

Кравець О. І.,

аспірантка кафедри східної філології
Київського національного лінгвістичного університету

СОЦІОЛЕКТ СУБКУЛЬТУРИ АНІМЕ В ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЯПОНІЇ

Анотація. Запропонована стаття присвячена дослідженню молодіжної субкультури аніме (отаку), яка виникла та сформувалася в Японії, а з часом набула поширення серед світових молодіжних спільнот та здобула міжнародного визнання. Субкультура аніме представлена як цілісне відкрите утворення з притаманними їй системою цінностей, переконань, способами соціальної та мовної поведінки.

У роботі основна увага приділена соціолекту молодіжної субкультури аніме як засобу прояву мовної ідентичності в лінгвокультурному середовищі Японії. Соціолект є тим атрибутом для молодіжних субкультур, який відокремлює та зберігає розмежованість між ними, а також відіграє роль визначення належності певній субкультурі.

Соціолект субкультури аніме є надзвичайно цікавим лінгвістичним феноменом. Як елемент молодіжної субкультури, він є одним із складників розвитку загальнонародної мови, поповнення її новими лексичними одиницями та вирізняється великим потенціалом оновлення. В основі мовної моделі представників субкультури аніме лежить саме японська мова з великою кількістю англійських запозичень та соціолектних новоутворень. Очевидна тематична спрямованість соціолекту з наявністю специфічних форм спілкування, мотивами виокремлення та самореалізації, що і підтверджує зосередженість аніме отаку на своєму внутрішньому світі.

У статті приділена увага висвітленню аналогії розвитку соціолекту субкультури аніме отаку в лінгвокультурному середовищі Японії та України. Наявність значної кількості японських запозичень у соціолекті українських шанувальників аніме підкреслює їхню зосередженість на японській культурі та стверджує їхню субкультурну самобутність та прихильність.

Відкритість субкультури аніме більшою мірою дає підстави вважати соціолект спільноти засобом прояву субкультурної ідентичності, а не засобом дистанціювання від інших, що і визначає його особливості. Молодіжна субкультура аніме (отаку) позиціонує надзвичайно широку дослідницьку зацікавленість, оскільки є однією з поширених молодіжних спільнот сьогодення з високою динамікою розвитку.

Ключові слова: ідентифікація, лінгвокультурне середовище, молодіжна субкультура аніме, отаку, соціолект, субкультурна ідентичність.

Постановка проблеми. Стрімкі економічні та соціокультурні зміни, впровадження нових інформаційних технологій, розвиток нових соціальних зв'язків сприяють формуванню нових понять, цінностей, нових соціальних груп, що своєю чергою призводять до змін у мовному просторі. Скерована принципами глобалізації лінгвістика XXI століття вирізняється значними інноваційними напрямками у вивченні мови на всіх рівнях. Орієнтуючись на сучасні пріоритети, суспільні цінності, норми культури, мова проявляє себе в різних аспектах. Молодіжний

соціолект є одним із складників процесу розвитку мови і важливим атрибутом молодіжних субкультурних угруповань, який відокремлює та зберігає розмежованість між ними, а також відіграє роль визначення належності певній субкультурі.

Термін субкультура (*від лат. sub* – під; *від лат. cultura* – культура (освіченість, вихованість); *subculture* – підкультура) в науковий обіг увійшов досить недавно, в 30-ті роки минулого століття запроваджений американським соціологом Т. Роззакком. У соціогуманітарних дослідженнях сьогодення усталеної системи поглядів щодо визначення названого терміна немає. Під субкультурою зазвичай розуміють спільність людей, члени якої беруть участь у панівній культурі, водночас практикують специфічні моделі функціонування з притаманними їй системою цінностей, переконань, способами соціальної та мовної поведінки. Своєю чергою молодіжним субкультурам притаманно тим чи іншим способом демонструвати свою відмінність від панівної культури, зарозуміти вибудовувати самобутні засоби належності до субкультури.

