УДК 81.2:19.45

В.В.КОНЬКОВ, *д-р филол. наук, профессор, v_konkov@mail.ru*
Санкт-Петербургский государственный университет

V.V.KONKOV, *Dr. in philol., professor, v_konkov@mail.ru*
Saint Petersburg State University

ЯЗЫК МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ В РЕЧЕВОЙ ПРАКТИКЕ СМИ

В статье представление языка молодёжной субкультуры в средствах массовой информации связывается с функционированием специальных изданий и рассматривается на примере журнала «Птюч», который издавался с 1994 по 2003 г. Автор демонстрирует, как в сфере СМИ формируется речевая субкультура, достаточно своеобразная в лексическом отношении.

Ключевые слова: молодёжная субкультура, молодёжный жаргон, титульная лексическая группа, средства массовой информации, мониторинг СМИ.

LANGUAGE YOUTH SUBCULTURES IN THE SPEECH PRACTICE MEDIA

The paper representation language of the youth subculture in the media associated with the operation of special editions and is considered an example of the magazine «Ptjuch,» which was published from 1994 to 2003. The author demonstrates how the media shaped the speech subculture, rather a kind of lexical terms.

Key words: youth subculture, youth slang, the title lexical group, media, media monitoring.

Принято говорить о том, что язык СМИ достаточно часто использует элементы той или иной лексической группы, корни происхождения которой находятся вне системы СМИ, – терминология, молодёжный жаргон, профессионализмы и т.п. При этом использование элементов указанных лексических групп преследует те или иные изобразительные или выразительные цели. Так, например, говорят о том, что в публикациях о молодёжи происходит активное использование слов, которые принадлежат молодёжному жаргону.

Ситуация с вхождением в речевую практику СМИ специфических лексических групп, которые не являются для СМИ титульными, представляется более сложной, хотя и вполне поддающейся описанию. Использование элементов специфических лексических групп – это целый ряд разноплановых явлений. Обратим внимание на некоторые из этих явлений.

В приводимом ниже фрагменте текста мы имеем дело с классическим публицистическим стилем в его традиционном понимании. Это текст воздействующего типа, тенденциозный, с открыто выраженной авторской позицией, с ярко выраженным личностным началом и, как правило, с установкой на демонстрацию речевой техники. Автор может использовать различного рода лексические элементы с намерением изобразить определённую социальную среду. В частности, очень часто лексические элементы, чужеродные по отношению к языку СМИ, используются для изображения чужой речи. Приводимый пример взят из газеты «Московский комсомолец» (23.05.11):

– Я считаю, что наркоманов нужно отчислять обязательно, – считает Анна, студентка 4-го курса соцфака МГУ. – У меня был знакомый парень, который употреблял

наркотики. Так он успел еще двоих на это ***подсадить****, прежде чем его отчислили.*

В данном фрагменте слово *подсадить* является элементом наркожаргона и используется для изображения разновидности молодёжной речи. Слово является здесь одним из элементов изображаемого мира. Когда речь заходит об использовании в языке газеты элементов молодёжного жаргона, то приводят, как правило, примеры именно такого типа. В то же время мы, внимательно читая разнообразные газетные и журнальные издания, можем заметить, что существуют принципиально иные случаи использования в речевой практике СМИ специфических лексических групп.

Суть дела сводится к тому, что в рамках системы СМИ появляется издание, в котором специфическая лексическая группа представлена в качестве титульной, базовой, основной лексической группы, на которую опирается стилистическая концепция издания. Отдельные единицы данной лексической группы могут использоваться и в других сферах общения, но только в данном издании их использование носит системный характер. Именно в данном издании в соответствии с его стилистической и содержательной концепцией формируется системное лексическое образование. Приведем в качестве примера небольшой фрагмент из журнала «Птюч», издаваемого в период с 1994 по 2003 год:

