстів, що належать до кожного з указаних вище масово-культурних жанрів, виокремлено особливі риси мови масової культури Японії в контексті її протиставлення літературному стандарту. У підрозділі 2.1. *«Особливості мови японських модних гламурних журналів»* розглянуто специфіку мови модних журналів, якій притаманні різнорівневі мовні девіації, наприклад, кількість запозичених слів-англізмів серед усіх повнозначних слів модної статті може становити майже 60%.

Підрозділ 2.2. *«Особливості мови японських популярних пісень»* присвячено мовній складовій популярних пісень, особливостями якої є: обмеженість лексики, уникання складних речень і переважання неповних, багате використання синтаксичної фігури повтору, типовість тропеїки, засилля англізмів і гібридних слів-покручів.

У підрозділі 2.3. *«Мова манги як одна з форм мови масової культури Японії»* розкрито лінгвістичні характеристики унікального жанру японської масової культури – манги, який, будучи мультимодальним, є яскравим утіленням тенденції сучасної масової культури до максимальної візуалізації з відходом вербальної складової на другий план. Мова манги, імітуючи розмовне мовлення, характеризується і низкою субстандартних рис на різних мовних рівнях, а також відтворює на письмі фонетичні інновації, не притаманні японській орфографії.

Підрозділ 2.4. *«Особливості мови японської реклами як масово-культурного феномена»* присвячено аналізу специфічних рис мови друкованої і телевізійної реклами в Японії. Помічено типову для мови масової культури тенденцію до «вторинності» вербального повідомлення на тлі візуального, що веде до переважання неповних речень над повними. Головна мета реклами – привернення уваги – відображається на мовному рівні багатим уживанням англізмів та непритаманних японській літературній мові окличних речень.

У підрозділі 2.5. *«Мова аніме, художніх фільмів і серіалів як візуальних жанрів японської масової культури»* проаналізовано мовну специфіку візуальних жанрів масової культури Японії, яка виявляється у залученні субстандартних явищ, тенденції

до спрощення та примітивізації, створення словесної оболонки без змісту, в чому запропоновано вбачати реалізацію симулякру на мовному рівні.

Аналіз мови візуальних жанрів масової культури Японії продовжено у підрозділі 2.6. *«Особливості мови розважальних телешоу в контексті примітивізації мови масової культури»*. Встановлено, що вона є максимально примітивною: обмежується лише найбазовішою лексикою, повнозначні частини мови замінюються знаками емоцій чи звуконаслідуванням, а речення зазнають усічення і фрагментації.

Окреслені у другому розділі мовні явища зазнали глибшого вивчення у **третьому розділі «Мова масової культури Японії як альтернативна система: сутність і тенденції розвитку на різних мовних рівнях»**, в якому мову японської масової культури розглянуто в системно-структурному аспекті із залученням квантитативних і соціолінгвістичних методик. Підрозділ 3.1. *«Фонетика мови масової культури Японії у контексті відмінностей від літературного стандарту і фонетичних інновацій»* присвячено нестандартним фонетичним явищам (фонетичним інноваціям), що притаманні мові масової культури Японії. Так, нестандартна сутність подовження голосних у мові масової культури Японії полягає в тому, що, на відміну від літературної мови, тут допускається подовження до трьох, чотирьох і навіть більше тактів без смислорозділювальної функції. Явище редукції голосних у мові масової культури Японії також має нестандартний характер, оскільки її зазнають усі голосні фонетичної системи і навіть їхні комбінації. Така редукція є асистемною і може охоплювати навіть корінь слова, що є неприпустимим у нормативній японській мові. Близьким до редукції є просодичне скорочення голосних, яке також є хаотичним, а від редукції відрізняється способом творення і стилістичним ефектом. Подвоєння приголосних у мові масової культури Японії також має нестандартну природу, оскільки поширюється на дзвінки приголосні, задньоязиковий фрикативний /x/, одноударний приголосний /p/ і дзвінкий губно-губний апроксимант [ɥʷ]. Ще одним нестандартним фонетичним явищем мови масової культури Японії виступає емпатична назалізація, яка може відбуватися також на початку слів і фраз, що не відповідає орфоепічним нормам літературної мови. Нестандартний емпатичний прикінцевий твердий приступ у мові масової культури Японії також не відповідає орфоепічним нормам літературної мови, оскільки їй таке явище не притаманне взагалі. Стилїстична функція всіх фонетичних інновацій полягає у підвищенні рівня експресії та приверненні уваги реципієнта.

Розгляд мови масової культури Японії як особливого субстандарту продовжено у підрозділі 3.2. *«Лексична система мови масової культури Японії: відхилення від стандарту і зміщення пропорцій у словниковому складі»*. Встановлено, що субстандартна сутність лексичної системи мови масової культури Японії виявляється у двох ключах: відхиленні у пропорціях лексики етимологічних шарів ваго (слова, утворені з власне японських елементів), канго (слова, утворені із запозичених

китайських елементів), гайрайго (слова, запозичені з європейських мов, передусім англійської); та широкому залученні субстандартної лексики різних типів. За допомогою квантитативних методик було встановлено, що розподіл частки лексичних шарів канго, ваго, гайрайго та мішаних гібридних лексичних одиниць у мові масової культури Японії є таким: канго – 29,9%; ваго – 37,1%; гайрайго – 22,4%; мішані одиниці – 10,6%. На противагу цьому в японській літературній мові цей розподіл має такий вигляд: канго – 47,5%; ваго – 36,7%; гайрайго – 9,8%; мішані – 6%. Такий зсув у пропорціях порівняно з літературною мовою можна пояснити тим, що, по-перше, мова масової культури Японії прагне наблизитися до розмовного мовлення, щоби бути неначе «ближчою» до споживача, відповідно, збільшується частка ваго; по-друге, менший відсоток слів канго пов'язаний із примітивністю як характерною рисою мови масової культури; по-третє, «декоративною» функцією гайрайго, які здатні своїм «західним» виглядом привернути увагу аудиторії. Етапи наповнення мови масової культури Японії англізмами гайрайго запропоновано прив'язати до етапів розвитку ЗМІ як основного каналу поширення масової культури. Відзначено, що чимала кількість гайрайго в мові японської масової культури представлена варваризмами і є невмотивованими, що свідчить про її відірваність від мови реальної. Для розуміння усвідомлення цього факту самими японцями було проведено опитування 100 респондентів різної статі й віку (від 20 до 69 років, порівну в кожній віковій категорії) у Токіо, Кіото й Мібу (префектура Точігі) яке продемонструвало, що всі респонденти усвідомлюють разючу відмінність у частці гайрайго в літературній мові та мові масової культури та відсутність номінативної функції таких гайрайго.