Британський соціолінгвіст Т. Омоній стверджував, що мова виступає не тільки інструментом пізнання і фіксації соціокультурних цінностей, а й середовищем формування і засобом ідентифікації ідентичності [1, с. 15–20]. Соціолект субкультур як модель комунікативного вияву дає змогу членам спільноти розпізнавати один одного на лексичному рівні, створювати свій семантичний простір, який є незрозумілим для «чужинців». На думку представника Лондонської школи М. Холлідея, специфічні мови і символи забезпечують змогу підтримувати ідентичність субкультури. Отже, використання соціолекту певної субкультури надає її носіям відчуття спільності та сприяє розвитку групової ідентичності [2].

Метою статті є дослідження соціолекту молодіжної субкультури аніме (отаку) як засобу прояву субкультурної ідентичності та важливої складової частини мовної ідентифікації аніме фендому. Відповідно до поставленої мети передбачено з'ясувати низку питань, які окреслюють зв'язок між мовою субкультур, суспільством і культурою, розглянути соціолект молодіжної субкультури аніме як комунікативний вияв субкультурної ідентичності в лінгвокультурному середовищі Японії та України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маємо зазначити, що нині є багато різноаспектних досліджень, спрямованих на вивчення функціонування субкультур із точки зору культурології, психології, соціолінгвістики тощо. Велику цінність для нашої наукової розвідки мають праці зарубіжних та вітчизняних науковців, в яких висвітлено зв'язок мови, суспільства і культури (Т. Роззак, Т. Парсонса, А. Мейє, М. Холлідея, Ю. Лотмана, О. Потебні, Т. Радзівської, О. Селіванової, С. Левікової, Т. Шібаба (柴田武), Ш. Мітараї (御手洗).

Соціальну природу мови, форми її існування та взаємодії в суспільстві визначено у працях М. Петерсона, В. Бондалетова, А. Швейцера, В. Белікова, Л. Крисіна, О. Горбача, Л. Ставицької, Ф. Іноуе (井上史雄). Останнім часом з'явилися багато досліджень молодіжних субкультурних ідентичностей, соціолекту, який визнається однією з форм ідентифікації молодіжної культури (Т. Омоній, Г. Уайт, С. Холл, О. Тоффлер, Н. Сметзер, О. Бахтіна, О. Біблєва, С. Мартос), зокрема соціолекту аніме спільноти (О. Катасонова, Н. Буйлова, О. Ляшевська). Окрему увагу в роботі ми приділяємо працям японських мовознавців Т. Сасакі (佐々木隆), А. Йонекава (米川昭彦), Я. Кітахара (北原保雄), які займалися дослідженням запропонованої проблематики.

Проте специфіці мовлення молодіжних субкультурних спільнот приділена недостатня увага, особливо це стосується аніме отаку. Свідченням цього є наявність значної кількості новоствореної лексики та її неукомплектованість. При цьому науковці вважають, що саме лексичний рівень є основним ідентифікаційним чинником мовлення субкультурних груп. Саме тому матеріалом лінгвістичного аналізу слугувала соціолектна лексика япономовного та україномовного сегментів Інтернет-мережі та словники А. Йонекава 「平成の新語・流行語辞典」 [heisei no shingo ryukougo jiten] «Словник нових і популярних слів епохи Хейсей» [3], М. Фудзівара 「現代オタク用語基礎知識」 [gendai otaku-yo:go kiso chishiki] «Базові знання сучасних термінів отаку» [4].

Виклад основного матеріалу. З другої половини ХХ ст. розширення кордонів міжкультурного обміну, взаємодія світових культур сприяли виникненню і популяризації у всьому світі масової культури Японії: караоке, манга, аніме, косплею та ін. А останнім часом японське аніме практично асимілювалося у світову культуру, що сприяло виникненню та поширенню у всьому світі молодіжної субкультури «Аніме Отаку».

