Г.В.ТОКАРЕВА
Ивановский государственный энергетический университет имени В.И.Ленина

«КТО ВИНОВАТ В ТОМ, ЧТО ИХ ИДЕАЛ ТАК УРОДЛИВ?...»

В статье рассматривается проблема восприятия прецедентных феноменов студентами технического вуза (на материале популярных молодежных журналов).

The problem of acquisition by technical students the precedents (on of basis of popular youth magazines) is touched upon in the article.

На научной студенческой конференции в ИГЭУ одной из студенческих групп было предложено выступить с сообщением на тему «Прецедентные тексты в современных молодежных журналах», причем материалом данного исследования должны были стать действительно читаемые в этой группе издания. Как мы и ожидали, список журналов оказался более чем скромным, более того в нем отразился своего рода гендерный подход: девушки анализировали журналы «Молоток», который можно отнести к желтой прессе, и «Glamour», а юноши – журнал «Футбол».

Как известно, феномен прецедентности получил разностороннее освещение в лингвистической литературе. Под прецедентными текстами понимают имена, темы, ситуации (реальные или виртуальные, принадлежащие художественной литературе, изобразительному искусству, кино и т.п.), которые хорошо знакомы носителям данного языка, вызывают у них прочные ассоциации и часто используются в коммуникации данного народа. Национальные прецедентные феномены определяют единство языкового сообщества, они помогают носителям языка делить людей на «своих» и «чужих», формируют общее коммуникативное пространство. В национальных прецедентных феноменах пересекаются язык, культура, история, психология нации, они образуют некую систему координат, набор обязательных представлений для русской языковой личности.

Какую же систему координат задают своей читательской аудитории популярные среди первокурсников издания?

Перелистывая журнал «Молоток», мы обнаруживаем, например, такой прецедентный феномен, как колобок. Называя Колобком кругленького, маленького и толстенького человека, мы, как правило, обращаемся к внешнему облику героя народной сказки. В журнале «Молоток» Колобок предстает в новом и неожиданном облике: это молодой человек с бритым черепом, мягкий, робкий и застенчивый в отношении с девушками и в связи с этим закомплексованный. Быть колобком сегодня, убеждает журнал, совсем «некруто». Героем нашего времени является другой образ – кактус. Редактор «Молотка», обращаясь к молодым читателям, пишет, что сегодня надо быть «колючим и крутым, как реальные пацаны» (читай « агрессивным»). Колобок оказывается в этом журнале героем комикса, сюжет которого прост: молодой человек не может найти себе «телку», потому что он не кактус, то есть не крутой парень. Этого Колобка уже ничего не связывает с героем русской сказки, кроме круглости – внешнего признака, а на смену сказке о Колобке приходит рассказ о сексуальных похождениях молодого некрутого неудачника, на смену языку народной сказки – молодежный и уголовный жаргон.

С чем связана такая трансформация? Во многом со стремлением журналистов быть интересными современной молодежи, говорить с молодыми на их языке и о том, что может их интересовать. Понятно, что журналисты, обращаясь к молодежной аудитории, ищут новые формы выражения, их привлекает возможность проявления свободы слова, интерес к его нестандартному упот-

реблению, к языковой игре. И все-таки главная причина подобной трансформации видится в другом: журнал должен продаваться. Вот и избирается путь ерничества над наивными детскими представлениями и сексуального «просвещения» молодого читателя.

Молодежная пресса, представляющая массовую культуру, проявляет сегодня повышенное внимание к теме секса. Осуществляется агрессивное, безоглядное формирование нового типа личности, для которой главной ценностью объявляется секс. Эта тема навязчиво обсуждается во многих статьях журнала «Молоток», а редактор журнала и герои его интервью убеждают читателей, что современной молодежи нужен только «угар» и что между собой молодые люди ни о чем больше не говорят, кроме как о сексе. Обратимся и к другим фактам. Сайт РМЭС (Российская модель эффективного соблазнения) – самый посещаемый молодежью, тренинги РМЭС собирают огромные залы. «Секс – моя святыня», – заявляют студенты после посещения этих тренингов и сжигают иконы, символы устаревшей веры.

Если молодых людей журналы, подобные «Молотку», призывают быть крутыми пацанами, то журналы для девушек заманивают их прелестями гламурной жизни. Журнал «Гламур» ориентирован на девушек, тяготеющих к богемной жизни и, видимо, как считает редакция, имеющих минимальные фоновые знания из сферы кино и классической литературы, хотя бы на базе школьной программы.

«Подогревая» мечты о сладкой жизни, журнал развивает несколько постоянных тем, интересных, с их точки зрения, современной женщине: современная мода и дизайн, домашняя экономика, психология женщины, эротика, жизнь звезд. В соответствии с этими темами происходит трансформация прецедентных текстов.

Так, название хрестоматийного стихотворения Некрасова «Размышления у парадного подъезда» становится названием рубрики «Уличная мода», название популярного фильма и пьесы «С любимыми не расставайтесь» заголовком статьи о том, как правильно подать налоговую декларацию и вернуть утраченные деньги.

Таким образом, в данных молодежных журналах идет навязчивое внедрение секса и гламурной жизни в качестве главных ценностей для молодежи, происходит деформация истинных жизненных ценностей.

Нельзя не согласиться с Клодом Леви-Строссом в том, что культура – это система запретов. А что говорят защитники информационной свободы? Не нравится – не читай, а нас молодежь читает! СМИ, как правило, снимают с себя ответственность за то, что творится в умах и сердцах входящих в жизнь молодых людей. Но так и формируется этический релятивизм, неуважение к духовным ценностям становится эпидемией. Все позволено – вот лозунг многих молодых. Надо открыто говорить с ними о том, что свобода – это, безусловно, ценность, но только в системе других ценностей. Оставаясь в одиночестве, она все вокруг себя истребляет, оборачиваясь пустотой. Об этом должны мы, преподаватели, журналисты, говорить с молодежной аудиторией, чтобы перед нами, как перед героем Достоевского, не встал вопрос: «Кто виноват в том, что их идеал так уродлив?...»