У підрозділі 3.2. також проаналізовано класифікацію, функції і тенденції використання субстандартної лексики у мові масової культури Японії. Масштабне залучення просторіччя до мови масової культури може призвести до колоквіалізації мови, наслідком якої може стати олітературнення просторічних слів, а також до конвергентних тенденцій між японською розмовною та літературною мовами на сучасному етапі їхнього розвитку. Крім просторіччя, мова масової культури залучає і ненормативну лексику, яку в різних працях називають «вульгаризмами», «інвективою» тощо, подеколи визначаючи її сутність та обсяг на основі різних критеріїв, тож для уникнення неоднозначності запропоновано трактувати поняття інвективи ширше за поняття вульгаризму. Попри традиційну табуйованість, така лексика функціонує в мові масової культури, в чому виражається тенденція до її вульгаризації. Мова масової культури Японії також характеризується широким залученням жаргонізмів та сленгізмів, що має на меті привернути увагу і стимулювати споживчий попит на масово-культурну продукцію серед молоді. Яскравою тенденцією в мові масової культури Японії є залучення так званої рольової лексики (役割語, якуваріго), яка не відповідає реальному використанню мови 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. За рахунок експлуатації якуваріго у своїй мові масова культура здатна нав'язати споживачам примітивне, спрощене і вузьке уявлення про те, як спілкуються чоловіки та жінки, що тягне за собою зміцнення стереотипів щодо соціальної ролі кожної зі статей. Ще одним нестандартним лексичним засобом, який мова масової культури експлуатує з метою привернення уваги споживача, є діалектизми, які є елементом сучасної масово-культурної міфотворчості, вони створюють певний специфічний, здебільшого стереотипізований і негативний образ персонажів, що їх уживають. Цю тенденцію розглянуто на матеріалі кансайського діалекту, який у мові масової культури є засобом комічного чи зниженого стилю, що нівелює його історичне значення і створює хибні стереотипи щодо його носіїв.

Підрозділ 3.3. *«Новітні процеси у морфології мови масової культури Японії як відображення на мовному рівні сучасних масово-культурних тенденцій»* присвячено вивченню тенденцій мови масової культури на морфологічному рівні в напрямі аналізу новітнього явища японсько-англійської морфологічної гібридизації, а також редукції (здебільшого дієслівних морфологічних форм), що покликана імітувати розмовне мовлення. Явище морфологічної гібридизації у мові масової культури Японії має хаотичний характер, хоча у ньому і простежується намагання мови спиратися на правила японського словотвору. Гібридні мовні одиниці здебільшого представлені дієсловами, іменниками в атрибутивній позиції, напівпредикативними прикметниками і похідними прислівниками. У рамках афіксальної гібридизації частотною є морфологічна гібридизація за моделлю «запозичена основа + японська службова морфема», однак трапляється і дзеркальна модель, а вибір японських службових морфем зазвичай не відповідає логіці японської словотвірної традиції. Вживання запозичених афіксів є новітньою словотвірною тенденцією, яка з'явилася як відповідь на глобалізаційні процеси і засилля американської поп-культури у сучасному світі. Останнім часом поширення у мові масової культури Японії набуває також гібридна аббревіація (скорочення), що полягає у творенні слів, які складаються з японської та англійської усічених основ. Тенденція творення гібридних слів свідчить про вплив глобалізації на мову масової культури, а також про проникнення американських масово-культурних зразків у сферу мови.

Іще однією особливістю морфології мови масової культури Японії є морфологічна редукція, що імітує просторічне розмовно-побутове мовлення. Найпомітнішою морфологічною девіацією є «ранукі-котоба» (ら抜き言葉) – спрощена потенційна форма дієслів другої дієвідміни, і дієслова 来る, що належить до третьої дієвідміни. Це морфологічне явище є ненормативним та асистемним; вибір форми є доволі хаотичним. Тенденцією в мові масової культури є постійне розширення переліку дієслів, що зазнають усічення «ранукі-котоба».

У підрозділі 3.4. *«Особливості синтаксису мови масової культури Японії в*

контексті «зловживання» синтаксичними виразними засобами» розглянуто типові синтаксичні девіації у мові масової культури Японії, які полягають у відхиленні від нормативної будови SOV та масштабній експлуатації неповних речень, що допомагають неначе «заштовхнути» інформацію у свідомість споживача. Порухення синтаксичних норм надає більшій експресивності реченню і робить акцент на імені, однак розхитує синтаксичні норми. У випадку еліпсису типовим є опущення присудка або повністю, або ж його дієслівної частини, за рахунок чого зникає прив'язка речень до граматичного часу, отже, всі їх можна сприймати як такі, дія яких відбувається саме зараз, тобто повідомлення сприймаються як актуальні. У випадку номінативних речень іменники неначе «вкидаються» суцільним потоком до реципієнта. Крім еліптованих і номінативних речень, синтаксису мови масової культури притаманні й асиндетон та апосіопеза. Сприйняття споживачами масової культури неповних речень у мові масової культури було проаналізовано на основі опитування серед 100 японських респондентів і показало, що всі респонденти усвідомлюють відхилення у синтаксисі мови масової культури порівняно з синтаксичною будовою літературної мови.

Інший синтаксичний виразний засіб – повтор – у мові масової культури слугує задля реалізації сугестивної та маніпулятивної мети і має безпосередній зв'язок із комерційною сутністю власне масової культури. Повтору можуть зазнавати різноманітні мовні одиниці – як цілі фрази і речення, так і окремі слова (нерідко англізми) різного частиномовного статусу, а також дієслівні форми, зв'язки і субстантивні комплекси.

Мова японської масової культури нехтує правилами японської граматики, вільно використовуючи як інверсію, так і парцеляцію, у тому числі у письмових жанрах. Інверсія та парцеляція допомагають зробити мову масової культури емоційнішою й експресивнішою, що корелює з однією з провідних ознак масової культури – грою на почуттях та апелюванням до емоцій, а не до інтелектуального складника.

Насамкінець у підрозділі наведено міркування японських респондентів щодо тлумачення соціофункційного статусу мови масової культури. Респондентам було запропоновано визначити належність тексту статті з глянцевого журналу до: а) літературної мови; б) розмовного мовлення; в) молодіжного соціолекту; г) просторіччя; г) іншого. Відповіді розподілилися так: літературна мова – 10%; розмовне мовлення – 10%; молодіжний соціолект – 20%; просторіччя – 30%; інше – 30%. Одержані результати свідчать про усвідомлення японськими мовцями відмінності мови масової культури від стандарту й водночас складності тлумачення сутності цього лінгвістичного феномена, що увиразнює актуальність проведеного дослідження.

ВИСНОВКИ

Мова масової культури Японії є специфічним лінгвістичним феноменом, що, ґрунтуючись на літературній мові, містить у собі низку девіантних рис, які наближають її до різних лінгвістичних субстандартів, при цьому феномен мови масової культури досі не був виокремлений і розглянутий ні у вітчизняному, ні в зарубіжному мовознавстві. Власне поняття мови масової культури тісно пов'язане з масовою культурою як такою, яка є настільки комплексним багатоплановим феноменом, що в науковій думці досі не дійшли консенсусу щодо тлумачення його сутності, та й навіть найменування. Проблема номінації цього культурного явища і паралельного існування термінів «масова культура», «популярна культура», «поп-культура», 大衆文化, マスカルチャー, ポピュラーカルチャー, ポップカルチャー, サブカルチャー безпосередньо впливає на те, як слід іменувати відповідний лінгвістичний феномен. У результаті аналізу підходів науковців до визначення і співвідношення понять «масова культура», «популярна культура», «поп-культура», 大衆文化, マスカルチャー, ポピュラーカルチャー, ポップカルチャー, サブカルチャー було вирішено надати перевагу термінові «мова масової культури» і відповідному калькованому 大衆文化言葉, оскільки термінологічне словосполучення з прикметником «масовий» є типовішим для української філософської традиції, а також Франкфуртської школи і Д. Макдональда, які оцінювали масову культуру як негативне явище, а цей підхід має потенціал із погляду розуміння сутності мови масової культури. Мову масової культури було визначено як мову, що обслуговує жанри масової культури, які мають лінгвальне оформлення, і спирається на літературну мову, однак відрізняється від неї на фонетичному, лексичному, морфологічному і синтаксичному рівнях, вбираючи в себе характеристики, притаманні просторіччю, сленгу, територіальним діалектам та макаронічному мовленню, а також характеризується односпрямованістю, за якої реципієнт є пасивним споживачем і не здатен вступати в діалог із мовцем. При цьому у філософському аспекті мова масової культури є маніфестацією симулякра як квінтесенції масової культури (згідно з концепцією Ж. Бодрієра) на мовному рівні.

