

*Комарницька Т. К.,**кандидат філологічних наук, доцент,  
докторант кафедри мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії  
Навчально-наукового інституту філології  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

## ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ЯПОНСЬКИХ ФІЛЬМІВ, СЕРІАЛІВ ТА АНІМЕ ЯК ВІЗУАЛЬНИХ ЖАНРІВ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ ЯПОНІЇ

**Анотація.** Мова масової культури являє собою окремих різновид мови, що відрізняється від літературного стандарту і маніфестується у різноманітних жанрах масової культури, які мають вербальну складову. При цьому мова візуальних жанрів масової культури (художніх фільмів, серіалів та анімаційних фільмів (на матеріалі японської мови – аніме)) має низку спільних характеристик на фонетичному, лексичному та граматичному рівнях, за якими мову цих жанрів можна протиставити літературній нормі та порівняти з просторіччям. Так, на фонетичному рівні мові японських фільмів, серіалів та аніме притаманні: редукція, емпатичне розтягування чи скорочення голошних звуків та інші відхилення від нормативної вимови. На лексичному рівні мові візуальних жанрів японської масової культури притаманна бідність лексики, більша кількість службових слів порівняно з повнозначними тощо. На граматичному рівні констатуємо вживання суто розмовних дієслівних форм, контамінацію граматичних конструкцій, наявність низки синтаксичних девіацій, які маніфестуються здебільшого у наявності великої кількості неповних речень (що, зокрема, можуть бути представлені лише єдиним словом-вигоком), а також порушенні порядку слів у реченні (інверсія), яке є нетиповим для японської мови з чіткою структурою SOV. Вказані фонетичні, лексичні та граматичні особливості мови візуальних жанрів масової культури притаманні здебільшого японському просторіччю; трапляються й елементи дитячого мовлення. Превалювання неінформативних вербальних повідомлень (у вигляді речень-вигуків, повторення слів тощо) у мові масової культури дозволяє нам провести паралель із міркуваннями Ж. Бодріяра про масову культуру як симулякр, оскільки мова, що обслуговує цю культуру, фактично теж спирається радше на форму, а не на зміст, тобто по суті також є своєрідним симулякром.

**Ключові слова:** японська мова, мова масової культури, мова візуальних жанрів масової культури, літературна норма, просторіччя, фонетичні, лексичні та граматичні девіації.

**Постановка проблеми.** Відомо, що телебачення на сьогодні є одним із найпотужніших ретрансляторів масової культури, оскільки за рахунок своєї загальнодоступності й жанрового різноманіття телепродукції воно досягає надзвичайно широку аудиторію і непомітно впливає на кожного з нас, виступаючи одним з основних творців сучасної міфотворчості [1, с. 60]. Недаремно ж провідний дослідник масової культури Ж. Бодріяр приділяв особливу увагу телебаченню, яке, на його думку, конструє паралельну реальність, стирає межі

між реальним і віртуальним і породжує симулякри, у зв'язку з чим науковець запропонував поняття «людини телематичної» [2, с. 51]. «Жодна культура не розглядала символи настільки наївно, параноїдально, пуритансько і терористично, як кіно з його сьогоднішніми намірами» – пише Ж. Бодріяр [3, с. 364]. Тому й не дивно, що у науковій літературі натрапляємо на думку, що фільми і телебачення здійснили величезний вплив на розвиток масової культури, змінивши реальність і наше сприйняття світу [3, с. 366; 4, с. 66]. Як пишуть дослідники, кінематограф і телебачення як візуальні форми масової культури трансформують навколишню дійсність і конституюють «нову» реальність, що часто сприймається споживачами як заміщення справжньої. Критеріями нової візуальної реальності є серійність, штучність, ілюзорність, віртуальність, і через таке сконструйоване середовище, яке формує певні типізації, «культурні зразки», сенси тощо, у сучасної людини виникає ставлення до реальності як до візуального образу [5, с. 80]. Так виникає культура образу, яка, однак, не є істинною, оскільки не передбачає знання, а тому радше є деградацією, нівеляцією культури [3, с. 364; 5, с. 83], унеможливаючи процес духовного збагачення, спілкування з собою та становлення розвиненої особистості [1, с. 62]. Культура образу, нав'язана нам телебаченням, пов'язана з поняттям гіперреальності, яке на сьогодні є актуальним напрямом філософського аналізу і являє собою реальність, «посилена» за допомогою сучасних технічних засобів, коли творці культури можуть продукувати образи, принципово «нездійсненні» в реальності [6, с. 6].