Субкультура аніме, як і інші молодіжні субкультури, виникла за потреби молоді активно заявити про себе та соціалізуватися в суспільстві. Вона пропонує «певну нову культуру, в якій відображені значущі елементи культури, такі як життєві стилі, цінності дозвілля, повсякденна ідеологія та має власні засоби мовної комунікації» і є колективною ідентичністю, референтною групою, в якій молодь може розвивати свою індивідуальну ідентичність [5].

У словнику японської мови Мейкьоу кокуджітен 「明鏡国語辞典」 «Отаку» 「オタク」 називають людей, які несамовито захоплені своїм хобі (у нашому випадку аніме), насолоджуються світом свого захоплення та втратили інтерес до всього, окрім свого захоплення [6]. Перш за все, слово *отаку* асоціюється нині з шанувальниками сучасної японської поп-культури чи одного з її напрямів: «аніме отаку» (шанувальників аніме); «манга отаку» (шанувальників манга) тощо. Останнім часом, із поширенням Інтернету і засобів масової інформації слово «отаку» стало буквально міжнародним. Для всіх поціновувачів сучасної японської поп-культури воно вже не потребує перекладу, а сприймається як невід'ємний атрибут світу аніме, манга, комп'ютерних ігор, спеціальних ефектів у кіно, японської поп і рок-музики, які і сформували нову субкультуру *отаку*, що стала способом життя значної частини молоді багатьох країн, у тому числі й України.

Як зазначалося вище, субкультура аніме є досить новим явищем для японського суспільства. Власне, слово *アニメ* «аніме» (японська мультиплікація) закріпилося в японській мові напри-

кінці 70-х років ХХ століття, є адаптоване до японської мови англійське слово «animation». Таке вдале поєднання «свого» і «чужого» для західних і для японських шанувальників аніме є екзотичним, до того ж, на відміну від мультиплікації інших країн, продукція розрахована на підліткову та дорослу аудиторію, що і сприяє поширенню у світі. Попри те, що слово *アニメ* «аніме» увійшло до широкого вжитку лише наприкінці минулого століття, реальне знайомство з японською мультиплікацією *アニメ* «аніме» відбулося іще на початку століття. Фундатором традицій сучасного аніме став Тедзука Осама (手塚治虫), якого цілком виправдано називають Богом аніме і манга. Він заклав підґрунтя того, що з часом еволюціонувало в сучасне аніме. Саме Тедзука запозичив у Діснея і розвив манеру використання великих очей у персонажів для передачі емоцій, що нині є головною візитівкою жанру [7, с. 7–9]. Майже за вікову історію аніме пройшло довгий шлях розвитку від перших експериментальних анімацій до нинішнього визнання у світі.

Ми схильні розглядати аніме отаку як окремих, повноцінних із притаманними соціально-культурній групі ознаками (інтереси, зовнішній вигляд, організаційні форми, соціолект) вид сучасної молодіжної субкультури. І, як для будь-якого окремого субкультурного угруповання, для аніме отаку характерним є власний мовний код – соціолект. Під соціолектом субкультури аніме (*яп. アニメオタク用語* [аніме отакуйоуго]) слід розуміти мовні явища, притаманні суто названій спільноті, які функціонують в її межах як засіб комунікації та матеріал, за допомогою якого представники спільноти створюють субкультурний продукт, який і детермінує орієнтацію субкультури [4, с. 79–84].

Отже, соціолект є особливою ознакою молодіжної субкультури аніме, який, з огляду на надзвичайну популярність серед молодого покоління (японців), поступово впливає на розвиток і структуру загальнонародної японської мови та є важливим елементом субкультурної ідентичності. Представників субкультури об'єднує зацікавленість у певних медіапродуктах та висока особистісна значимість творчої самореалізації в цій сфері, що і характеризує використання учасниками соціолекту. В основі мовної моделі представників субкультури аніме лежить саме японська мова з наявними в ній варіаціями (територіальними, соціальними діалектами тощо) та численні запозичення з англійської мови, які, як правило, мають емоційно-експресивне забарвлення. Важливим аспектом дослідження мови субкультури аніме є чітке відокремлення авторської мови аніме та мови героїв цих творів від власне соціолекту аніме отаку, який у нашому випадку здебільшого є розмовною мовою.