Щодо проблеми визначення обсягу поняття мови масової культури, то вона також виявляється пов'язаною з розумінням меж самої масової культури. Логічно припустити, що мова масової культури реалізується у тих масово-культурних жанрах, які мають вербальну складову частину, однак визначення вичерпного переліку цих жанрів є проблемним з огляду на неоднозначність тлумачення у філософській думці меж масової культури. На основі аналізу праць вітчизняних та японських дослідників виокремлено такі жанри масової культури Японії, які репрезентують її мову як в усній, так і в письмовій формі: кіно, серіали, аніме, популярні пісні, реклама (телевізійна і друкована), манґа, модні журнали, розважальні телепрограми і шоу, при цьому характерною рисою всіх цих жанрів є феномен «кавай» (かわいい), який

безпосередньо впливає і на особливості мови кожного жанру масової культури Японії. Проблемною категорією в аспекті виокремлення масово-культурних жанрів лишається Інтернет, який деякі вітчизняні дослідники також відносять до жанрів масової культури, однак таке рішення видається хибним, оскільки сама сутність Інтернету передбачає його розуміння насамперед як засобу комунікації та носія інформації, що з огляду на свою природу здатен умістити в себе абсолютно всі жанри масової культури. Окрім цього, якщо спиратися на те, що характерною рисою мови масової культури є одновекторність, за якої реципієнт змушений пасивно споживати нав'язані йому мовні зразки, не маючи змоги породжувати повідомлення у відповідь, то мова Інтернету не підпадає під визначення мови масової культури.

Якщо розглядати окремо особливості мови кожного з виокремлених жанрів масової культури Японії, то можна спостерігати спільні тенденції на різних мовних рівнях, які, з одного боку, протиставляють мову масової культури нормативній японській мові, а, з іншого, відтворюють зразки різних субстандартів і форм існування мови.

Так, мова японських модних журналів має субстандартні риси макаронічного та розмовного мовлення. Лексиці цього жанру притаманна висока частка англізмів гайрайго на позначення понять, для номінації яких японська мова має власну питому лексику, а тому такий іншомовний елемент суперечить самій логіці запозичень, однак широко експлуатується на сторінках глянцю як маркер модного і гламурного західного світу. Прагнення інтегрувати такі екзотичні лексичні одиниці у мову японського глянцю призводить до створення одиниць мішаного складу, де запозичене слово тлумачиться як основа, до якої приєднуються питома японські службові елементи, що дозволяє надавати слову різного частиномовного статусу і ставити його у різні синтаксичні позиції; при цьому, однак, сам процес морфологічної гібридизації є асистемним. Структура речень мови модних журналів покликана імітувати неформальне розмовне мовлення, а тому в ній кількісно переважають неповні речення, за рахунок чого створюється довірлива атмосфера спілкування авторів глянцевоїх статей із читачами і полегшується нав'язування їм гламурного способу життя, нерозривно пов'язаного зі споживанням; кінцевій споживацькій меті сприяє і багатий візуальний ряд, яким завжди підкріплюється мовний складник глянцю.

Схожі тенденції притаманні й мові японських популярних пісень, яка з лексичного погляду також нагадує макаронічне мовлення, оскільки її лексика є сумішшю англійських та японських слів, а подекуди й морфологічних гібридів на основі елементів обох мов. При цьому питома японська лексика, що потрапляє до мови популярних пісень, є максимально обмеженою, наближеною до базового лексикону дитини. У синтаксичному плані мова популярних пісень подібна до мови модних журналів і надає перевагу неповним реченням, що характерно для спонтанного побутового мовлення; окрім цього, типовим є повтор як засіб сугестивного впливу на слухача. У сфері фонетики мова поп-пісень допускає низку

відхилень від орфоепічних норм.

Мова манги, попри свою письмову форму, прагне наслідувати просторічні фонетичні зразки, для відтворення яких застосовується потенціал японської системи письма; особливістю ж її на лексичному рівні є експлуатація субстандартної лексики, а також, як і у випадку мови популярних пісень, обмеженість словникового запасу. Структура речень у мові манги також здебільшого не відповідає стандарту: неповні речення теж переважають, що має на меті наблизити мову манги до просторічних зразків.

Схожі риси має і мова друкованої й телевізійної японської реклами з переважанням у ній еліптованих і номінативних речень, часто навіть окличних, що робить її динамічнішою і здатною привернути увагу потенційного покупця рекламованого продукту. Лексичні особливості мови реклами здебільшого відображають основну мету реклами як такої: добір афективної й оцінної лексики типологічного шару ваго, а також широка експлуатація запозичених одиниць гайрайго дозволяють створити на мовному рівні ореол «бажаності» і «престижу» рекламованого продукту. Як і в мові інших жанрів масової культури Японії, у результаті пристосування іншомовного елементу до потреб мови-реципієнта творяться одиниці гібридного морфологічного складу. Всі ці особливості мови японської реклами не залежать від того, представлена вона усною чи письмовою формою, і наближають її до просторічного та макаронічного мовлення, а також допомагають їй здійснювати сугестивний вплив на споживача.

Мова японських фільмів, телесеріалів та аніме також увібрала в себе низку субстандартних явищ, притаманних здебільшого неформальному розмовному мовленню, що виявляються, зокрема, у редукції й емпатичній артикуляції, обмеженому словниковому запасі з акцентом на базову лексику, активній експлуатації вигуків, опущенні логічно необхідних службових елементів, надмірному використанні еліптованих, номінативних та окличних речень, а також у змішуванні різних експресивних стилів мовлення в єдиному мовленнєвому потоці.

У мові розважальних телепередач як жанрі масової культури також простежується функціонування низки субстандартних явищ, що характерні здебільшого для просторіччя. Зокрема, у сфері лексики мові японських телешоу притаманне вживання обмеженої кількості слів, що належать до базового лексикону і представлені здебільшого одиницями ваго, а також більшої, порівняно з літературною мовою, кількості запозичень, представлених типологічним шаром гайрайго, адаптація яких відбувається шляхом морфологічної гібридизації. На синтаксичному рівні простежуються такі самі явища, як і в мові інших жанрів масової культури – надмірне вживання неповних речень, чимала кількість із яких представлена лише вигуками, а також порушення типової синтаксичної структури речення SOV. Поява телешоу із максимально примітивним та вульгарним змістом започаткувала тенденцію до примітивізації та вульгаризації мови масової культури з

розширенням її ненормативного складника.