RAKETA – первая московская группа в области ***housemusic*** *– является изобретателем и единственным исполнителем таких стилей, как* ***Ай-люли*** *(сочетание модных битов и русского фольклора),* ***Amadeushouse*** *(****house-music*** *+ элементы, классики),* ***Heavy-house*** *(****hard-rock*** *+* ***house****). Группа участвовала в таких вечеринках, как* ***Gagarinparty****,* ***Mobile****,* ***Technoir****,* ***Workerparty*** *и многих других. Две песни этого ансамбля вошли в* ***techno-сборник MoscowBeats****,* ***vol. 1*** *(«****VoiceofCapital****» и «****Ульянов isdead****»). В* ***MoscowBeats. vol. 2*** *вошла одна композиция и два номера («****Games****» и «Белка и Стрелка») – в* ***RAP-сборник*** *на «****Pav-Lovemusic****»* (Птюч. 1995. № 2).

Мы видим, что здесь незнакомые обычному читателю лексические единицы не используются во вторичной изобразительной или выразительной функции, а являются одним из базовых лексических слоев той социальной среды, с которой связан журнал. Лексика представляет здесь новые течения в молодёжной музыкальной культуре. Именно таким образом в речевой практике СМИ формируются всё новые и новые системные лексические образования.

Однако роль журналов такого типа в формировании лексического массива СМИ на этом не исчерпывается. Журнал не просто является отражением интересов той или иной социальной группы, он непосредственно сам эту группу и формирует. Известное высказывание В.И.Ленина не устарело: «Роль газеты не ограничивается, однако, одним распространением идей, одним политическим воспитанием и привлечением политических союзников. Газета – не только коллективный пропагандист и коллективный агитатор, но также и коллективный организатор. В этом последнем отношении её можно сравнить с лесами, которые строятся вокруг возводимого здания, намечают контуры постройки, облегчают сношения между отдельными строителями, помогают им распределять работу и обозревать общие результаты, достигнутые организованным трудом» [1, с.11].

Идеологическая, а следовательно, и культурная, и речевая консолидация молодёжи вокруг издания может быть осуществлена в форме создания клуба. Так, клуб «Птюч» открылся почти одновременно с журналом «Птюч» в 1994 году. И вот тут начинается новая стадия речевого влияния издания на логосферу средств массовой коммуникации. Огромное число членов клуба и консолидировавшихся с ними сограждан начинают проявлять речевую активность, внедряясь в разнообразного типа печатные издания и интернет-порталы со своим речевым своеобразием, отличным от лексического своеобразия издания. Вот взятые нами из интернет-источников характерные речевые обороты тех, кто осмысливает себя принадлежащими направлению «Птюч».

Из комментариев к посту «Птюч» № 1 (1994) и № 6 (1995/96)» с сайта «LookAtMe» (дата размещения 13 апреля 2009):

*Птюч действительно был культовым журналом продвинутой молодежи, **рвал мозг…***;

*Сейчас, когда мы все в интернете, да даже тут, в **продвинутом онлайн-комьюнитиlookatme**, имеем доступ к пульсу всего мира, трудно представить, что для целого поколения родившихся в 70-е главными и единственными мостиками к актуальному мировому контексту были журналы «Птюч» и «ОМ»*;

*Кто **ширялся** в 90-е – тот в основном в 90-х и остался навсегда, птюч все больше про легкие наркотики и галюциногены всякие клубные печатал в положительном ключе...*;

*Правда из тех сайтов, что вы приводите, к моему вопросу имеет отношение только **openspace.ru.** При чём тут Нью-Йорк Таймс или Газета.ру я, простите, не понял. Пульс всего мира – действительно **«в тупую»**!!! Меня не этот пульс интересует и не этого мира. И **youtube**ещё вспомнили...*

***Рэйв** жив*!;

*Вернулся в Россию в 94, глядь, а все друзья – музыканты на **герыче**... Кого-то схоронили, кого-то вытащили... Жесткое время было...*;

*Просто журнал был честным зеркалом. **Героиновый шик**, первые **клубные наркотики** – это часть того времени, и журнал это отражал, а не то, что сейчас происходит в глянце: **ути-пути**, **гламур-попс...** Поэтому и жизни в них нет, потому что жизнь отличается. Вообще **засада** с честной журналистикой, если уж на то пошло...*;

*Да так и было... **курнем** или **герычем убьемся** и **на квадрате зависнем** листая как раз Птюч и ОМ под **Radiohead**, бормоча друг другу.... «во, **типа** смотри какая **тема прикольная**». А сейчас некоторых из нас нет в этом мире...*[3].