Безперечно, телебачення являє собою багатогранне явище, а його продукт є різножанровим. У контексті дослідження мови масової культури нас цікавить не все різноманіття телевізійної продукції, а лише та, що має в основі розважальну складову, оскільки, як відомо, масова культура – це культура розваг. Відповідно, телевізійним матеріалом для вивчення мови масової культури, на нашу думку, є:

- розважальні телешоу;
- художні фільми;
- серіали;
- мультфільми та мультсеріали (в японській масовій культурі – аніме).

Також уважаємо, що останні три жанри можна розглядати разом, оскільки всіх їх об'єднує ігрове начало та художня сутність, відповідно припускаємо, що мова цих жанрів матиме спільні риси і, можливо, більше характеристик, притаманних художньому мовленню. Натомість мову телешоу, на нашу

думку, варто розглядати окремо, оскільки вони не мають сюжету й персонажів, тому мова розважальних телешоу буде більш наближеною до просторічного мовлення, більш примітивною. Отже, у цій розвідці розглянемо мовні особливості японських художніх фільмів, серіалів та аніме.

**Аналіз останніх досліджень.** Всі ці три жанри масової культури дослідники здебільшого описують із культурологічного погляду. Так, наприклад, С. Гулевський пише, що «теле-серіал є однією з культурних форм, за допомогою якої вибудовується світ сучасної культури й наповнюється відповідними смислами. Втягнута в екранний простір, Людина телематична починає думати й жити екранними образами, засвоює мову екрану, відкриваючи для себе нову сферу уяви» [2, с. 51]. Тут ключовим для нас є визнання того, що існує особлива мова екрану, яку глядачі переймають разом із віртуальними масово-культурними зразками, що їх продукують серіали та інший розважальний сегмент телебачення. Такі масово-культурні стереотипи, що їх ми споживаємо разом із розважальною телепродукцією (насамперед у вигляді серіалів), неначе «засмічують» свідомість, проте водночас «стають енциклопедією сучасного життя, адже, крім безпосереднього сюжету, вони несуть знання про різні сфери людської діяльності. Це створює відчуття достовірності та підсилює ефект присутності», «занурує свого користувача в особливий міфологічний світ, який нерідко сприймається ним як більш реальний, ніж його власне буденне існування» [7, с. 194]. Якщо ж аналізувати кіно й серіали з лінгвістичної позиції, то в мовознавчому аспекті їх можна розглядати як окремий дискурс, особливий тип креолізованого тексту, що включає відеоряд і кінодіалог, тобто вербальну (мовленнєву) та невербальну комунікації, і специфіка такого креолізованого тексту виявляється в єдності обох компонентів тексту, що функціонують як єдине ціле і є взаємозалежними [8, с. 198–200]. При цьому при сприйнятті руху звуко-зорових образів фільму чи серіалу виникає емоційне збудження, яке є неначе архайзмом людської природи [7, с. 196]; отже, кіновидовище націлене на емоції, а не на інтелектуальну складову, що й буде відображатися на мовному рівні обмеженістю змісту вербального повідомлення, превалуванням у ньому вигуків, окличних речень тощо. Відповідно, метою нашої розвідки буде розглянути фактичний мовний матеріал візуальних жанрів масової культури Японії та проаналізувати його з погляду співвідношення з літературною мовою.

Крім типових для глобальної масової культури візуальних жанрів серіалу та фільму в Японії також розвинений мультиплікаційний жанр аніме, який, на відміну від західноєвропейських мультфільмів, орієнтується на дорослу аудиторію. Причиною популярності аніме серед дорослої аудиторії японські дослідники здебільшого називають інфантилізацію суспільства [9, с. 79], а також ескапізм і відчуття ілюзорності світу, особливо загострені в сучасному японському суспільстві [10, с. 213–214]. Чіда Хіроюкі (千田洋幸) з цього приводу зазначає: «Немає зайвої потреби повторювати, що прагнення «нетутешнього, іншого світу» глибоко вкоренилося у продукти японської масової культури» [10, с. 214]. Таке особливо загострене серед японців прагнення втекти від реальності породило справжній культ аніме-продукції, що знайшов свій вияв, зокрема, у поклонінні аніме-персонажам, створенні індустрії віртуальних розваг, стилізованих під аніме (аж до віртуальних наречених, із якими можна укласти шлюб), масовому наслі-

дуванні мультиплікаційних персонажів (косплей – фестивали з переодяганням у героїв аніме, в яких бере участь величезна кількість людей – близько 25 тис. щоразу [10, с. 214], появи й популярності віртуальних музичних виконавців із аніме-зовнішністю (так званих вокалоїдів, найвідомішою з яких є Хацуне Міку (初音ミク) [10, с. 215].