Лексику соціолекту аніме варто характеризувати, на думку Н.М. Буйлової, виокремивши тематичні групи, які найбільш глибоко розкривають особливості побутування субкультури аніме отаку: 1) загальні терміни; 2) жанри і стилі аніме; 3) персонажі, типи героїв; 4) продукція, яка супроводжує випуск аніме, предмети стилю; 5) технології виробництва та аніме-формати; 6) комунікативні слова та вирази [8, с. 79–85].

Загальні терміни вживаються доволі часто і є найбільш важливими для розуміння світу японської анімації. Як приклад, наведемо кілька мовних одиниць зазначеного типу:

アニメ [аніме] – японська мультиплікація; *漫画* [манга] – японські комікси; *婚* [кон] – присвячений аніме тематиці захід, великий з'їзд отаку. У рамках таких заходів організують зустрічі з авторами аніме, демонструють рідкісні аніме, проводять конкурси фантків, фан-арту, косплею тощо; *コスプレ*

[коспуре] – (укр.: «косплей»), перевдягання в костюми відомих персонажів аніме та виготовлення таких костюмів; ファンフィク [фуан:фіку] – літературний, аматорський твір, за мотивами популярного аніме.

Варто зауважити, що назви жанрів і стилів аніме (слова другої групи) доволі невизначені і умовно їх можна поділити на кілька напрямів:

1) залежно від аудиторії, на яку розрахований витвір (варто враховувати віковий та гендерний аспекти): 子供 [кодомо] – для дітей; 少年 [сьюнен] – для юнаків-підлітків (для Японії з 12 до 18 років); 少女 [сьюдзю] – для дівчаток-підлітків (для Японії з 12 до 18 років); 青年 [сейнен] – для молодих чоловіків; 女性 [джьосей] – для молодих жінок; 成人 [сейнін] – для дорослих;

2) залежно від тематики та сюжетних особливостей: メハ [меха] – жанр аніме, відмінною особливістю яких є наявність велетенських роботів; マホ少女 [махосьюдзю] – основною концепцією жанру є ідея «магічних дівчаток» (хоча інколи бувають «магічні хлопчики»), в основному націлені на аудиторію дівчаток; スポコン [супокон] – основною темою є спорт і життя спортсменів, націлені на аудиторію юнаків;

3) залежно від наявності чи відсутності відвертих еротичних сцен: ロリコン、ロリ [рорікон, рорі] – різновид еротичного аніме за участю маленьких дівчаток, зазвичай героїнь називають Лолі (від назви роману В. Набокова «Лоліта»); 小多コン [сьо:такон] – різновид еротичного аніме сексуального характеру за участю маленьких хлопчиків; グロ、エグロ、グロ変体 [гуро, егуро, гуро хентай] – еротичне аніме з великою кількістю насилля та крові; ヤオイ [яой] – жанр еротичного аніме, напрямком якого є демонстрація сексуальних сцен між чоловіками.

До третьої групи лексики аніме зараховано назву типових персонажів та їх дизайн. Як приклад можна навести такі слова зазначеного типу:

獣耳 [кемономімі] – популярний персонаж аніме, ззовні схожий на антропоморфну тварину із хвостиком і вушками, не має шерсті на тілі (за виключенням вух і хвоста) і виглядає доволі схожим на людину; 猫耳 [неко мімі] – найпоширеніший різновид кемономімі, дівчинка-кішка, має вушка, хвіст та деякі інші подібні до кішки риси; あほげ [ахоге] – особливість дизайну зачіски персонажу аніме, особливістю якого є постійно настовбурчені пасма волосся. Зазвичай такий прийом використовують, щоб підкреслити безглуздість і комічність персонажа; ちび [чібі] – різновид дизайну персонажа аніме, коли його малюють у дитячих пропорціях, дитяча версія персонажа; 美少女 [бісьюдзю] – (укр. гарна дівчина) термін позначає вродливих героїнь аніме, також може виділити жанр аніме, де особлива увага приділяється такого роду персонажу.

