

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИМЁН СОБСТВЕННЫХ В РЭП-КОМПОЗИЦИЯХ

О.О.Мацкевич (Минск, МГЛУ)

В центре внимания автора статьи – музыкальный жанр рэп, который славится обильным количеством средств выражения экспрессивности. Рэп как особый музыкальный жанр представляет собой интерес тем, что затрагивает острые проблемы современного общества (социальное неравенство, проблемы наркотической зависимости, депрессию и др.), играет важную роль в жизни современной молодёжи, оказывает на неё серьезное влияние. Объектом исследования автора является имена собственные и их употребление в рэп-композициях.

Ключевые слов: *рэп; способы выражения экспрессивности; имена собственные.*

THE PRAGMATIC ASPECT OF USING PROPER NAMES IN RAP COMPOSITIONS

О.О.Matskevitch (Minsk, MSLU)

The author focuses on the rap music genre, which is famous for its abundance of expressive means. Rap as a special musical genre is of interest because it affects the acute problems of modern society (social inequality, drug addiction, depression, etc.), plays an important role in the life of modern youth, has a serious impact on it. The object of the author's research is proper names and their use in rap compositions.

Key words: *rap; ways of expressing expressivity; proper names.*

Тексты рэп-композиций представляют особый интерес для исследования современного молодежного социолекта. Рэп – ритмичный речитатив, положенный на музыку с «рваным» ритмом. Считается, что рэп зародился в 1970-х в Нью-Йорке, в Южном Бронксе в условиях безработицы, бедности, насилия и наркотиков. Чтобы заявить о себе и о своих проблемах, молодые люди стали выражать свои мысли в декламируемой рифмовке в быстром темпе под ритмичный бит.

В фокусе внимания данной работы – имена собственные в песенных рэп-композициях на французском и английском языках. Материалом для исследования послужили следующие композиции: Jay-Z, Alicia Keys «Empire State of Mind», The Notorious B.I.G «Juicy», Luidji «Néons rouges», Orelsan feat. Damso «Rêves bizarres», 2Pac «To Live & Die in L.A», Eminem «Rap God», Drake «Started From the Bottom», Jay-Z, Kanye West «Ni**as in Paris», Lil Pump «Gucci gang», Nekfeu «Bâtard», PNL «Le monde ou rien».

«Лингвистический энциклопедический словарь» дает следующее определение имени собственному: «это имя существительное, обозначающее слово или словосочетание, предназначенное для именованя конкретного, вполне определённого предмета или явления, выделяющее этот предмет или явление из ряда однотипных предметов или явлений» [1].

Существует несколько классификаций имён собственных, предложенных В.С Виноградовым, А. Бахом, Н.В. Подольской. В данной работе за основу принята классификация А.В. Суперанской, которая содержит широкий перечень имен

собственных: антропонимы, зоонимы, фитонимы, топонимы, собственные имена природных явлений, космонимы, фиктонимы, названия брендов и т.д. [2]. Рассмотрим, какую роль имена собственные играют в указанных выше песенных композициях рэп-жанра.

Употребление *антропонимов* служит для создания образов, отсылок к реальным или вымышленным персонажам, а также для выражения определённых идей или эмоций. Антропонимы могут быть связаны с личными историями, культурными отсылками, социальными комментариями или просто использоваться для ритма и рифмы. Так, например, в строфе: *I'm the new **Sinatra*** 'Я – новый Синатра'² («*Empire State of Mind*»), – популярный англофонный рэпер Jay-Z ссылается на знаменитого в 50-60-х годах прошлого столетия актёра и исполнителя Фрэнка Синатру. Певец славился мастерским исполнением композиций и чёткой артикуляцией каждого слова. Таким образом, Jay-Z амбициозно утверждает, что он так же талантлив и виртуозен, как Фрэнк Синатра.

В треке «Juicy» The Notorious B.I.G. упоминаются Salt-n-Pepa и Heavy D – известные артисты 90-х, что позволяет исполнителю перенестись в детство, во времена, когда он только мечтал стать популярным: *It was all a dream, I used to read Word Up! magazine / **Salt-n-Pepa** and **Heavy D** up in the limousine / Hangin' pictures on my wall* 'Всё началось с простой мечты, я читал журнал Word Up! / Там были Salt-n-Pepa и Heavy D в лимузине / Я вешал их постеры на стены (моей комнаты)'.

*Moi j'en ai rien à foutre du gosse de **Kylie Jenner**, de l'héritage de **Johnny**, de la tournée **Jay-Z** et de **Beyoncé*** 'Мне плевать на ребёнка *Кайли Дженнер*, на достояние *Джонни*, на гастроли *Джей-Зи* и *Бейонсе*' («*Néons rouges*»). В данном отрывке исполнитель говорит про знаменитых и богатых людей, которые выставляют свою жизнь напоказ, и отказывается быть таким же, как и они.