Мова всіх розглянутих жанрів масової культури Японії відрізняється від літературної і вбирає риси різноманітних субстандартів, виявляючи характеристики, притаманні просторіччю, сленгу, розмовному стилю, макаронічному мовленню, територіальним діалектам. Крім спільних рис, на різних мовних рівнях у мові всіх жанрів мови масової культури Японії виявлені схожі стилістичні девіації, що здебільшого притаманні неграмотному просторічному мовленню і насаджують хибні зразки слововживання споживачам масової культури. Крім цього, мова всіх жанрів масової культури характеризується своєю «вторинністю» на тлі головного візуального складника, у зв'язку з чим у ній і превалюють неповні речення, опускання службових елементів, насичення вигуками й ономотопеєю, збіднення лексики. Така тенденція до примітивізації мови у жанрах масової культури спричинена рисами останньої – її акцентом на видовищності, прагненням до гри на емоціях зі зведенням інтелектуального складника до мінімуму та породженням симулякрів.

У результаті аналізу мови масової культури Японії у системно-структурному плані підтверджено, що вона відрізняється від літературної на всіх мовних рівнях і має характеристики, притаманні різним субстандартам.

Особливості мови масової культури на фонетичному рівні здебільшого збігаються з рисами розмовного мовлення та просторіччя і полягають насамперед у фонетичних інноваціях, які є відхиленнями від орфоепічних норм і спричинені прагненням мови масової культури виділитися, привернути увагу до масово-культурного продукту, який вона обслуговує, кінцевою метою чого є нав'язати цю продукцію споживачеві. Так, емфатичне подовження голосних, на відміну від подовження голосних у літературній мові, не виконує функцію лексичної диференціації, а також передбачає градацію, за якої можливим стає багатотактне подовження (чого у літературній мові також не буває), при цьому саме явище має хаотичний характер, а створені у результаті одиниці набувають більшої експресивності або пейоративності. Крім емфатичного подовження голосних, мова масової культури залучає і зворотне явище емфатичної редукції, яка також виходить за межі літературного стандарту, оскільки поширюється на звуки, що в нормативній мові зазнавати редукції не можуть, при цьому відбуваючись хаотично і впливаючи у тому числі на морфологічний рівень; одиниці з редукованими складами набувають просторічного, неформального чи пейоративного забарвлення. Близьким до редукції є просодичне скорочення голосних, що має насамперед емфатичний характер і також належить до хаотичних явищ. Критеріями розмежування емфатичної редукції і просодичного скорочення голосних вважаємо кількість мор і відмінність у набутих у результаті цих фонетичних метаморфоз конотацій. Наступною фонетичною інновацією мови масової культури Японії є нестандартна гемінація, якої зазнають звуки, що не піддаються цьому процесові в літературній мові, за рахунок чого досягається оригінальність і яскравість звукового складника сказаного; саме явище

при цьому також має хаотичний характер. Окрім цього, у фонетичному плані також спостерігаємо нестандартну емпатичну назалізацію, яка трапляється навіть на початку слів, що абсолютно не відповідає орфоепічним нормам японської літературної мови. Останньою фонетичною девіацією мови масової культури є прикінцевий твердий приступ, не характерний для японської мови, функцією якого є підвищення рівня експресії і привернення уваги реципієнта. Всі вказані фонетичні девіації здатні привнести в одне і те саме слово різне конотативне значення.

На лексичному рівні мова масової культури Японії характеризується зміщенням пропорцій різних етимологічно-структурних типів слів порівняно з літературним стандартом. Так, за нашими підрахунками типологічні шари лексики у мові масової культури Японії мають такі пропорції: канго – 29,9%; ваго – 37,1%; гайрайго – 22,4% (найбільша частка гайрайго зафіксована у мові модних журналів – 41,8% і популярних пісень – 32,4%); мішані одиниці – 10,6%; при цьому це співвідношення суттєво не відрізняється у письмовій та усній формі побутування мови масової культури, що теж контрастує з тенденціями літературної мови. Вірогідно, це тому, що навіть письмові жанри всіляко прагнуть наблизитися до розмовного мовлення, щоби бути «простішими» і ближчими до споживача. Більшу частку гайрайго, порівняно з літературною мовою, пояснюємо «престижем» цих одиниць та їхньою здатністю привернути увагу, а більша кількість гібридних одиниць пов'язана з намаганням мови масової культури пристосувати цей іншомовний елемент. При цьому чимало з цих іншомовних одиниць є немотивованими англійськими запозиченнями, що призводить до розмивання лексичної мовної норми; англійські слова, що є немотивованими запозиченнями, є суто декоративним елементом, формою без змісту, тобто фактично втіленням симулякру на мовному рівні. Поповнення лексики мови масової культури англізмами гайрайго відбувалося у кілька етапів, які хронологічно можна зіставити з етапами розвитку й поширення засобів масової комунікації в Японії. У цих «хвилях американізації» яскраво виражено тенденцію мови масової культури до збільшення частки іншомовної лексики порівняно з іншими лексичними шарами, чого не спостерігаємо в літературній мові. У результаті проведеного опитування серед японців стало зрозуміло, що всі респонденти (незалежно від віку) усвідомлюють різючу відмінність у частці гайрайго в літературній мові та мові масової культури (100% опитаних), при цьому 70% вважають такі одиниці суто декоративним елементом, 50% ставляться до них негативно, а для 80% незрозумілі англізми стають перешкодою в розумінні тексту. Можливо, якби закони мови масової культури дозволяли двосторонню комунікацію, споживачі вплинули би на ситуацію зі зловживанням іншомовним елементом із боку творців масово-культурної продукції; однак з огляду на одновекторність мови масової культури їм доводиться задовольнятися пасивним споживанням і пристосовуватися до іншомовної навали.

Крім немотивованих запозичень, мова масової культури Японії на лексичному

рівні також активно залучає субстандартну лексику. Зокрема, просторічна лексика слугує кільком цілям залежно від жанру масової культури, допомагаючи створити відповідний образ персонажів, а також виконуючи сугестивну функцію, що пов'язана з комерційною метою. Схожі функції виконує й вульгарна та інвективна лексика, яку активно використовують практично всі жанри масової культури (окрім реклами і гламурних журналів). Експлуатація нецензурної лексики, яка довгий час лишалася табуованою, однак в останні десятиліття проникла до мови масової культури, свідчить про тенденцію до вульгаризації як культури, так і мови й утвердження ненормативного характеру мови масової культури. Серед інших субстандартних груп лексики мова масової культури Японії залучає також сленгізми, які допомагають охарактеризувати персонажа у художніх жанрах масової культури і водночас сприяють створенню неформальної атмосфери з метою встановлення тіснішого контакту зі споживачем масово-культурного продукту. Поєднуючись із іншими порушеннями літературної норми, тенденція до вживання сленгу в мові масової культури призводить до нав'язування споживачам масової культури мови, вельми далекої від стандарту.