Окрему увагу варто приділити терміну 萌え [моє]. За дослідженнями японського лінгвіста Йонекава Акіхіко 米川明彦), 萌え [моє] (укр. проростати, давати сходи) «асоціюється з соціолектом отаку» і в 2002 році внесено до словника 「言語用語の基礎知識」 «Базові знання сучасних термінів». 萌え [моє] – це напрям у сучасній японській субкультурі отаку, скерований на створення персонажів аніме, манга, які здатні викликати емоційний відгук та прихильність аудиторії [9, с. 614–615]. Термін 萌え [моє] інколи використовують для позначення різновиду аніме з великою кількістю по-дитячому гарненьких (японською мовою їх часто називають かわいい [кавай] «милий») персонажів або закоханості Отаку в той чи інший персонаж.

Наступна тематична група лексики обслуговує діяльність фанатів, колекціонування, поширення аніме, а також називає продукцію аніме. Справжній «отаку» завжди купує та колекціонує журнали, книги, відео та іншу продукцію, значення якої абсолютно не зрозуміло для пересічних людей: ファンサービス [фуан:сабісу] – вставні сцени, які не мають сюжетного значення і, як правило, мають сексуальний характер; お負け [омаке] – додатки, пародійний аніме-фрагмент, так званий бонус до аніме у стилі кумедних міні сенок із персонажами та інтерв'ю з творцями аніме; お絵かき [оєкакі] – початкові зарисовки дизайну образу персонажу, часто пропонують як бонус. Шанувальники аніме збирають колекцію プラモ [пурамо] – пластикові модельки персонажів, розмальовують та прикрашають автомобілі зображеннями улюблених персонажів у стилі 痛車 [іташя], влаштовують кони (фестивалі) з показу 痛車 [іташя]. Останнім часом такий вид мистецтва набув широкого визнання і за межами Японії.

П'ята група лексики містить терміни, якими учасники субкультурної спільноти послуговуються щодо назв технологій виробництва та аніме-форматів. Здебільшого це запозичення з англійської мови або новоутворені слова на основі запозичень, які описують технологію та формати комп'ютерної підготовки матеріалів аніме. Наприклад, літера “J” (від *усічення англійського* “Japan”) вказує на японське походження явища/предмета – приміром, J-horror позначають японське аніме в стилі жаху; AMV (Anime Music Video) – музичні кліпи створені фанами аніме; ONA (Original net animatio) – аніме, які з'являються в мережі Інтернет і зазвичай не доходять до продажу чи показу по телебаченню та в кінотеатрах; Opening/Ending – анімаційна заставка з початковими/кінцевими субтитрами; Eye catch – двосекундна заставка всередині аніме, яка позначає початок і кінець рекламної вставки тощо.

Лексика наведених вище (1) – (5) груп соціолекту аніме виконує номінативну, категоризаційну функції та слугує для позначення предметів та явищ. Лексика ж шостої тематичної групи, комунікативні слова та вирази, пов'язана з експресивно-комунікативною функцією соціолекту аніме та є основним ідентифікаційним чинником мовлення тієї чи іншої субкультурної групи. У повсякденному житті шанувальники аніме вживають лексику, яка також підкреслює їхній стиль та приналежність до досліджуваної нами субкультури. Зауважимо, що комунікативна лексика представників субкультури настільки своєрідна, що заслуговує на окреме дослідження. У процесі її аналізу, який ми плануємо здійснити та висвітлити в подальших роботах, варто враховувати віковий, гендерний аспекти, використання англіцизмів та способи їх словотвору із залученням до характеристики лексичного складу спостережень на фонетичному морфологічному та синтаксичному рівнях.