**Виклад основного матеріалу.** Вважаємо, що, якщо розглядати ці три жанри з лінгвістичного погляду, відразу можна припустити, що мова кіно, серіалів та аніме буде спрощеною і матиме обмежений лексичний склад. Окрім цього припускаємо, що мова серіалів, фільмів та аніме буде максимально наближеною до розмовного мовлення. Спрощеність та обмеженість пояснюємо тим, що мова цих (та й інших) масово-культурних жанрів розрахована на невибагливу широку аудиторію, яка прагне розслабитися, а тому не готова сприймати надто вишукане художнє мовлення високого стилю. Окрім цього, спрощеність та обмеженість мови саме цих трьох жанрів масової культури можемо пояснити ще й превалуванням саме в них візуальної складової, яка дозволяє максимально скоротити і спростити вербальне повідомлення – слова замінює відеоряд. Наближеність до розмовного мовлення пояснюємо тим, що ці ігрові телевізійні жанри продукують паралельну реальність повсякденного життя, в якій персонажі живуть і спілкуються між собою так само, як звичайні люди. Тому очевидно, що репліки телегероїв відтворюють насамперед зразки повсякденного розмовного побутового мовлення, імітуючи, зокрема, спонтанне діалогічне мовлення. Отже, припускаємо, що мова фільмів, серіалів та аніме буде максимально подібною до побутового розмовного мовлення, можливо, з елементами просторіччя. Для того, щоби переконатися у правдивості наших припущень, розглянемо кілька уривків із японських фільмів, аніме та серіалів, що їх ми записали на слух, відтворюючи за допомогою орфографії особливості вимови.

Отже, перший уривок із телевізійного серіалу тривалістю півтори хвилини має такий вербальний ряд:

- 電車！もう告白台詞など気にするな！
- とにかく告白だ！告白しろおお！！！！
- そう言われても。。。
- そんなにいい？
- どうしたんですか。
- あ、あのう。。。実は。。。
- マーフィンはどうでしたか。
- おいしいぞ。どうも食べちゃうんですよ。
- よかった！
- 早く告白しろ！
- ああああ、あのっ。。。
- 天気もいいですね。どこかへ出かけましょうか。
- 外に出たら、アウト！
- 人目のあるところで告白は無理！
- 家の中を死守！
- 告白するまで絶対家出るな！！！！
- あ、あ、あ、あのっ。。。。DVDを持ってきたんです。マトリックス！
- ああああ、こないだ話していた。
- あれ？何こだ？何んで？
- クイール！私、見たいと思ってたんです。
- そそうですか。
- 早速見ましょう。
- はい。
- えっとう。。。

В уривкові, як ми і припускали, спостерігаємо імітацію спонтанного розмовного мовлення, що виявляється на всіх мовних рівнях.

Так, на фонетичному рівні мові телесеріалів притаманне широке використання емпатичної артикуляції, а саме:

– емпатичне розтягування голосних звуків у прикінцевій позиції (告白しろおおお);

– емпатичне скорочення голосного у прикінцевій позиції, у результаті якого слово неначе різко обривається (аналог німецького кнаклауту, тільки у кінці слова, а не на початку) – наприклад, あのっ.

Також спостерігаємо редукцію звуків, що притаманна більше просторічному мовленню: 食べちゃう (замість літературного 食べてしまう), こないだ (замість このあいだ), 何こだ (замість 何これだ), 思ってたん (замість 思っていたん).

Окрім цього серед фонетичних особливостей варто виділити повторення звуків – відтворення заїкання (そそうですか).

На лексичному рівні у наведеному уривку переважають слова розмовної лексики, а також нейтральна лексика; слів на позначення складних понять, як ми і припускали, немає. Поодинокі іншомовні вкраплення (マーフィン, アウト, マトリックス, クイール) не дублюють значення питоми японських слів, отже, їхнє включення цілком відповідає мовній нормі.