Вживання рольової лексики якуваріго у мові японської масової культури покликане як підкріплювати традиційні гендерні стереотипи щодо мовлення японських чоловіків чи жінок, так і навпаки підкреслювати дисонанс певного персонажа з очікуваною від нього мовленнєвою поведінкою; при цьому воно не відповідає реальному узусу, а тому підриває усталені мовленнєві традиції.

Експлуатація діалектизмів у мові масової культури стає елементом сучасної масово-культурної міфотворчості, створюючи специфічний образ масово-культурних персонажів, що вживають ці діалектні слова. При цьому цей образ здебільшого стереотипізований і негативний та не відповідає реальним характеристикам носіїв місцевої говірки. Так, найпоширеніший на теренах Японії кансайський діалект, який протягом століть був престижною столичною говіркою й основою літературної мови, у масовій культурі дістав тавро «комічного», «низького», «брутального», «кримінального», що ображає і принижує його численних носіїв. Крім нав'язування хибних стереотипів, експлуатація цього діалекту в мові масової культури Японії також має на меті створити «просту» й «розслаблену» атмосферу, наблизивши масово-культурний продукт до споживача, кінцевою метою чого є отримання прибутку.

Вживання різних типів субстандартної лексики у мові масової культури робить її відмінною від літературної на лексичному рівні та прирівнює її до новітнього субстандарту, який поєднує в собі елементи різних субстандартних явищ, що зазвичай не перетинаються.

На морфологічному рівні мова масової культури характеризується явищами морфологічної гібридизації та редукції синтетичних й аналітичних морфологічних форм дієслова. Морфологічну гібридизацію зазвичай спостерігаємо у межах

суфіксального способу словотвору, за якого до запозиченої основи додається питома японський суфікс, або, навпаки, до японського кореня — англійський (щоправда, другий випадок фіксуємо рідше). Типовими суфіксами у межах гібридного суфіксального словотвору виступають дієслівні -ずる і -る, а також прикметникові -な й -い, при цьому така морфологічна гібридизація має асистемний характер, оскільки до одного і того самого запозиченого слова може хаотично приєднуватися то перший, то другий суфікс із пари, попри те, що кожен із них має свої чітко закріплені правила вжитку в японському словотворі. Крім суфіксального способу, гібридний словотвір поширюється також на префіксальний, префіксально-суфіксальний, словоскладання, а особливо на аббревіацію (скорочення), яка у мові масової культури виявляє значно більшу потужність, ніж у літературній мові. До аббревіації тісно прилягає і гібридний блендинг, який нормативній японській мові абсолютно не притаманний. Феномен морфологічної гібридизації свідчить про захисну реакцію мови, яка намагається певним чином пристосувати велику кількість запозичень до норм слововживання, однак у результаті цього процесу утворюються одиниці, що порушують як англійську, так і японську традиції слововживання. Остаточню оцінювати наслідки таких нестандартних процесів у словотворі поки зарано, оскільки невідомо, наскільки вони зможуть проникнути до інших сфер побутування японської мови, а тому їх можна розцінювати і як деградацію, і як еволюцію у мові. Можливо, морфологічна гібридизація на тлі інших ненормативних процесів у мові масової культури свідчить про формування нової мови, що вбирає у себе максимальну кількість субстандартних явищ на різних мовних рівнях мови, яку формують і нав'язують ЗМІ.

Наступним нестандартним феноменом у морфології японської мови масової культури є морфологічна редукція, яка виявилася найпоширенішою у дієсловах і, крім мови масової культури, побутує ще у розмовному мовленні, наслідувати яке багато в чому прагне і мова масової культури з метою наближення до аудиторії та демонстрації своєї демократичності й простоти. При цьому типовою є редукція деяких форм граматичних категорій дієслова, що творяться за допомогою середньої форми дієслова -て у поєднанні зі зв'язками, а також тривалого виду дієслова. Окремо варто відзначити редуковану морфологічну форму потенціалісу («ранукі-котоба»), якої можуть набувати дієслова другої та неправильної (третьої) дієвідміни (来る), а за останньою тенденцією — не лише дієслова з односкладовими коренями, а й двоскладові, незалежно від будови прикінцевої частини основи. «Ранукі-котоба» як ненормативна морфологічна форма, що не відповідає літературному стандарту, притаманна хіба що неформальному розмовному мовленню та молодіжному соціолекту, однак за посередництва ЗМІ нав'язується споживачам масової культури як новітній стандарт, при цьому згідно з опитуваннями японських науковців 66% японців негативно ставляться до використання форми «ранукі-котоба» у мові

телебачення, однак з огляду на одновекторність мови масової культури не здатні вплинути на ситуацію з її використанням.

У сфері синтаксису мови масової культури Японії також притаманна низка відхилень від літературного стандарту (який для японської мови має вигляд SOV), і своєрідною традицією в такому разі є помітне зловживання синтаксичними виразними засобами, що полягають у бракові логічно необхідних компонентів речення чи, навпаки, їхньому надлишковому вживанні, а також у порушенні усталеної синтаксичної структури речення. Неповні речення у мові масової культури Японії представлені еліпсисом, номінативними реченнями, апосіопезою та асиндетоном, при цьому всі ці явища є надзвичайно частотними в усіх розглянутих жанрах масової культури, а в деяких (глянцеві журнали, популярні пісні) трапляються тексти, що майже цілком складаються з неповних речень. Неповні речення, з одного боку, додають більшої експресії та здатні привернути увагу реципієнта (що підтвердили 40% опитаних респондентів), а, з іншого, покликані наблизити мову масової культури до неформального розмовного мовлення, експлуатація зразків якого є типовою для мови масової культури на всіх мовних рівнях і має на меті підкреслити «доступність» та «простоту» пропонованого масово-культурного продукту. Перенасичення мови масової культури Японії синтаксичними стилістичними засобами, що ґрунтуються на бракові логічно необхідних елементів мовлення, надає їй уривчастого характеру, близького до спонтанного просторічного мовлення (за що в сукупності висловилися 40% опитаних респондентів), а також розмиває синтаксичні мовні норми і знижує культуру мови у споживачів масової культури. При цьому, як засвідчили результати нашого опитування, практично всі японські респонденти (90%) усвідомлюють диспропорцію у використанні неповних речень у масово-культурних текстах і чітко протиставляють їх літературній нормі за цим критерієм, однак мають труднощі у тлумаченні природи таких синтаксичних девіацій: зараховують їх то до просторіччя (30%), то до молодіжного соціолекту (10%), то до розмовного мовлення (30%), то взагалі до іншого (20%), що ще раз підтверджує нашу гіпотезу про те, що мова масової культури є окремим субстандартом, який не тотожний вже відомим.

Частотним у синтаксисі мови масової культури Японії виявилось і протилежне явище – повтор, основною метою вживання якого є маніпуляція та сугестія, оскільки він здатен увести споживачів масово-культурного продукту у трансний стан, у якому їм легше нав'язати споживання комерційного складника масової культури (що особливо актуально для мови реклами). Багаторазове повторення слів і фраз «вимикає» свідомість реципієнта та розслабляє його, а також має на меті наблизити мову масової культури до спонтанного мовлення, синтаксис якого дозволяє відходити від стандарту.