За досить нетривалий час свого існування субкультура аніме отаку істотно визначилася як масова культура сучасної Японії та набрала неабиякої популярності за її межами, у тому числі і в Україні. Це пов'язано з тим, що за своїм змістом вона відповідає потребам і смакам підлітків та молоді, зорієнтована на електронні носії та розрахована на поширення в мережі Інтернет. Слово オタク [отаку] стало міжнародним та не потребує перекладу з японської мови і слугує атрибутом світу аніме, манга, японської поп-музики тощо. Посилаючись на думку О.Л. Катасонової, варто зазначити, що членів досліджуваної субкультури варто поділяти на дві групи: «анімешиники», для яких аніме є хобі, засіб розваги, саморозвитку, а ніяк не самоціль, і власне «отаку» – це «екстре-

мальні фанати», для яких аніме є головною метою життя та її сутністю. Дві групи пошанувачів аніме використовують соціолект у різних цілях: «отаку» – як змістовні повідомлення, які є зрозумілі вузькому колу, це свого роду «професійний соціолект»; «анімешники» (або «споживачі», до їх числа можна зарахувати шанувальників аніме по всьому світу) – як зовнішній атрибут мови, щоб підкреслити свою відмінність або показати «я свій». Анімешники, на відміну від отаку, є відкритою спільнотою, їхні форуми та блоги загальнодоступні, на сторінках мережі Інтернет розміщені словники, які наповнюються як індивідуально, так і способом колективної творчості. І часто, коли в наповненні словників беруть участь новачки і ті, хто не є носіями японської мови, слова набувають іншого значення, відмінного від початкового [10, с. 52–58]. Це є однією з особливостей існування та розвитку соціолекту субкультури аніме отаку за межами Японії.

Для соціолекту українських пошанувачів аніме характерною є наявність лексики японського походження (здебільшого в англійській транслітерації), лексики англійського походження (інколи у вигляді трансформацій з японської мови), українських новоутворень. Наведемо кілька прикладів, на які ми натрапили у відповідних джерелах Інтернет-мережі: блогплатформах, форумах, сторінках аніме спільнот [11–14].

Наявність власне японських запозичень пояснюється, по-перше, необхідністю позначати характерні для субкультури аніме предмети/явища, аналогів яких немає в українській мові (*наприклад*: 痛車 [іташа] – дизайн автомобіля в стилі аніме). По-друге, для збереження автентичності стилю японських аніме (*наприклад*: チビ [чібі] – поширений стиль малюнку персонажів аніме, зазвичай милих із дитячою зовнішністю та пропорціями). Серед японізмів слід виокремити форми привітання, прощання, подяки, вибачення тощо: ありがとう [арігато] «Дякую»; さよなら [сайонара] «До побачення»; お休み [оясумі] «Добраніч!». Щоб зберегти стилістичне забарвлення, молодь запозичує і використовує неформальний варіант (розмовний стиль) слів чи словосполучень, наприклад: じゃあ [Джа:] «Пока!»; ごめん [гомен!] «Вибач!»; おっす! [оссу!] «Привіт!», а іноді і не дуже ввічливі форми – すまん [суман!] (чоловічий варіант вибачення).

Англійські слова запозичуються з японської мови, але мають англійське походження. Маємо підкреслити, що англійські запозичення трансформуються у колі саме японських пошанувачів аніме і зазвичай в разі міграції від японських першоджерел до наших фанів сильно спотворюються. Прикладом може слугувати і саме слово «аніме»: якщо в Японії під アニメ [аніме] розуміють будь-який анімаційний фільм незалежно від країни виробника, то в нашій країні це виключно японська анімація, яка відповідає певним стилістичним стандартам. «Дорама» ドラマ [дорама] (*від англ.* drama) – назва японських серіалів за участю акторів, які часто створюються на основі аніме або манга. Ще один приклад англіцизмів із соціолекту аніме, який потрапив в українську мову, – «вайфу» (*від англ.* wife – дружина), таким терміном позначають персонаж аніме, про якого фанат мріє як про дружину.