На морфологічному рівні спостерігаємо широке вживання особливої форми дієслова ~ん, яка притаманна побутовому розмовному мовленню і додає емотивний компонент до дії, вираженої дієсловом: どうしたん, 持ってきたん, 思ってたん, 食べちゃうん. В уривку також наявні розмовні емоційні прикінцеві частки: ぞ, よ. Окрім цього, не можемо не звернути увагу на чималу кількість вигуків, які також допомагають відтворити просторічно-розмовний характер мовлення персонажів: あ、あのう、あああああ、あのっ、あ、あ、あ、あのっ、あれ、えっとう. Натомість відмінкових часток подекуди бракує: 私、見たいと思ってたんです。(замість нормативного 私は見たいと思っていたんです).

Втім, найбільше особливостей, що контрастують із мовною нормою, спостерігаємо на синтаксичному рівні. Тут наявна ціла низка неповних речень:

- 電車!
- そう言われても
- そんなにいい?
- あ、あのう。。。.
- 実は。。。.
- よかった!
- あああああ、あのっ。。。.
- 外に出たら、アウト!
- 人目のあるところで告白は無理!
- 家の中を死守!
- あ、あ、あ、あのっ。。。.
- マトリックス!
- あれ?
- 何んで?
- クイール!
- えっとう。。。.

Як бачимо, нерідко незакінченість речення компенсується питальною чи окличною інтонацією (це ми намагалися показати за допомогою відповідних засобів пунктуації), що загалом притаманне й мові інших жанрів масової культури Японії.

Трапляються також інвертовані варіанти: 何こだ?

Яскравою девіацією, яку можемо спостерігати саме на японськомовному масово-культурному матеріалі, є змішування стилів і реєстрів мовлення в єдиному мовленнєвому потоці, що з погляду культури мови є неприпустимим. Так, спілкуючись між собою у нейтрально-ввічливому стилі (です・ます体), головні персонажі час від часу вдаються до реплік у простому стилі (だ体 або 普通体): おいしいぞ.; よかった!; 何こだ?. Окрім цього також спостерігаємо ненормативне вживання дієслівної форми ~しょうか (у репліці どこかへ出かけましょうか.), яка в літературній мові привносить значення пропозиції допомоги у виконанні дії, вираженої дієсловом, однак у просторіччі зазнала контамінації зі схожими формами ~せんかた ~ましょう (перша з яких є ввічливим запрошенням до спільної дії, а друга – згодою на здійснення спільної дії), а тому набула нетипового для неї значення запрошення до спільної дії.

Розглянемо ще один приклад (епізод з аніме тривалістю 1 хвилина):

- 春なのに! でちゅ。
- ちゅ? ちゅちゅちゅうう??
- ちゅちゅ!! ちゅちゅ!!
- 何? ねずみなああ。
- 大好きな一日をすごしてるんだよおお!!
- ちゅ、ちゅ、ちゅううう!
- あ、何やってんの?
- 積み木遊びでちゅ!
- じゃ、あたし出かけるから、しっかり留守番してくれよ。
- ちゅううう。にちゅっ。ちゅうううう!

Перше, що впадає в око, це доволі обмежений вербальний ряд як для хвилинного епізоду. Дійсно, більшу частину часу в цьому аніме відбуваються дії, що не супроводжуються вербальними повідомленнями (гадаємо, що тенденція до максимізації візуальної складової та мінімізації вербальної притаманна більшості масово-культурних жанрів). Прикметно також, що майже половина реплік не представлена повнозначними словами.

Якщо розглядати кожен мовний рівень, то на фонетичному спостерігаємо відхилення від нормативної вимови (дечю замість です), що імітує ненормативну дитячу вимову (на кшталт вимовляння звуку /л/ замість звуку /р/ у українському дитячому мовленні). Також спостерігаємо просодичне подовження голосних звуків у службових словах (зв'язці й заключній частці), що притаманно здебільшого просторічному мовленню і підсилює емоційне забарвлення: ちゅううう, なああ, よおおお. Окрім цього в уривкові наявне випадіння складу /i/ та позиційна редукція (девокалізація) складу /ry/ з подальшою його назалізацією, у результаті чого він переходить у складовий сонорний /n/ (撥音): やってんの замість нормативного やっているの. Подібний тип випадіння складу /i/ у тривалому виді дієслова спостерігаємо і в іншому фрагменті: すごしてる (замість нормативного すごしている).