Порушення традиційної синтаксичної будови у мові масової культури Японії виражається у фігурах інверсії та парцеляції, які допомагають зробити її емоційнішою й експресивнішою, що безпосередньо корелює з однією з провідних ознак масової

культури – грою на почуттях та апелюванням до емоцій, а не до інтелектуального складника; при цьому на матеріалі японської мови інверсія та парцеляція є надзвичайно потужним синтаксичним виразним засобом, оскільки літературна японська мова має жорстко закріплений порядок слів у реченні, а тому надто активна експлуатація цих фігур є швидше деструктивним феноменом, оскільки обидва випадки є відхиленням від синтаксичних норм.

Таке своєрідне зловживання синтаксичними виразними засобами у мові масової культури Японії має на меті підвищити її емоційність, наблизити її до неформального розмовного мовлення, а також виконати сугестивну функцію, однак у результаті розмиває синтаксичні мовні норми і знижує культуру мови, особливо поєднуючись із неприпустимим із погляду літературного стандарту змішуванням стилів та реєстрів мовлення, що також є типовим для мови масової культури Японії. При цьому цілком можливо, що імітація мовою масової культури неформального розмовного мовлення має на меті не лише привернення уваги споживачів, а й глибші мотиви – створити ілюзію дружньої комунікації, підмінити реальне спілкування переглядом телевізора чи смартфона, що у проблемних суспільних реаліях сучасної Японії призводить до ще більшої соціальної ізоляції.

Наукові праці, в яких опубліковано основні наукові результати дисертації

Статті у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України

1. Комарницька, Т. (2012). Аббревіація у японській мові: проблема номінації та класифікації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Східні мови та літератури*, 18, 21-25. <https://doi.org/10.17721/1728-242X.2012.18>
2. Комарницька, Т. (2018). Деградація мови у масовій культурі (на прикладі японських та українських поп-пісень). *Мовні і концептуальні картини світу*, 63, 66-77.
3. Комарницька, Т. (2018). Масова культура як загроза культурі мови (приклад Японії). *Мовні і концептуальні картини світу*, 2 (64), 86-95.
4. Комарницька, Т. (2019). Гібридизація та вульгаризація мови в телевізійних жанрах масової культури як виклик мовній політиці України. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 24, т. 1, 114-121. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/24.176765>
5. Комарницька, Т., Кузьменко, Ю., Федотова, Ю., & Філонова, В. (2019). Стилiстичний та соціокультурний аспект звертання як перекладознавча проблема (на матеріалі звертання у японській мові). *Актуальні питання гуманітарних наук*, 26 (2), 57-64. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/26.195874> (особистий внесок автора: висвітлення особливостей культури мови в Японії та характеристики мовних норм у японській мові).

6. Комарницька, Т. (2021). Такий різний Схід: порівняння етноспецифічних особливостей комунікативної поведінки японців та ізраїльтян як маркера їхніх національних характерів. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 42, т. 1, 201-208. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/42-1-27>
7. Комарницька, Т. (2023). Incomplete sentences in the language of Japanese mass culture as a deviation from the language norms. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Східні мови та літератури*, 1 (29), 17-23. <https://doi.org/10.17721/1728-242X.2023.29.03>
8. Комарницька, Т. (2023). Проблема класифікації жанрів японської масової культури у контексті лінгвістичного дослідження. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 207, 126-134. <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2023-207-18>
9. Комарницька, Т. (2023). Як співвідносяться між собою літературна мова і мова масової культури? *Закарпатські філологічні студії*, 29, т. 2, 183-188. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.2.34>
10. Комарницька, Т. (2024). Експлуатація діалектизмів у мові масової культури Японії як елемент стереотипізації. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35 (74), 5, ч. 2, 128-132. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.5.2/21>
11. Комарницька, Т. (2024). Мова масової культури, мова популярної культури чи мова поп-культури: термінологічна невизначеність. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35 (74), 3, ч. 1, 72-76. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.1/13>
12. Комарницька, Т. (2024). Нестандартне подвоєння приголосних звуків у мові масової культури Японії. *Закарпатські філологічні студії*, 38, 160-164. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.38.30>
13. Комарницька, Т. (2024). Особливості мови манґи як одного з різновидів мови масової культури Японії. *Закарпатські філологічні студії*, 33, т. 1, 115-121. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.33.1.20>
14. Комарницька, Т. (2024). Особливості мови японських фільмів, серіалів та аніме як візуальних жанрів масової культури Японії. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 66, 80-84. <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.66.17>
15. Комарницька, Т. (2024). Особливості мови японської друкованої реклами у контексті дослідження мови масової культури Японії. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 67, 56-59. <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.67.14>
16. Комарницька, Т. (2024). Роль і небезпека вульгарної лексики у мові масової культури Японії. *Наукові праці МАУП. Філологія*, 3 (13), 42-46. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.3.6>

17. Комарницька, Т. (2024). Фонетичні, лексичні та граматичні характеристики японської телевізійної реклами як масово-культурного феномену. *Закарпатські філологічні студії*, 35, 150-155. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.35.26>

18. Комарницька, Т. (2025). Лексика якуваріго як специфічна риса мови масової культури Японії. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 36 (75), 1, ч. 2, 130-134. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.1.2/21>

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав

19. Komarnytska, T. (2025). Features of vowel reduction and vowel shortening in the language of Japanese mass culture. *Academia Polonica. Scientific Journal of Polonia University*, 68 (2025), 1, 68-75. <https://doi.org/10.23856/6808>

Наукові періодичні видання, проіндексовані у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus

20. Kobelianska, O., Komarnytska, T., Kuzmenko, Yu., Mazur, S., & Filonova, V. (2018). Language Situation and Language Legislation of Ukraine in the Context of Experience of the Countries with Similar Historical Background. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, 9. 8 (38), 2643-2652. [https://doi.org/10.14505/jarle.v9.8\(38\).14](https://doi.org/10.14505/jarle.v9.8(38).14) (особистий внесок автора: опис мовної ситуації в Україні та країнах Далекого Сходу, а також проблем, пов'язаних із функціонуванням літературної мови у цих країнах).

21. Bukriienko, A., Komarnytska, T., Komisarov, K., & Riabovolenko, I. The newest trends in word-formation as a response to current society requests (the example of Japan). *ASTRA Salvensis. Salva: Transilvanian Association for the Literature and Culture of Romanian People*, 2019. Supplement №1. P. 63-80. <https://doi.org/10.52846/aucssflingv.v43i1.21> (особистий внесок автора: аналіз останніх тенденцій у японському словотворі, пов'язаних із функціонуванням мови у масовій культурі, здійснення квантитативних підрахунків продуктивності аббревіації на матеріалі словника 「日本語俗語辞書」 з подальшим аналізом отриманих результатів).

22. Asadchykh, O., Bukriienko, A., Fedotova, Yu., Filonova, V., & Komarnytska, T. (2021). Features of the categories mono no aware, yugen, wabi-sabi, as symbols of Japanese aesthetics in literature. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 11/02-XX, 147-151. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.24762660> (особистий внесок автора: опис концептів японської культури).