Не менш цікавим є пласт новоутвореної лексики з японських та англійських запозичень за допомогою словотвірних процесів, більшість з яких виникла шляхом адаптації до української граматики. Доречними прикладами освоєння запозичених слів є і слово «анімешник», про значення якого йшлося вище. Надзвичайно поширеними, завдяки чому і є включеними

в дериваційні процеси, є слова: «кавайн(а/ий), кавашн(а/ий), кавайтися» (*від. яп.* かわい [kawai]) – термін, який означає все гарненьке і миловидне; «міядзаковщина» – новоутворення, яке зневажливо використовують щодо схожого з роботами Хаяо Міядзакі стилю аніме; «сугойн(а/ий), сугойненьк(а/ий)» (*від. яп.* すごい [сугой] – «Круто!; Чудово!; Блискуче!; Жахливо!»), так анімешник виявляє сильні емоції. Характерно, що в японській мові словом すごい [сугой] залежно від контексту позначають сильний емоційний відгук як на приголомшений захват, вражаюче вподобання, піднесення, так і на відчайдушний страх, жах, огиду. Водночас українські шанувальники аніме використовують його здебільшого як вияв позитивних емоцій.

Надзвичайно цікавим прикладом є ціла низка похідних від японського омоніма こやあ [ня:] – звуконаслідування «няв», яке в українській мові передає нявкання котів. Вигуком こやあ [ня:] в аніме серіалах персонажі жанру *некомімі* часто закінчують всі свої фрази. У соціолекті анімешників «ня» позначає широкий перелік емоцій від ейфорії, неймовірного захоплення до смутку та неприємних відчуттів. Та перш за все «ня» – це гасло «Ня кавай!», яке об'єднує всіх анімешників, а внаслідок утворення похідних (здебільшого шляхом суфіксації) їхній лексикон поповнився значною кількістю новоутворень:

– слова вітання та прощання: «Ня привіт!», «Ня пока!», «Наше вам Ня», «І знову Ня всім!»;

– слова позначення милого, приємного: «Ня кавай!» (наймиліший, найкрасивіший предмет у світі), «Ти така няка» (схвалення, похвала), «няшка», «няшн(а/ий)», «нямочка», «няшність», «няшити» (пестити, тішитися);

– слова підтвердження: «Ми виграли Няяя!», «У тебе кавайний косплей. – Ня!»;

– слова невдоволення: «А вас я попрошу не някати». «Не все кавай, що някає» тощо. «Ня», як і багато інших слів соціолекту аніме вийшло за межі спільноти і сьогодні напевно важко знайти молоду людину, для кого слово «няшний» є незнайоме.

Як бачимо, для носіїв соціолекту молодіжної субкультури аніме в Україні характерними є здебільшого запозичення з японської мови, які своєю чергою містять у собі англійські запозичення та їхні трансформації. Незважаючи на те, що велика кількість запозичень піддається морфологічній адаптації та словотвірному освоєнню, загальна орієнтація на японську мову залишається незмінною. Наявність значної кількості японських запозичень вкотре підтверджує зосередженість представників субкультури аніме на японській культурі та стверджує їхню субкультурну самобутність та прихильність. Щодо мовних особливостей/моделей субкультури аніме взагалі, то вони сформувалися на основі і під впливом аніме продукції, а відкритість субкультури призвела до використання соціолекту як в Японії, так і за її межами.

Беручи до уваги наші спостереження, ми цілком можемо стверджувати, що соціолект аніме отаку є проявом субкультурної ідентичності. Адже представників субкультури в основному поєднує порівняно суміжна ідеологія, спільне світосприйняття, яке опирається на зацікавленість певними медіа продуктами, висока особистісна значимість творчої самореалізації. Притаманний для аніме отаку соціолект є важливим фактором ідентифікації названої субкультури. Також він виступає засобом репрезентації субкультурної традиції, обміну та передачі інформації, формує особливу комунікативну систему, тим самим виконуючи функцію ідентифікації

в лінгвокультурному середовищі Японії. Положення щодо соціолекту молодіжної субкультури аніме отаку, розглянуті в цій статті, є далеко не вичерпаними. Отже, їх студіювання наділене значними перспективами в подальших наукових дослідженнях.