На лексичному рівні уривок характеризується обмеженістю повнозначної лексики, яка представлена всього 12 словами: 春, 何, ねずみ, 大好きな, 一日, すごしてる, やってん, 積み木遊び, あたし, 出かける, しっかり, 留守番してくれ. Водночас, якщо враховувати повтори, то кількість службових слів становить 26. Як відомо, службові слова, на відміну від повнозначних, не здатні виконувати номінативну функцію,

отже, жодної нової інформації вони в собі не несуть. Виходить, що весь фрагмент позбавлений пізнавального змісту, а радше просто ретранслює емоції. Недаремно ж Д. Попіль писала, що «ми живемо у часи, коли дедалі більше інформації і дедалі менше сенсу» [3, с. 366]. Гадаємо, що такі приклади яскраво демонструють реалізацію у мові масової культури Бодріярівського уявлення про симулякр, адже перед нами вербальне повідомлення, що наповнене формою, але не сенсом. Як пише А. Чантурія, нав'язуючи власні симулякри, творці масової культури прагнуть перетворити їх на моделі, що впливають на майбутню реальність, адже, прагнучи втекти від реальності у світ культури, значна частина людства надає перевагу тому, що приносить задоволення, і якраз знаки-образи, що не мають референта, дуже часто зчитуються як моделі бажаної реальності, якої слід прагнути [6, с. 7–9].

Тепер розглянемо наведений приклад у граматичному зрізі. Уривок складається з шістнадцяти речень, однак у ньому вжито всього чотири дієслова, що відразу дає нам зрозуміти специфіку речень, які його складають: вони здебільшого неповні. Як ми вже змогли переконатися, неповнота речень загалом притаманна мові японської масової культури. Особливістю ж цього окремого прикладу є те, що серед неповних речень переважають так звані «аморфні речення» (за О. Єсперсенем), до складу яких входить лише одне службове слово:

- でちゅ。
- ちゅ？
- ちゅちゅちゅうう？
- ちゅちゅ！！
- ちゅちゅ！！
- ちゅ、ちゅ、ちゅうううう！
- ちゅううう。
- にちゅっ。
- ちゅうううう！

Як бачимо, наведене службове слово (зв'язка у спотвореній вимові, що імітує дитячу) неодноразово повторюється, що, вочевидь, покликане створити певний стилістичний ефект. Серед неповних речень у фрагменті наявні й кілька номінативних: 春なのに！； 何？； ねずみなああ。 Прикметно також, що сім із шістнадцяти речень є окличними, що в поєднанні з численними неповними реченнями, на нашу думку, ще раз підкреслює превалювання емоційної складової повідомлення над інформативною. Загалом ця риса цілком відображає основні характеристики масової культури, яка має на меті спричинити емоційний відгук у свого споживача, при цьому розважаючи його й не обтяжуючи інтелектуально, адже вона є «індустрією розваг» та «індустрією дозвілля» і покликана допомогти посередньому споживачу «вбити час», а тому й орієнтується саме на його невидатні інтелектуальні здібності [4, с. 66]. На мовному рівні таке прагнення до спрощення культурного повідомлення і примітивізації змісту задля його зрозумілості посередній аудиторії нерідко виявляється в обмеженості вербальної частини візуального масово-культурного продукту. За нашими спостереженнями небагатослівність притаманна багатьом візуальним жанрам японської масової культури, адже візуальний ряд здатен компенсувати брак вербальної складової. Наприклад, культовий анімаційний фільм «Мій сусід Тоторо» (となりのトトロ) тривалістю 86 хвилин має мовну складову, текст якої, записаний 12-м розміром шрифту на форматі А4, поміщається всього на 13 сторінках. При цьому мовлення пер-

сонажів, як і в розглянутих прикладах, рясніє неповними реченнями, порушенням порядку слів у синтаксичних конструкціях, а також фонетичними і лексичними девіаціями.