Аналогичного типа отзывы о журнале и в соответствующем речевом стиле разработанные темы можно найти в таких журналах, как «DJ Культура», «(812)», «Zanoiza» и др.

В результате в сфере СМИ формируется речевая субкультура, достаточно своеобразная в лексическом отношении. С одной стороны, эта речевая субкультура носит достаточно локальный и замкнутый характер: число потребителей печатной продукции ограничено интересами и возрастом читателей. С другой стороны, эта речевая субкультура, создавая речевую среду социализации, расширяет свою сферу за счет привлечения все новых и новых участников.

Дать положительную или отрицательную оценку подобного рода речевым явлениям, с одной стороны, достаточно легко. В глаза бросаются такие особенности, как разрыв связей с национальной речевой, музыкальной культурой, с национальными моральными и этическими принципами. Так, многие специалисты и просто читатели отмечают связь журнала «Птюч» с пропагандой наркотиков. Например, на сайте региональной общественной благотворительной организации «Единство» был опубликован без указания фамилии автора материал под названием «Птюч, наркотики, техно, дьявол...», в котором, в частности, говорится:

Птюч был фабрикой, на которой наивных простаков сначала «лечили», потом нравственно и духовно калечили, а в конце бросали в пасть Дьяволу. Там они либо погибали, либо выходили оттуда живыми, неся гордое звание агента Дьявола. Вернувшись, они усаживались в тесный кружок своих вчерашних проводников в Ад и, как пауки, ждали новую жертву, которая, начитавшись журнала Птюч, насмотревшись видео, наслушавшись рассказов своих друзей, рано или поздно залетала в этот уютный подвал и попадала в липкую паутину. Журнал продолжает дело клуба, но только в общероссийском масштабе. По всей России молодые люди, начитавшись пропагандирующих наркотики статей Птюча, вскакивают на подножку поезда, несущегося в Ад, входят внутрь и двери за ними захлопываются, захлопываются навечно и непоправимо [3].

С другой стороны, существование большого количества изданий, посвященных современным течениям в различных областях молодежной культуры, говорит о том, что традиционные СМИ, в силу их содержатель-

ной и идеологической специфики, не имеют и не имели или потеряли связь с жизнью современной молодёжи. Они не способны отвечать духовным потребностям новых поколений. Всё сказанное свидетельствует о том, что этот сектор речевой практики СМИ требует постоянного мониторинга, глубокого анализа, а в некоторых случаях и оперативного вмешательства. Необходима включённость изданий этого типа в публичный диалог.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ленин В.И.* С чего начать // Полн. собр. соч. 5-е изд. Т.5. М., 1976.

2. *Попова Т.И.* Жанровая дифференциация, отбор языковых средств в публицистике. Речевая агрессия и речевая манипуляция в СМИ // Русский язык и культура речи: Учебник для технических вузов / Под ред. В.И.Максимова, А.В.Голубевой. М., 2006.

3. *Птюч, наркотики, техно, дьявол...* // Сайт региональной общественной благотворительной организации «Единство» URL: http://edinstvo1.narod.ru/ptuch.html.

REFERENCES

1. *Lenin V.I.* How to start // Full. Vol. cit. Ed. 5th. T.5., 1976.

2. *Popova T.I.* Genre differentiation, the selection of linguistic resources in journalism. Voice and Speech aggression manipulation in the media // Russian language and culture of speech. Textbook for technical schools / ed. V.I.Maximov, A.V.Golubeva. Moscow, 2006.

3. Ptjuch, drugs and techno music, the devil... // Site of the regional public charitable organization «Unity» URL: http://edinstvo1.narod.ru/ptuch.html.