

Ольга Викторовна Торопчина, ст. преподаватель
Алтайский государственный
педагогический университет,
Бийский филиал им. В. М. Шукшина,
Бийск, Россия
э-почта: olatoro@mail.ru

Olga Viktorovna Toropchina, Senior
Lecturer
Altai State Pedagogical University, Biysk
branch named after V. M. Shukshin,
Biysk, Russia
e-mail: olatoro@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЖАРГОНА ПОКЛОННИКОВ МАНГИ И АНИМЕ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Данная статья посвящена вопросу функционирования жаргона поклонников манги и аниме в группах в цифровом пространстве.

Ключевые слова: манга; аниме; жаргон; сленг; субкультура.

FEATURES OF MANGA AND ANIME FAN JARGON IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

This article is devoted to the issue of active jargon fans of manga and anime in groups and publics on social networks.

Key words: manga; anime; jargon; slang; subculture.

Субкультура поклонников манги и аниме появилась в России в конце XX в., что связано с возросшей популярностью анимационной японской мультипликации. Согласно исследованию, проведенному в 2019 г., это молодёжное движение занимает лидирующие позиции в рейтинге молодежных субкультур (участие в анкетировании принимали более 1 2000 респондентов, проживающих на территории РФ) [1].

Приверженцев данного молодежного течения объединяют их предпочтения – чтение манги (японские комиксы) и просмотр аниме (японская мультипликация),

а также общение с единомышленниками в цифровой среде на специализированных форумах, группах и пабликах в социальных сетях или мессенджерах с использованием своего социолекта или жаргона. Стоит отметить, что в настоящем исследовании термин «жаргон» рассматривается как лексикон, свойственный более или менее закрытым социальным группам, группам по интересам и субкультурам (жаргон геймеров, жаргон фанатов аниме), что отличает его от термина «сленг», который можно охарактеризовать как достаточно понятный пласт лексики современной молодёжи [2, с. 5]. Жаргон поклонников манги и аниме включает в себя специфические термины, фразы и выражения, с помощью которых фанаты поддерживают коммуникацию друг с другом, обсуждают произведения и выражают свои эмоции. Данный лексический пласт – это уникальная языковая подсистема, которая формируется преимущественно под влиянием японской культуры (основная часть жаргонизмов – это заимствования из японского языка).

В данной статье представлен фрагмент исследования, целью которого является анализ некоторых особенностей функционирования жаргонизмов поклонников манги и аниме в цифровой среде. Так, на выборке из пабликов и групп социальной сети Вконтакте, мессенджера Telegram, а также нескольких открытых интернет-форумов («Аниме», «Mangalib | AnimeLib Манга & Аниме», «Аниме [манга] романтика», «АнимеФорум», «Шикимори», 4PDA и др.) был проанализирован вербальный и невербальный контент, используемый фанатами аниме и манги для поддержания коммуникации внутри группового сообщества. Социолект данной субкультуры на специализированных площадках в интернете проявляется в различных дискурсивных форматах. Фанаты используют термины и фразы в комментариях при обсуждении тем, связанных с жанрами, персонажами и сюжетами аниме и манги. Так, например, на одном из форумов в ветке «Короткие заметки об аниме (без спойлеров)» участник делится впечатлениями об анимационном мультфильме «Tokidoki Bosotto Russia-go de Dereru Tonari no Alya-san»: *«Начинается этот ромком как отборная клюква и бенефис топовой сейю, но чем дальше в сюжет, тем больше тайтл зашаблонивается, пополняя ряды передовых представителей, затрагиваемых поджанров. Ведь теперь это в основе своей сэйтокай-комеди в духе Kaguya-sama wa Kokurasetai с добавлением интриг высшего общества и щепоткой одзё-сама...»*. В данном контексте используется несколько слов, относящихся к терминологии поклонников манги и аниме, так, например, лексема *тайтл* используется в непривычном значении, в культуре аниме *тайтл* – это не просто заголовок или название. Здесь *тайтл* отражает основную тему, сюжет или персонажей, название может быть связано с именем главного героя, ключевыми событиями или концепцией, которая лежит в основе сюжета. Тайтлы могут быть оригинальными и адаптированными из манги или видеоигр. Также автор данного комментария использует жаргонизмы, которые относятся к категориям, характеризующим жанр, сюжет, архетипы героев, описываемого анимационного мультфильма, например, *сейтокай* – «студенческий совет» или «совет учащихся». Сюжеты, связанные с сейтокаем, обычно вращаются вокруг группы активных учащихся, которые участвуют в школьном управлении. Термином *одзё-сама* называют молодую девушку из аристократической или богатой семьи. В аниме и манге такой персонаж является архетипическим, изображается как утонченная, элегантная, но часто наивная девушка.

Кроме того, одним из мощнейших средств коммуникации в социальных сетях и мессенджерах, в том числе в группах и пабликах по интересам, являются мемы. В субкультуре аниме используются разные типы мемов: реакции, сравнения, паро-

дии, во многих из них используются жаргонные слова и выражения. Так, к примеру, для усиления эмоционального воздействия в мемах могут быть использованы такие лексические единицы, как *няша* или *кавай* (в контексте аниме и манги эти термины используются для описания милых, очаровательных или привлекательных персонажей). Примечательно, что термин *кавай* относится к эстетике, которая может проявляться как во внешности персонажей, одежде, поведении, так и в предметах. В Японии *кавай* – это концепция, ставшая важной частью поп-культуры и идентичности. Эта система взглядов, которая ассоциируется с позитивными эмоциями, игривостью и беззаботностью.

Таким образом, проведённое наблюдение показало, как функционируют жаргонизмы поклонников аниме и манги в цифровой среде. Данный лексический пласт активно используется в онлайн-дискурсе (комментарии, мемы) на интернет-площадках, связанных с движением данной субкультуры, где создается уникальная среда общения фанатов. К перспективам данной работы можно отнести создание словаря жаргонизмов поклонников аниме и манги с их актуальными лексическими значениями, т. к. на данный момент существуют только любительские, стихийные словари, размещённые на сайтах и являющиеся коллективным творчеством приверженцев данной субкультуры. Также интерес представляет анализ частотности употребления той или иной лексической единицы (жаргонизма) в цифровой среде.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ростова Н. Н. Молодежные субкультуры России и формирование деструктивных тенденций // Вестник общественных и гуманитарных наук. 2021. № 2 (2). С. 24–30.
2. Связь частотности и эмотивности молодежных сленгизмов русского языка (на материале психолингвистической базы данных) / М. С. Власов, У. М. Трофимова, М. В. Подрезов, У. В. Абдуллина // Вестник Томского государственного университета. 2020. № 457. С. 5–15.