23. Komarnytska, T., Vozniuk, H., Asadchykh, O., Bukriienko, A., & Kuzmenko, Yu. (2022). The Associative Field of the Concepts “Japan” and “ウクライナ” (Ukraine) based on the Results of an Associative Experiment among Japanese and Ukrainians as the Cultural Stereotypes Evidence. *Studies in Media and Communication. Red Fame Publishing*, 10, 3, 100-108. <https://doi.org/10.11114/smc.v10i3.5839> (особистий внесок автора: опис вербалізації культурних стереотипів у мові, а також функціонування концептів-топонімів у масовій культурі; аналіз експериментального матеріалу та проведення квантитативних підрахунків на його основі).

24. Anistratenko, L., Asadchykh, O., Bukriienko, A., Komarnytska, T., & Komisarov, K. (2024). The Influence of Mass Media on the Modern Japanese. *Jurnal Arbitrer*, 11, 2, 131-143. <https://doi.org/10.25077/ar.11.2.131-143.2024> (особистий внесок автора: аналіз мовозмін, яких зазнає японська мова у засобах масової інформації, підбір та систематизування японськомовного ілюстративного матеріалу, розгляд лексичних та граматичних особливостей мови японських ЗМІ в контексті її відмінності від літературної мови).

25. Asadchykh, O., Dybska, T., Kindzhybala, O., Komarnytska, T., & Poinar, L. (2024). Oriental Languages in the Information Society and the Changing Global Cultural Paradigm. *Revue Traduction et Langues*, 23 (3), 91-110. <https://doi.org/10.52919/translang.v23i03.1013> (особистий внесок автора: розробка методики дослідження, опис новітніх тенденцій у японській мові, що виникають під впливом глобальної культури).

26. Bukriienko, A., Komarnytska, T., Komisarov, K., Kuzmenko, Yu., & Vozniuk, H. (2024). Representation of the Atomic Tragedy as a Unique Historical and Cultural Experience in Ukrainian and Japanese Literature of the Twentieth and Twenty-First Centuries. *Interdisciplinary Literary Studies*, 26 (2), 216-236. <https://doi.org/10.5325/intelitestud.26.2.0216> (особистий внесок автора: розробка методики дослідження та ідентифікація стилістичних прийомів, застосованих в аналізованих текстах, опис історико-культурних передумов створення аналізованих творів).

27. Bukriienko, A., Komarnytska, T., Komisarov, K., Naumova, Yu., & Vozniuk, H. (2024). Linguistic features of Japanese advertising as a cultural phenomenon. *AD ALTA*, 14, 1, XL, 121-127. (особистий внесок автора: підбір японськомовного масово-культурного матеріалу, аналіз його фонетичних, лексичних і граматичних характеристик, опис особливостей японської телевізійної та друкованої реклами й розкриття потенціалу використання просторіччя у мові японської реклами).

Публікації, які засвідчують апробацію результатів дисертації

28. Комарницька, Т. (2018). Мова масової культури як загроза культурі мови (на

матеріалі мови українського та японського розважального сегменту телебачення). *Соціолінгвістичне знання як засіб формування нової культури безпеки: Україна і світ : матеріали міжнар. конф.*, м. Львів, 22-23 листопада 2018 р. (с. 57-58). Львівський національний університет імені Івана Франка.

29. Komarnytska, T. (2020). Hybrid word formation in Japanese as a marker of the Internet age. *Perspectives of world science and education : abstracts of the 12th International scientific and practical conference*, Osaka, August 14-15, 2020. (p. 56-66). CPN Publishing Group.

30. Комарницька, Т. (2021). Вплив глобалізації на мову сучасної масової культури (на матеріалі текстів українських та японських популярних пісень). *Глобальні трансформації у сфері культури: виклики сьогодення : матеріали міжнародної наукової конференції*, м. Львів, 29-30 жовтня 2021 р. (с. 64-69). Львівський національний університет імені Івана Франка.

31. Комарницька, Т. (2022). Масова культура як чинник лексичних і граматичних зрушень у японській мові. *VI Конгрес сходознавців : збірник матеріалів*, м. Київ, 3 грудня 2022 р. (с. 156-159). Liha-Pres.

32. Комарницька, Т. (2022). Розмивання лексичних і граматичних норм у мові масової культури Японії. *XXV Сходознавчі читання А. Кримського : матеріали міжнародної наукової конференції*, м. Київ, 10 листопада 2022 р. (с. 244-247). Liha-Pres.

33. Komarnytska, T. (2023). Negative trends in the language of means of mass communication in Japan. *Innovations in philology: whims or the need of the hour : proceedings of the International scientific conference*, Częstochowa, December 6-7, 2023. (p. 150-153). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-383-5-40>

34. Комарницька, Т. (2023). Мова соціальних медіа в Японії як різновид мови масової культури. *Філософія та публічні комунікації: інформаційний простір сучасної культури : матеріали міждисциплінарного круглого столу, приуроченого пам'яті української журналістки, публіцистки, громадської діячки, головного редактора газети «Освіта», члена національної спілки журналістів України Коноваленко Ольги Степанівни*, Київ, 27 жовтня 2023 р. (с. 61-65). Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-349-4-18>

35. Комарницька, Т. (2023). Проблема визначення масово-культурних жанрів як матеріалу дослідження мови японської масової культури. *XXVI Сходознавчі читання А.Кримського : матеріали міжнар. наук. конф.*, м. Київ, 30 листопада 2023 р. (с. 100-103). Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-346-3-22>

36. Комарницька, Т. (2023). Сугестивний потенціал еліпсису і номінативних речень у мові масової культури Японії. *VII Конгрес сходознавців : збірник матеріалів*, м. Київ, 27 листопада 2023 р. (с. 124-128). Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966->

397-356-2-35

37. Komarnytska, T. (2024). Language deviations in the language of Japanese means of mass communication in Japan. *The latest development trends in philological science and education : proceedings of the International scientific conference*, Riga, February 7-8, 2024. (p. 164-167). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-404-7-46>

38. Комарницька, Т. (2024). Англiцизми у мові японської реклами як чинник зниження культури мови. *Філософія та публічні комунікації: інформаційний простір сучасної культури : матеріали II міждисциплінарного круглого столу, приуроченого пам'яті української журналістки, публіцистки, громадської діячки, головного редактора газети «Освіта», члена Національної спілки журналістів України Коноваленко Ольги Степанівни*, м. Київ, 25 жовтня 2024 р. (с. 34-37). Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-443-9-8>

39. Комарницька, Т. (2024). Експлуатація синтаксичної фігури повтору у мові японської масової культури. *Питання Сходознавства в Україні : тези доповідей VIII Всеукраїнської дистанційної науково-методичної конференції з міжнародною участю*, м. Харків, 18 квітня 2024 р. (с. 32-34).

40. Комарницька, Т. (2024). Інверсія та парцеляція у мові японської масової культури як приклади порушення нормативної синтаксичної будови японської мови SOV. *Стратегії розвитку та пріоритетні завдання філологічних наук : матеріали міжнар. наук.-практ. конф.*, м. Запоріжжя, 25-26 жовтня 2024 р. (с. 47-51). Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-450-7-13>

41. Комарницька, Т. (2024). Порушення літературних норм у мові масової культури Японії. *Наукові читання пам'яті загиблих сходознавців : збірник тез наукових робіт учасників міжнар. наук.-практ. конф.*, м. Київ, 10 травня 2024 р. (с. 70-73). ПП «ЮНІСОФТ». <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.26125300>

42. Комарницька, Т. (2024). Специфіка мови масової культури Японії (на матеріалі манги). *XXVII Сходознавчі читання А. Кримського : матеріали міжнар. наук. конф.*, м. Київ, 27-28 червня 2024 р. (с. 40-42). Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-414-9-12>

Наукові праці, що додатково відображають результати дисертації

43. Комарницька, Т. (2014). Застосування гри слів у японському словотворі. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*, 61, 175-182.