Література:

1. Omoniyi T. Hierarchy of Identities: A Theoretical Perspective. *The Sociolinguistics of Identity*: eds. T. Omoniyi, G. White. New York, 2006. P. 15–20.
2. Halliday M.A.K. *Language As Social Semiotic: The social interpretation of language and meaning*. London : Hodder Arnold, 1978. 250 p.
3. 米川明彦. 平成の新語: 流行語辞典. 東京: 東京堂出版, 2019. 659 ペ.
4. 藤原実. 現代オタク用語の基礎知識. 東京: ディスカヴァー・トゥエンティワン, 2009. 280 ペ.
5. Brake M. *Comparative youth culture: The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures in America, Britain and Canada*. London: Routledge, 1990. 238 p.
6. 北原保雄. 明鏡国語辞典. 東京: 大修館書店, 2002.
7. 佐々木隆. オタク文化論. 那須町: 合資会社イーコン, 2011. ペ. 7-9.
8. Буйволова Н. Н. Классификация лексем аниме-сленга (на основе материалов русскоязычных форумов). *Lingua mobilis*. 2013. №5 (44), С. 79-85.
9. 米川明彦. . 集団語の研究. 東京: 東京堂出版. 2009. ペ. 614-615.
10. Катасонова Е.Л. Отаку: за и против. Новая генерация людей компьютерной эпохи. *Азия и Африка сегодня*. 2010. № 12. С. 52–58.
11. Кліменко Н.О. Субкультура Аніме у молодіжному середовищі. URL: <https://www.kobu.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/10/%D0%90%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5.pdf> (дата звернення: 27.11.2020).
12. Miuki Mikado. Сайт о японии и японцах. URL: <https://miuki.info/2013/03/slovar-anime-terminologii/> (дата звернення 01.12.2020).
13. День анімешника: шматочок Японії у Києві. URL: <http://old.qha.com.ua/ua/kultura-mistetstvo/den-animeshnika-shmatochok-yaonii-u-ki-vi-foto/6527/> (дата звернення 01.12.2020).
14. Аmanoгaвa. *Вебсайт*. URL: <https://animeclub.in.ua/category/articles/> (дата звернення 08.12.2020).

Kravets O. Sociolect of the anime subculture in the linguistic and cultural environment of Japan

Summary. The proposed article studies the youth subculture of anime (otaku), which originated and formed in Japan, and over time became widespread among the world's youth communities and gained international recognition. The anime subculture is presented as an integral open formation with its inherent system of values, beliefs, methods of social and speech behavior.

The work focuses on the sociolect of the youth subculture of anime as a means of manifesting subcultural identity in the Japanese linguistic and cultural environment. Sociolect is the definition for youth subcultures that separates and maintains disunity between them, and also plays the role of belonging to a particular subculture.

The sociolect of the anime subculture is an extremely interesting linguistic phenomenon. As an attribute and element of the youth subculture, it is one of the components of the development of the national language, its replenishment with new lexical units and has a great potential for renewal. The language model of representatives of the anime subculture is based on the Japanese language with a large number of English borrowings and sociolectic neologisms. The thematic orientation of the sociolect is obvious with the presence of specific forms of communication, with the motives of isolation and self-realization, which confirms the concentration of anime otaku on its inner world.

The article focuses on highlighting the analogy and parallels of existence, development of the sociolect of the anime otaku subculture in Japan and Ukraine. The presence of a significant number of Japanese borrowings in the sociolects of Ukrainian anime fans emphasizes their focus on Japanese culture and confirms their subcultural identity and affection.

The openness of the anime subculture gives grounds to consider the sociolect of the community as a means of manifesting subcultural identity and not as a means of distancing from others, which determines its peculiarity. The anime otaku youth subculture positions an extremely broad research interest, since it is one of the modern widespread youth communities with high dynamics of its development.

Key words: identification, lingvo-culturological environment, youth subculture of anime, otaku, sociolect, subcultural identity.