**Висновки.** Розглянувши особливості мови масової культури Японії на матеріалі ігрових та анімаційних фільмів і серіалів, можемо констатувати, що вона відрізняється від літературної мови на всіх мовних рівнях. Так, на фонетичному рівні мові масової культури притаманні явища, характерні насамперед для спонтанного розмовного мовлення (зокрема, емпатична артикуляція, редукція тощо). На лексичному рівні констатуємо обмеженість лексики з превалюванням службових слів над повнозначними. На граматичному рівні мова масової культури допускає численні відхилення від норми, зокрема, у сфері синтаксису (надмірне використання неповних речень, зловживання окличними реченнями, які загалом не притаманні японській мовній традиції, тощо), а також контамінацію. Всі ці мовні девіації спостерігаємо на тлі загальної бідності й обмеженості вербальної складової масово-культурного продукту, що підтверджує загальну тенденцію сучасної культури до максималізації візуалізації й видовищності з витісненням інтелектуального начала, яке мала б вербалізувати мова. Вважаємо, що подальші дослідження у цьому ключі матимуть перспективу з огляду на багатогранність феномену масової культури і тих її жанрів, що мають мовну складову.

#### Література:

1. Гойман О. Міфологічний аспект сучасної масової культури. *Проблеми гуманітарних наук. Філософія*. 2014. Вип. 33. С. 54-65.
2. Гулевський С. Телесеріали як засіб трансляції гендерних стереотипів. *Духовність. Культура. Виклики сьогодення. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю* (м. Львів, 21-22 квітня 2017 року, Львівський національний університет імені Івана Франка). 2017. С. 50-52.
3. Попіль Д. Сучасні ЗМІ в епоху масової культури та постмодерну. *Теле- та радіожурналістика*. 2013. Вип. 12. С. 364-369.
4. Шафраньш О. Феномен контркультури. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія*. 2010. Вип. 14. С. 64-67.
5. Литовченко І.В., Іванова Ю.С. Трансформація масової культури в умовах інформатизації. *Соціологія. Грані*. 2014, травень. № 5 (109). С. 80-85.
6. Чантурія А.В. Постправа та масова свідомість. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Соціологічні науки*. 2018. № 9 (323) Грудень. С. 4-14.
7. Болотаєва А. Масове кіно: серіали як медіакомунікації. *Матеріали ІХ Всеукраїнської наукової конференції «Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства»* 15-16 квітня 2021 року. 2021. С. 194-197.
8. Гудманян А., Чайка С. Декодуння гумору в ситкомі «Друзі»: стилістичний аспект. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип. 57, том 1. С. 197-204.
9. 幸田麻里子. テレビアニメにみる日本の大衆文化の位置づけの変遷. *社会学部論叢*. 2017.10 [55]. 第28巻第1号. P. 71-79.
10. 千田 洋幸. ポップカルチャーは児童生徒の言語/物語環境をどう変えるのか. *全国大学国語教育学会国語科教育研究：大会研究発表要旨集*. 2018. 135(0). P. 213-216.

**Komarnytska T. Features of the language of Japanese movies, series and anime as visual genres of Japanese mass culture**

**Summary.** The language of mass culture is a separate type of language that differs from the literary standard

and is manifested in various genres of mass culture that have a verbal component. At the same time, the language of visual genres of mass culture (movies, series and animated films (being anime on the material of the Japanese language)) has a number of common characteristics at the phonetic, lexical and grammatical levels, according to which the language of these genres can be contrasted with the literary norm and compared with colloquial speech. Thus, at the phonetic level, the language of Japanese movies, series and anime is characterized by: reduction, emphatic stretching or shortening of vowel sounds and other deviations from the standard pronunciation. At the lexical level, the language of visual genres of Japanese mass culture is characterized by a poor vocabulary, a greater number of auxiliary words compared to full-meaning ones, etc. At the grammatical level, we note the use of purely colloquial verb forms, the contamination of grammatical constructions, the existence of a number of syntactic deviations, which are manifested mostly in

the presence of a large number of incomplete sentences (which, in particular, can be represented only by a single interjection word), as well as a violation of the order of words in a sentence (inversion), which is atypical for Japanese language with a clear SOV structure. The indicated phonetic, lexical and grammatical features of the language of the visual genres of mass culture are mostly characteristic of Japanese colloquial speech; there are also elements of children's speech. The predominance of non-informative verbal messages (in the form of sentences consisting of interjections only, repetition of words, etc.) in the language of mass culture allows us to draw a parallel with Jean Baudrillard's considerations about mass culture as a simulacrum, since the language that serves this culture actually also relies on form rather than content, that is, in essence, it is also a kind of simulacrum.

**Key words:** Japanese language, language of mass culture, language of visual genres of mass culture, literary norm, colloquial speech, phonetic, lexical and grammatical deviations.