В композиции «*Rêves bizarres*» упоминается Тони Монтана, знаменитый гангстер из фильма «*Лицо со шрамом*»: *On te tabasse, toi et ta baby mama, / Juste pour être sûr que tu feras pas ton **Montana*** 'Тебя избьют, тебя и твою мамашу / Просто чтобы убедиться, что ты не станешь следующим Монтаной' («*Rêves bizarres*»). Исполнители затрагивают актуальную для современного общества проблему расизма, в частности, стереотипное представление о том, что все представители чернокожей расы – преступники и уголовники: *C'est écrit noir sur blanc que, le blanc c'est / Mieux que le noir car le noir, il est foncé* 'Чёрным по белому написано, что белый / Лучше, чем чёрный, потому что чёрный – это оттенок', что, безусловно, не так.

Топонимы помогают артистам создавать географический и культурный контекст, подчеркивать свою идентичность, рассказать личную историю, добавить локальный колорит. Так, например, в отрывке: *These streets will make you feel brand new, / The lights will inspire you, / Let's hear it for **New York, New York, New York*** 'Эти улицы подарят тебе абсолютно новые ощущения / Городские огни

² Все представленные переводы выполнены нами – О. Мацкевич.

вдохновят тебя, / Давайте поприветствуем Нью-Йорк, Нью-Йорк, Нью-Йорк! («Empire State of Mind»), – Нью-Йорк предстает как город, дающий каждому безграничные возможности для успеха. В следующих строфах рэпер показывает, как изменилась его жизнь в Нью-Йорке и каких высот он достиг: *Me I'm out that Bedstuy / Now I live on billboard* 'А я из Бедстая / Теперь я живу на страницах Билборд'. Бедстай (сокращение от Bedford-Stuyvesant) – криминальный район Нью-Йорка, а Billboard – еженедельный американский журнал о музыкальной индустрии.

Упомянув Los Angeles, рэпер 2Pac подчёркивает свою связь с этим городом: *To live and die in L.A., it's the place to be* 'Жить и умереть в Лос-Анджелесе. Это то место, где я должен быть' («To Live & Die in L.A.»).

Использование *фиктонимов* в рэп-композициях – это творческий приём, который позволяет исполнителям создавать уникальные образы, добавлять элемент фантазии в свои тексты. Так, в строфе: *Don't bite the apple, Eve* 'Не вкушай от яблока, Ева!' («Empire State of Mind»), – упоминается имя Евы, делается отсылка к библейской истории грехопадения Адама и Евы. Джей-Зи называет Нью-Йорк городом грехов, соблазнам которого трудно сопротивляться: *Lights is blinding / Girls need blinders / So they can step out of bounds quick* 'Огни ослепляют / и должны закрыть глаза, / Чтобы они скорее могли выйти за пределы дозволенного'.

В композиции «Rap God» Эминем упоминает скандинавских мифических богов Одина и Тора: *So you be Thor and I'll be Odin, you rodent, / I'm omnipotent* 'Значит, ты Тор, что ж, тогда я буду Одином, ты лишь мышь, / я же всемогущ' («Rap God»). Рэпер подчёркивает, что даже если его оппонент возомнил себя богом, то он сам поднимется ещё выше (в скандинавской мифологии Один – отец Тора). Также Эминем сравнивает других рэперов с мышами, подчеркивая их ничтожность пред собой.

Использование *названий брендов* в рэп-композициях – это распространенный прием, служащий для создания определенного образа, демонстрации статуса, роскоши или стиля жизни. Упоминание брендов – средство подчеркнуть свой успех, богатство или тонкий вкус, что наблюдается в следующих примерах: *Brand new Beretta, can't wait to let it go* 'Совершенно новая *Беретта*, не могу дождаться, чтобы разрядить ее' («Started From the Bottom»); *Rather go and buy Balmain's (brr) Gucci gang, Gucci gang, Gucci gang* 'Скорее пойду и куплю *Бальмены* (брр), *Гуччи банда*, *Гуччи банда*, *Гуччи банда*' («Gucci gang»); *J'suis habillé comme si j'sortais d'un défilé Dior* 'Я одет так, словно я только что с показа *Диор*' («Bâtard»); *On a des Rolex mais on n'a pas le temps* 'У нас есть *Ролексы*, но нам не хватает времени' («Le monde ou rien»).

Проведенный анализ позволил установить, что в текстах рэп-композиций чаще всего используются антропонимы (10 примеров из общего количества 21, что составляет 47,6%), затем упоминания брендов (5 примеров, 23,8%), фиктонимы (4 примера, 19%) и топонимы (2, 9,5%). Упоминание имен известных людей позволяет слушателям лучше понять текст и реалии той или иной

культуры. В американских англофонных текстах это, как правило, имена собственные, связанные с мифологией и американской культурой, т.к. культурное наследие Америки намного моложе европейского и исторически базируется на нём. Французские рэп-исполнители хотя и используют в тексте песен общеизвестные имена собственные, однако ориентируются на более узкую (франкофонную) аудиторию, что можно объяснить консерватизмом самой этой культуры. В текстах на обоих языках чаще всего упоминаются французские бренды и марки, т.к. именно они создали понятие «люкс». Тем самым имена собственные – это мощный инструмент для передачи смыслов, эмоций и культурных кодов, посредством которых рэперы устанавливают связь с культурным наследием, выражают свою идентичность и взаимодействуют с социальным контекстом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – М. : Большая рос. энцикл., 2002. – С. 562
2. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного / отв. ред. А.А. Реформатский / А.В. Суперанская. – 3-е изд., испр. – М. : Книжный дом «Либроком», 2009. – С. 144-145.