44. Комарницька, Т. (2019). Деструктивні явища в лексиці та граматиці мови українських і японських розважальних телешоу. *Науково-виробничий журнал «Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки»*, 2 (57), 51-59. <https://doi.org/10.32840/1813-341X-2019-2.10>

45. Комарницька, Т. (2020). Етапи «американізації» японської мови в

соціокультурному контексті. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Східні мови та літератури*, 1 (26), 6-14. <https://doi.org/10.17721/1728-242x.2020.26.6-13>

46. Комарницька, Т. (2022). Лексичні, граматичні та стилістичні негативні явища в мові масової культури Японії (на прикладі мови японських модних журналів). *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Східні мови та літератури*, 1, 28, 5-11. <https://doi.org/10.17721/1728-242x.2022.28.5-11>

АНОТАЦІЯ

Комарницька Т. К. Мова масової культури Японії: сутність і тенденції розвитку. Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук за спеціальністю 10.02.13 «Мови народів Азії, Африки, аборигенних народів Америки та Австралії». – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки України, Київ, 2025.

У дисертації на матеріалі японської мови *висунуто і доведено гіпотезу* про існування окремого новітнього лінгвістичного феномена мови масової культури, яка є окремим субстандартом, що протиставляється літературній мові на всіх мовних рівнях і поєднує в собі риси відомих лінгвістичних субстандартів. На основі аналізу мовного матеріалу японських модних журналів, популярних пісень, манги, аніме, художніх фільмів, серіалів, реклами та розважальних телешоу було продемонстровано, що мові масової культури Японії притаманні риси просторіччя, розмовного мовлення, рольової мови, територіальних діалектів, макаронічного мовлення. Аналіз мови японської масової культури показав, що вона відрізняється від літературного стандарту на фонетичному, лексичному, морфологічному та синтаксичному мовних рівнях, що доводить гіпотезу про субстандартну сутність мови масової культури, а її особливі риси (одновекторність, продуманість в імітації просторічно-розмовних зразків, засилля англізмів) дозволяють розглядати її як особливий субстандарт, нетотожний уже описаним у лінгвістиці.

Ключові слова: соціофункційний статус мови масової культури; сучасна японська літературна мова; мовні інновації; фонетичні, лексичні та граматичні девіації; іншомовна і субстандартна лексика; китаїзм; діалектизм; морфологічна гібридизація і редукція; інверсія і парцеляція; примітивізація мови; прагматичний, стилістичний та еколінгвістичний аспект; аксіологічний зсув; мовна свідомість і культура мови; мова медіа; трансдисциплінарність.

ABSTRACT

Komarnytska T. K. The language of mass culture of Japan: the essence and

development trends. – Manuscript.

Thesis for a Doctoral Degree in Philology. Specialty 10.02.13 – Languages of the peoples of Asia, Africa, aboriginal peoples of America and Australia. – Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2025.

The dissertation is devoted to the outlining and study of the newest linguistic phenomenon of the language of mass culture on the material of the modern Japanese language. The main aim of the study is to analyze the phonetic, lexical and grammatical features of the language of mass culture of Japan in the context of its differences from the literary language at the specified linguistic levels. Given the aim set, the research is methodologically based on the systemic-structural approach of Ferdinand de Saussure, as well as on the interdisciplinary approach. The description of *a new concept* of the language of mass culture for linguistics expands the range of existing language substandards and helps to understand the trends of language changes in the modern cultural paradigm. The language of mass culture is defined as a language that serves genres of mass culture that have linguistic element; it is based on the literary language, but differs from it at the phonetic, lexical, morphological and syntactic levels, absorbing the characteristics inherent in colloquialism, slang, territorial dialects and macaronic speech, and is also characterized by unidirectionality, in which the recipient acts as a passive consumer and is unable to enter into a dialogue with the speaker. It was offered to outline the boundaries of the existence of the language of mass culture in Japan by the following genres: fashion magazines, popular songs, manga, anime, feature films and TV series, entertainment TV shows, print and television advertising. The analysis of the language these mass-cultural genres showed that the language of mass culture combines the features of colloquialism, jargon, macaronic speech, and spontaneous informal speech. Furthermore, since all genres of mass culture with a linguistic component are multimodal, the latter often becomes minor, giving way to the more important visual one, which indicates a tendency to simplify the language of mass culture and correlates with the paradigm of the “visual turn” and clip consciousness as a cultural trend.

The main trends in the development of the language of mass culture in Japan were outlined at all linguistic levels. The phonetic level is characterized by phonetic innovations that do not correspond to the orthoepic norms of the Japanese literary language: two- and multi-morae emphatic lengthening of vowels, emphatic reduction, prosodic shortening of vowels, non-standard gemination, emphatic nasalization, and final glottal stop. These non-standard phonetic phenomena aim to make the language of mass culture more expressive and help it attract the attention of consumers of mass culture.

The study of the lexical level of the language of mass culture in Japan was conducted with the help of quantitative methods. It was found that the ratio of the three typological

layers of vocabulary in the language of mass culture in Japan is significantly different from the one of the standard language, with a significant number of unreasonably borrowed words. Moreover, the language of mass culture involves various types of substandard vocabulary (colloquial, vulgar, slang, dialect and role (character) vocabulary), the purpose of which is to imitate colloquial or youth speech in order to attract attention. This proves that the language of mass culture is a special type of substandard, combining the features of substandard phenomena already known to linguistics.

The substandard nature of the language of Japanese mass culture is also manifested at the morphological level and consists in the process of morphological hybridization, which is chaotic in nature. Another feature is the morphological reduction of verb forms (in particular, potential form) and verb constructions on the model of colloquial forms that exist only in oral speech, but in the language of mass culture become recorded in written form.

The analysis of syntactic level of the language of Japanese mass culture was carried out in the context of syntactic deviations with the use of the classification of syntactic figures of speech. Based on the quantitative analysis, it was demonstrated that the language of Japanese mass culture is characterized by a much higher percentage of incomplete sentences than the literary norm allows. Another syntactic deviation is represented by inversion and sentence fragmentation. The exploitation of repetition is also observed.

Language deviations in the language of mass culture of Japan are diverse, which allows to put forward a hypothesis about the essence of the language of mass culture as a separate substandard. Accordingly, *the significance of the research* lies in developing the concept of the language of mass culture as a separate substandard, which is a contribution to the study of the problem of language development at the present stage and reveals a new perspective on the mutual influence of language and culture.

Key words: socio-functional status of the language of mass culture; modern Japanese literary language; language innovations; phonetic, lexical and grammatical deviations; foreign and substandard vocabulary; Chinese word; dialect word; morphological hybridization and reduction; inversion and sentence fragmentation; primitivization of language; pragmatic, stylistic and ecolinguistic aspects; axiological shift; language consciousness and language culture; media language; transdisciplinarity.